BAB 5

SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa tentang iklan televisi kartu as versi ‘aku gak punya pulsa’, dari segi visualisasi iklan dengan mengguanakan metode penelitian deskritif kualitatif dan teori semiotika untuk mengetahui tanda ikon, indeks, dan simbol maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Iklan kartu as versi ‘aku gak punya pulsa’ pada media televisi menggunakan dua aspek penting yaitu audio dan visual, dalam hal ini visual menjadi daya tarik yang lebih karena lebih menarik dan lebih mudah dipahami, visual yang menjadi pembahasan itu sendiri terdiri dari *movement, seen word* dan juga *picture*. Sedangkan *heard words* merupakan unsur audio yang juga merupakan bagian penting dari iklan televise.
- Dalam hal visualisasi gerakan kamera *(movement)* banyak mengambil sudut pandang kamera *close-up* dan *medium-shot.* Sudut pandang *close-up* untuk memfokuskan pada objek iklan terutama dalam hal mimik wajah dari para model, juga produk dari kartu as dan sudut pandang *medium-shot* untuk memperlihatkan dua orang atau lebih dalam satu *frame* dengan tetap memperlihatkan ekspresi dari wajah para model.
- Selain unsur visualisasi, terdapat unsur humor pada iklan ini yaitu terletak pada humor ekspresi, humor komunikasi dan juga Sule sebagai *endorsement* kartu as. Humor dalam iklan ini meruapakan sebuah penghubung antara jalan cerita dan juga produk kartu as.
- Relasi antar tanda ikon, indeks dan simbol dalam iklan ini satu sama lain saling berhubungan dan dalam hal visual, ikon lebih banyak didapati pada iklan ini karena ikon berperan penting dalam hal membangun karakter yang masing-masing diperankan oleh para model. Karakter tersebut mewakili *target audience* dari kartu as yaitu anak muda, ikon dalam iklan

ini berperan dalam hal membangun cerita, indeks berperan dalam hal membangun suasana sedih maupun bahagia sedangkan simbol mempertegas bahwa iklan ini merupakan iklan kartu as telkomsel.

Pesan yang ingin disampaikan kartu as pada konsumen melalui iklan kartu as versi 'aku gak punya pulsa' dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Iklan kartu as versi 'aku gak punya pulsa' memakai pendekatan iklan secara emosional melalui pendekatan humor, humor dalam iklan ini dikemas dengan cara memadupadankan cerita drama, dimana diawali dengan konflik, penyelesaian dan juga akhir cerita yang bahagia *(slice of life)*. Kata-kata dengan pengucapan yang berlebihan (hiperbola) dan juga ekspresi dari para model dan juga Sule menambah sisi humor pada iklan ini.
- Pesan yang ingin disampaikan iklan kartu as versi 'aku gak punya pulsa' itu sendiri adalah kartu as ingin menjadi sebuah solusi bagi khalayak yang ingin berkomunikasi dengan harga kartu *provider* yang murah dan memiliki bonus-bonus yang berlimpah, dalam versi ini khususnya para pasangan kekasih.
- Kartu as juga ingin selalu menjadi kartu *provider* yang mampu memenuhi dan membaca keinginan pasar dengan selalu berinovasi baik dari fitur maupun bonus-bonusnya yang selalu betambah, sesuai *tagline* kartu as itu sendiri yaitu 'paling murah'.
- Kartu as juga ingin menjaring semua kalangan masyarakat agar dapat memakai kartu as, tidak terbatas pada anak muda saja. Dapat dilihat dengan adanya tokoh seorang nenek pada iklan.

Dari pemaparan diatas dapat diambil suatu kesimpulan yaitu kartu as merupakan kartu *provider* yang mengambil sebuah cerita dari gaya hidup *(lifestyle)* yang sering didapati dalam kehidupan nyata khususnya anak muda, yaitu terjadinya konflik antara pasangan kekasih dikarenakan komunikasi yang kurang dengan memadupadankan dengan cerita drama dengan sentuhan humor sebagai penghubung antara konsep cerita dengan Sule sebagai *endorsment*. Kartu as juga ingin menjaring seluruh lapisan masyarakat tidak hanya anak muda saja,

nenek pun juga bisa menjadi konsumen kartu as dan kartu as selalu hadir dengan bebrbagai bonus telefon dan sms sebagai solusi dalam menyelesaikan masalah komunikasi yang kurang tersebut karena kartu as paling murah.

5.2 Saran

Dalam penelitian maengenai iklan televisi kartu as versi ‘aku gak punya pulsa’ disini penulis lebih membahas visualisasi dari unsur *movement, picture*, *seen word* dan *hear words* dari elemen audionya juga tanda berupa ikon, indeks dan simbol yang ada pada visual iklan. Maka dari itu penulis menyarankan bagi peneliti lain yang ingin menganalisis iklan ini kembali, sebaiknya lebih membahas tentang komunikasi iklan ataupun citra dari iklan kartu as telkomsel versi ‘aku gak punya pulsa’ dalam media televisi. Dengan begitu akan lebih banyak lagi referensi mengenai kajian tentang iklan kartu as versi ‘aku gak punya pulsa’ ini.