**BAB V**

**PENUTUP**

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis semiotika Charles Sander Pierce terhadap iklan Luwak *White Koffie* versi Baim Wong dan paula Ramadan 2019, hasil identifikasi makna berdasarkan ikon, simbol dan indeks tentang komodifikasi agama, ditemukan tanda komodifikasi yang menjadi alat dalam proses komodifikasi pada nilai agama. Agama merupakan kepercayaan serta keyakinan mengenai ketuhanan seharusnya berkarakter suci dan sakral mempunyai nilai guna mengalami pergeseran memiliki nilai tukar yang bersifat komersial.

Adapun proses komodifikasi terhadap nilai agama dalam iklan televisi adalah adanya tingkah laku dari pihak pengiklan yang mencoba menyiapkan hal-hal yang berkaitan dengan agama seperti simbol-simbol agama. Konsep busana muslim, konsep sholat didalam perjalanan, dan konsep bangunan masjid. Sehinggga menghasilkan nilai agama yang di komodifikasi dari iklan tersebut.

Bentuk komodifikasi nilai agama dalam iklan Luwak White Kofiie versi Baim Wong dan Paula diantaranya simbol-simbol agama yang berupa atribut agama serta seoarang artis yang dikenal luas oleh seluruh Indonesia, pengiklan mengharapakan masyarakat bisa tertarik dengan produknya,simbolitas minum kopi sebagai pelengkap hidangan saat momentum Rhamadhan.

##  Saran

Setelah melakukan penelitian ini dari tahap menganalisis data hingga menemukan hasil terhadap penelitian komodifikasi nilai agama dalam iklan Luwak *White Koffie* versi BaimWong dan Paula maka terdapat beberapa saran penulis yang ditujukan kepada:

1. Pihak perusahaan pengiklan, hendaknya memperhatikan konten iklan yang akan diproduksi jika memasukkan nilai agama Islam hendaknya sesuai dengan ajaran nilai agama Islam

2. Khalayak hendaknya tidak gampang percaya dalam menentukan produk melalui iklan yang sama dengan iklan tersebut

3. Peneliti setelah ini supaya lebih cermat dalam meneliti komodifikasi nilai agama yang terjadi. Terdapat banyak simbol agama Islam yang dimanfaatkan dengan tujuan untuk mengambil keuntungan

4. Pihak Fakultas Dakwah dan Ushuluddin, utamanya jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam, peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.