

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada bab IV, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggambaran gaya hidup masyarakat kota pada iklan XL versi “Pengalaman Unlimited Sebenarnya” tidak dapat lepas dari perkembangan teknologi maupun perkembangan zaman terutama dalam menghadapi masa pandemic. Dari segi fisik, digambarkan bahwa masyarakat kota lebih menyukai busana *casual* yang saat ini masih menjadi *trend* dan mempunyai tempat hunian mewah seperti apartemen yang ruangnya tertata dengan rapi. Dari segi aktifitas, XL menggambarkan gaya hidup masyarakat kota yang cenderung menghargai waktu dengan melakukan aktifitas secara bersamaan. Dan yang terakhir adalah gaya hidup pada masyarakat kota yang mengadopsi kebiasaan dari budaya asing yang masuk ke Indonesia berupa kemajuan teknologi dalam masyarakat kota yang digunakan dalam beraktifitas sehari-hari, sehingga memunculkan sifat konsumtif yang muncul pada masyarakat kota terutama pada masa sekarang.

V.2. Saran

Berdasarkan gambaran gaya hidup masyarakat kota pada iklan XL ini, peneliti menyarankan agar penelitian ini tidak berhenti hanya sampai pada analisis semiotika Charles Sanders Peirce saja. Harapan peneliti, agar selanjutnya penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan metode lainnya, seperti penerimaan masyarakat, atau dengan metode semiotika lainnya seperti milik Roland Barthes,

maupun John Fiske. Selain itu, peneliti menyarankan agar selanjutnya dapat dilakukan penelitian lain yang juga membahas mengenai masyarakat perkotaan dalam iklan XL ini secara lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, Keith. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Cutlip, M. Scott, Center, H. Allen, dan Broom, M. Glenn. (2016). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Hill, Chris. (2009). *Marketing Communication – Interactivity –Communities and Content*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Philip. (1993) *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia
- Kotler, Philip, dan Cox, Keith. (1984). *Manajemen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Airlangga
- Kotler, Philip, dan Bloom, P.N. (1987). *Tehnik dan Strategi Memasarkan Jasa Profesional*. Jakarta: Intermedia
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Khasali, Rhenald (1995). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Anem Kosong Anem
- Moerdijati, S. (2012). *Pengantar ilmu komunikasi*. Surabaya : Revka Petra Media.

Moleong, L.J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Saebani, Beni Ahmad. (2017). *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya..* Bandung: CV Pustaka Setia

Sobur, Alex . (2002). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Solomon, Michael., Bamossy, Gary., Askegaard, Søre., dan Hogg, Margaret K. (2015). *Consumer Behaviour A European Perspective*. Bogor: Ghalia Indonesia

Vera, Nawiroh. (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Berita Online

XL Axiata, Mengenai Produk XL Prioritas <https://www.xlaxiata.co.id/id>

Ramadhani, Niko (2020, 28 Febuari) Ini Dampak Perkembangan Teknologi yang Dapat Dirasakan <https://www.akselaran.co.id/blog/perkembangan-teknologi>

Rostanti, Qommarria (2016, 30 Agustus) Ini Penyebab Orang Kota Sering Dicap sebagai Individualis <https://republika.co.id/berita/nasional/umum/ini-penyebab-orang-kota-sering-dicap-individualis>

Hadi, Bambang Sutopo (2016, 24 mei) Krafting : Apartement jadi pilihan hunian masyarakat perkotaan

<https://jogja.antaranews.com/berita/339800/kraftig-apartemen-jadi-pilihan-hunian-masyarakat-perkotaan>

Fahrani, Ananda Khalisha (2019, 28 Mei) Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Era Revolusi 4.0

<https://www.kompasiana.com/anandakhalishafarhani/pengaruh-perkembangan-teknologi-terhadap-gaya-hidup-masyarakat-era-revolusi-4-0>

Ahda, Syamila (2015, 17 Junii) Saat Perilaku Konsumtif Menjadi Budaya Remaja

<https://www.kompasiana.com/saat-perilaku-konsumtif-menjadi-budaya-remaja>

Rozack, Abdul (2018, 26 Mei) Urban Style, Konsep Kasual yang Out of The Box

<https://radarsurabaya.jawapos.com/urban-style-konsep-kasual-yang-out-of-the-box>

Jurnal

Jamil, Muhhamad (2018). *Pemanfaatan Teknologi Virtual Reality (VR) di*

Perpustakaan: Perpustakaan Universitas Islam Indonesia. Volume 1 Nomor 1, Mei 2018, 99 - 113

Kusumawardhana, Vandy., Anantadjaya, Samuel PD., Manurung, Siska Purnama

(2012). *Gaya Hidup, Persepsi dan Itention To Buy : Studi Perilaku*

- Mahasiswa Terhadap Pemilihan Jasa Perbankan* : Finance & Accounting Journal, Vol. 1, No.1, Maret 2012, 49-68
- Kusumaningsih, Suci., Astuti, Winny., Rini, Erma Fitria (2018). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Prefensi Masyarakat Terhadap Rusunawa Brujul* : Perpustakaan Universitas Sebelas Maret. Volume 1, Nomer 1 (2019), 14 - 23
- Kusniadji, Suherman. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Volume 8 Nomor. 1, Juli 2016, Halaman 83-98.
- Margaretha, Widayatmoko, Pribadi. (2012). *Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun Brand Association* : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Volume 1, Nomor 5, Juli 2012, Halaman 455-462.
- Marhaeni, Dian K. (2010). *Representasi Anak-Anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media* : Fakultas Ilmu Komunikasi UNISSULA. Volume 1 Nomer 1, Halaman 1-11.
- Martinus (2011). *DESAIN DAN DINAMIKA GAYA HIDUP URBAN Membaca dan Mempengaruhi Transisi Sosial Melalui Desain* : Fakultas seni dan desain Institut Teknologi Bandung. Volume 2 405 - 413
- Mudjiono, Anisah Hijriyati (2018). *Karaoke Keluarga “Studi Tentang Fungsi Karaoke Pada Masyarakat Perkotaan”*: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, 1-7

Prasetya, Dwi Ilham., dan Edwar, Muhammad (2014) *Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat menggunakan jejaring social twitter di Surabaya Selatan* : Pendidikan ekonomi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. Vol 2, No 2, 2014, 1-15

Rachmawati, Santi , dan Juwito. (2015). *Reception Analysis Ibu Rumah Tangga dalam Menonton Film Televisi “Sinema Pintu Taubat Siang” di Televisi Indosiar* : Progam Studi Ilmu Komunikasi UPN “ veteran ” jawa timur. Volume 7 Nomer 2 Oktober 2015, Halaman 21-26.

Safuwani (2007). *Gaya Hidup, Konsumerisme dan Modernitas* : Jurnal SUWA Universitas Malikussaleh, Vol. V, No. 1, April 2007, 38 – 46

Suhariyanto. (2018). *Iklan Komersial Di Radio dan Perilaku Konsumtif Masyarakat* : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Unisnu, Halaman 85-98.

Tunggul (2015). *Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film 12 Menit untuk Selamanya* : Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Volume 3 Nomer 3 Oktober 2015, 302 - 311