

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Mekanisme kekerasan simbolik yang digunakan iklan SPayLater ialah eufemisme dan sensorisasi yang berkaitan dengan konsumsi. Eufemisme yang digunakan untuk menyembunyikan kekerasan simbolik adalah citra diri yang positif, kesenangan, kesatuan, kesantunan, pemberian keuntungan, kata, dan sindiran melalui komunikasi verbal dan non-verbal. Sedangkan sensorisasi yang digunakan ialah nilai yang dianggap sebagai moral yang sah, yakni perilaku konsumtif, berbelanja secara *online* dan menggunakan *paylater*.

Kedua mekanisme tersebut pada dasarnya direkonstruksi dengan menambahkan simbol SPayLater di dalamnya, kemudian simbol itu ditempatkan pada masyarakat yang sudah berbudaya konsumtif. Dengan demikian, iklan ini pada faktanya hanya mendukung dan mempertegas moral-moral konsumtif yang sudah dianggap sah di masyarakat. Sembari mendukung dan mempertegas, iklan meyunupi masyarakat dengan nilai-nilai SPayLater.

Uniknya, di dalam iklan ini juga diperagakan bagaimana kekerasan simbolik itu terjadi secara garis besar. Karena itu, iklan ini dapat dikatakan sebagai simulasi yang menggambarkan bagaimana terjadinya kekerasan simbolik pembentuk perilaku konsumtif pada masyarakat kalangan menengah ke bawah. Seperti tokoh dalam iklan yang kesusahan (finansial) dan memiliki keinginan berbelanja, pengiklan juga mengharapkan adanya 'kesadaran akan' kesusahan itu dan keinginan mereka untuk berbelanja.

Dengan kata lain, iklan mendorong penonton untuk mensimulasikan apa yang ada dalam iklan kepada dirinya sendiri. Jika dilihat dari sudut pandang ini, tampaklah bahwa hubungan yang dibangun oleh iklan ini sebenarnya adalah hubungan formal/kerja antara SPayLater dengan para tokoh, dan hubungan informal antara SPayLater dengan masyarakat. Pada kelanjutannya, masyarakat akan menjadi yang didominasi atau terdominasi oleh SPayLater.

Pengiklan tentu ingin produk/jasanya banyak digunakan. Namun mereka harus memerhatikan simbol yang digunakan agar makna yang tersampaikan tidak membawa dampak negatif. Sementara di sisi lainnya, masyarakat harus memperkaya diri dengan literasi terutama literasi media. Dengan begitu, masyarakat akan mampu bersikap kritis dan mengenali makna-makna terselubung di balik simbol-simbol iklan. Kemampuan ini pada kelanjutannya akan membantu mereka memilah mana yang patut untuk dikonsumsi dan mana yang tidak.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang sudah diuraikan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Setiap cara yang dilakukan untuk melakukan kekerasan simbolik adalah berbeda, bahkan untuk produk yang sama. Oleh karena itu, peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian serupa pada subjek yang berbeda dan melakukan perbandingan untuk melihat bentuk pertarungan simbolik di dalam ranah.
2. Penelitian ini dibatasi pada habitus, modal, dan ranah yang memengaruhi kekerasan simbolik yang dilakukan oleh iklan. Maka, penelitian berikutnya dapat mengkaji bagaimana berbagai macam kekerasan simbolik dapat merubah

suatu habitus di masyarakat. Hal ini akan memperkaya pemahaman bagaimana pertarungan di ranah bisa terjadi pada sisi korban atau si terdominasi.

