BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang berjudul "Diskriminasi Etnis-etnis minoritas" (Analisis Semiotika Roland Barthes mengenai Diskriminasi Etnis-etnis minoritas Dalam Tayangan *Iklan Television Cable* SaleStock Indonesia – "*Catwalk Nusantara"* dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Pemaknaan denotatif dalam Iklan Catwalk Nusantara tentang diskriminasi diawali dengan tokoh-tokoh dalam iklan yang berjalan Catwalk di setiap settingnya. Perlakuan para tokoh di setiap *Sequence*nya yang menunjukan tanda diskriminiasi secara tidak langsung kepada etnis minoritas
2. Pemaknaan konotatif makna yang muncul dari penandaan yang ada dalam 3 *sequence* dalam penelitian ini tentujuga terlihat dari penamilan busana, tatarias, model rambut, ekpresi, gestur, suara, serta semua benda yang berada dalam iklan, kemudian teknik pengambilan gambar juga termasuk kedalam tanda yang menandakan Diskriminasi.
3. Makna Mitos/Ideologi simbol simbol yang sudah menjadi identitas umum dari berbagai suku budaya yang tentu saja berkatian satu sama lain antara Penanda, petanda, denotatif, konotatif di semua *sequence*nya. Bila dikaitkan dengan penelitian ini, terjadinya diskriminasi bahwa selama bertahun-tahun di tanah air Indonesia masih saja terjadi di dalam negara yang multi etnis ini.

Dengan begitu dalam penelitian ini tanda diskriminasi dalam tayangan Iklan Television Cable Sale Stock Indonesia "Catwalk Nusantara" terlihat melalui denotatif, konotatif, maupun mitos/ideologi. Setiap tanda tersebut menghaslkan Makna Diskriminasi Etnis-Etnis Minoritas.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi universitas

Analisis semiotika adalah analisis yang tepat untuk meneliti kedalaman sebuah iklan. Memaknai tanda-tanda yang terdapat dalam iklan tidaklah mudah oleh karena itu perlu dikembangkan kepada mahasiswa agar dapat lebih memahami makna-makna yang terkandung. Saran peneliti kepada pihak program studi dapat memperluas Semiotika di dalam Matakuliah Metode Penelitian Kualitatif pada semester enam. Harapan peneliti dengan memperluas semitotika di matakuliah MPK diharapkan bisa menambah pengetahuan mahasiswa dalam mengungkap makna atau fenomena yang terkait dengan ilmu komunikasi.

5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

Penelitian mengenai semiotika memiliki daya tarik tersendiri dalam sebuah penelitian, karena memiliki jangkauan yang cukup luas. Iklan yang kaya akan informasi, pengetahuan dan hiburan sangatlah menarik untuk diteliti lebih dalam untuk mengetahui makna-makna yang terdapat dalam Iklan tersebut. Manusia hidup dipenuhi dengan tanda-tanda, baik itu tanda alami ataupun buatan. Bagi peneliti selanjutnya analisis semiotika berupaya

menemukan makna dan tanda yang tersembunyi, maka perlu perhatian kesadar akan bahwa tanda dan makna tersebut merupakan hasil dari konstruksi sosial di mana peneliti berada.

5.2.3 Saran bagi mayarakat

Untuk masyarakat, ikan-iklan yang mengandung makna tersembunyi ini sebagai masyarakat yang menonton harus memiliki kontrol pemikiran terhadap apa yang ditonton. Setiap pesan yang disampaiakan dalam sebuah iklan dapat mempengaruhi pola pikir seseorang. Ambil nilai positif yang terdapat dalamnya. Pelajaran yang penting mengenai diskriminasi yang dibahas dalam penelitian di atas menjadi gambaran bahwa masyarakat lebih memahami arti dari diskriminasi itu terlebih yang hidup di tempat yang multi etnis seperti Indonesia.