

BAB IV

PENUTUP

Sebagai bagian terakhir dalam penyusunan skripsi ini tentang “Pola Komunikasi Komunitas Belajar Bikin Iklan Otak Atik Otak (KBBIOAO)” peneliti menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Dari uraian hasil bab-bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan:

1. Pola Komunikasi pada komunitas OAO ini adalah bersifat tanpa batasan dan saling berhubungan sehingga masing-masing anggota dan mentor memiliki hak dan kebebasan yang sama untuk berpendapat, menyampaikan informasi, saran-saran, kritikan di dalam komunitas demi mewujudkan tujuan komunitas bersama.
2. Pada tahap komunikasi anggota komunitas OAO mereka lebih menggunakan bahasa-bahasa yang santai dan non formal, bahasa yang santai dan non formal disini berupa: *Buruh, Layer, Asemii', Bajiggur, Bro, Cuk, Ndes, Boss*. Dalam hal ini anggota yang berada dalam komunitas OAO merepresentasikan ide-ide mereka lebih kreatif, dan ide-ide tersebut kebanyakan didapat pada malam hari, karena pada siang hari komunitas OAO lebih memproduksi iklan dan ini telah menjadi budaya didalam komunitas OAO.

B. Saran

1. Saran Akademis

Dalam bidang akademis, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya mengenai pola komunikasi komunitas iklan agar lebih menganalisa penelitian selanjutnya lebih mendalam dan peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti iklan yang diproduksi dengan menggunakan teori etnografi lainnya.

2. Saran Praktis

Peneliti mengharapkan kepada komunitas OAO untuk lebih sering mempublikasikan hasil karya mereka ke dunia media sosial agar masyarakat lebih mengetahui karya dan ide-ide kreatif mereka.