

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Bersumber hasil penelitian tentang Komodifikasi Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Iklan Televisi “Sunsilk Hijab Ice Tea” Menggunakan Teori Max Weber, bisa dibuat kesimpulan yakni :

1. Ditemukan komodifikasi nilai agama dalam iklan shampo sunsilk hijab. Penulis merumuskan kalau agama sebagai sesuatu kepercayaan serta keyakinan mengenai ketuhanan yang bersifat suci serta privasi sudah berlangsung perubahan nilai ialah jadi nilai ganti yang bersifat menguntungkan yang ada pada iklan televisi *Sunsilk Hijab Ice Tea*. Proses terjadinya komodifikasi dalam iklan tersebut diawali dengan memasukkan konsep shampo yang digunakan untuk perempuan berhijab dari segi nilai agama dan perempuan muslimah dari segi komersial selanjutnya dinyatakan ke sebuah iklan. Dan dari iklan itu dihasilkan nilai agama yang sudah dikomodifikasikan.

Semua Nilai Agama Islam yang dikomodifikasikan dalam iklan *sunsilk hijab ice tea* : pemilihan *brand ambassador* seorang perempuan muslimah yaitu Laudya Chintya Bella. Nilai busana muslim dan hijab untuk menutup aurat. Nilai halal yang ada di label halal sebagai jaminan kalau produk Sunsilk aman buat dipakai. Menjaga kebersihan dan kesucian diri, dalam iklan shampo sunsilk menggambarkan tentang kebersihan dan dalam Islam kebersihan adalah sebagian dari iman. Menjalin *silaturahmi*, dalam Islam dikenal dengan hubungan baik terhadap sesama. Pentingnya merasa bahagia, Islam mencintai kebahagiaan dan menyuruh manusia untuk merasa bahagia, walaupun kebahagiaan itu sifatnya relatif tetapi kita dituntut untuk menyeimbangi kehidupan kita.

2. Adapun analisis yang menunjukkan terjadinya tindakan sosial Max Weber pada iklan shampo *sunsilk hijab ice tea* : Tindakan Afektif, tindakan itu terjadi karena Bella yang memberikan dorongan emosi serta motivasi untuk menggunakan produk tersebut. Tindakan rasionalitas nilai, menggunakan produk tersebut karena berlabel halal dan kegunaanya untuk perempuan muslimah. Yang termasuk sebagai salah satu bentuk dalam menjalankan syariat islam karena terhindar dari bahan yang haram. Tindakan rasional

instrumental, menggunakan produk shampo sunsilk karena sesuai dengan permasalahan pada rambutnya. Menggunakan produk tersebut dilakukan dengan tujuan permasalahan pada rambutnya teratasi.

## **B. SARAN**

Bersumber hasil penelitian tentang Komodifikasi Nilai-Nilai Agama Islam dalam Iklan Televisi “Sunsilk Hijab Ice Tea” Menggunakan Teori Max Weber, adapula saran dari penulis yakni:

1. Kepada masyarakat diinginkan untuk tidak mudah tertipu memilih produk lewat iklan televisi.
2. Kepada perusahaan pembuat iklan, hendaknya lebih memperhatikan ketika akan memproduksi untuk iklan. Kala agama paling utama agama Islam masuk kedalam iklan, konten yang diikutkan serupa ajaran Islam.
3. Kepada Jurusan Komunikasi Penyiaran dan Islam, diharapkan penelitian ini sanggup menambahkan rekomendasi dalam studi periklanan, sebab media promosi sungguh efisien dalam mengiklankan sesuatu produk.

