BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kajian Visual Tayangan Iklan Televisi Kondom Fiesta Versi “Siap Malam Mingguan”, dapat diambil kesimpulan bahwa peranan unsur-unsur iklan dalam sebuah iklan televisi merupakan hal yang sangat penting. Pendeskripsian sebuah iklan kepada responden akan sangat berpengaruh terhadap persepsi yang akan diterima oleh responden tersebut. Maka peneliti berusaha mendeskripsikan secara komprehensif alur cerita dan pokok pesan yang akan disampaikan kepada responden melalui pemaparan-pemaparan dari alur cerita iklan tersebut yang diungkap melalui kajian unsur-unsur iklan yang didalamnya terdapat unsur visual sebagai bahan acuan pendeskripsian dari visualisasi tayangan iklan kondom fiesta versi “siap malam mingguan”. Pesan yang akan disampaikan produsen kepada konsumen tidak akan mudah dipahami apabila tidak disertai objek visual. Iklan televisi kondom fiesta versi *“siap malam mingguan*” merupakan iklan yang menyampaikan pesannya secara visual yang dikemas menggunakan unsur-unsur visual iklan yang disesuaikan dengan target pasarnya.

Unsur-unsur visual iklan yang terdapat pada iklan kondom fiesta versi *"siap malam mingguan"* telah dapat menyampaikan pesan komunikasi visualnya dengan melibatkan interpretasi perseptual melalui daya tarik emosional. Dalam iklan kondom fiesta versi "siap malam mingguan" terdapat unsur-unsur visual iklan yang menyebabkan lahirnya konotasi dan denotasi negatif atas iklan tersebut, dikarenakan adanya beberapa visualisasi iklan yang menstimulasi rangsangan seksual yang disampaikan melalui unsur-unsur *picture, seen-words*, dan unsur-unsur sinematografis yang mendukung terbentuknya penafsiran tidak baik atas iklan tersebut. Maka lahirnya konotasi atau denotasi negatif atas iklan kondom fiesta versi "siap malam mingguan" tidak terlepas dari bagaimana iklan itu disampaikan melalui penyampaian gagasan visualnya (cara penyampaian ide-ide pesan melalui unsur visual).

Pesan positif yang terkandung didalam iklan tersebut adalah bahwa generasi muda harus memikirkan bahya yang mungkin terjadi akibat gaya hidup bebas dan modern yang saat ini tengah menjadi *trend* dikalangan remaja Indonesia. Maka iklan ini menganjurkan kepada para generasi muda agar sebisa mungkin menjaga keselamatan diri dari bahaya penyakit kelamin yang dapat ditularkan melalui hubungan seks bebas.

Maka peran kondom sangatlah penting dalam menjaga penularan penyakit kelamin ini, karena pada hakikatnya produsen iklan hanya berusaha untuk memasarkan produknya dengan tujuan komersial, namun disisi lain produsen DKT Indonesia juga ingin produknya dapat menjadi salah satu faktor pendukung berkurangnya pengidap HIV-Aids di Indonesia dan terlebih lagi dapat menjaga para generasi muda Indonesia yang ada agar tidak terjangkit penyakit kelamin HIV-Aids tersebut dengan mempromosikan produk kondom.

4.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai makna denotatif dan konotatif yang terkandung didalam unsur-unsur iklan yang terdapat pada iklan televisi kondom fiesta versi *"siap malam mingguan",* diantaranya mengenai teknik pengambilan sorot kamera (unsur sinematografi), unsur *picture* (unsur gambar), unsur *color* (unsur warna), dan unsur *seen-words* (unsur kalimat yang ada), serta keseluruhan tampilan visual dari iklan televisi kondom fiesta versi *"siap malam mingguan*". Apabila ada peneliti lain yang akan mengangkat penelitian yang sama atau sejenis, diharapkan agar dapat lebih mendalami objek penelitian dengan memperbanyak sumber-sumber yang menjadi acuan, atau dapat melakukan perbandingan iklan dengan cara memperbandingkan iklan kondom

yang satu dengan kompetirornya, sehingga dapat didapatkan sebuah kesimpulan yang lebih baik dan bermanfaat. Selanjutnya akan lebih baik apabila peneliti selanjutnya melakukan sebuah penelitian mengenai perspektif konsumen atas produk tersebut, guna mendapatkan sebuah ide atau gagasan visual yang lebih baik saat melakukan penelitian tersebut. Dan diharapkan para produsen iklan dapat menggunakan teknik penyampaian pesan yang lebih baik dan mudah untuk dimengerti dan diingat tanpa menyisipkan stimuli rangsangan seksual, sehingga penafsiran atas iklan yang mereka sampaikan tidak menjadi salah satu iklan yang mendapatkan reaksi negatif, baik secara ide maupun gagasan namun menjadi sebuah iklan yang baik secara pemasaran dan penilaian.