BAB V. KESIMPULAN & SARAN

Sebagai capaian dari penelitian yang telah dilakukan, penulis telah mendapatkan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian. Penulis juga memberi beberapa saran untuk para peneliti yang akan meneliti sebuah iklan yang mengandung unsur metafora visual, dan juga saran untuk para pembuat iklan yang akan menggunakan tanda-tanda dan metafora sebagai cara penyampaian pesannya.

V.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai "Tinjauan Visual Pada Iklan Televisi Kartu As Versi Gulai Otak" melalui teori semiologi Ferdinand de Saussure, menghasilkan beberapa kesimpulan diantaranya yaitu dapat diketahui bahwa Paket Kenyang *Internetan* yang diiklankan pada iklan tersebut ditujukan untuk seluruh masyarakat Indonesia. Dari mulai remaja, hingga orang tua, bahkan dari segala suku apapun bisa menggunakan Paket Kenyang *Internetan*. Hal ini terlihat dari keragaman karakteristik yang dimiliki oleh anggota Keluarga Asikin.

Berdasarkan teori semiologi yang dikemukakan oleh Saussure dengan model *signified* dan *signifier*, penulis menyimpulkan bahwa terdapat keterkaitan makna antara Paket Makanan Padang Mingguan dengan Paket Kenyang *Internetan* Mingguan. Penulis juga menyimpulkan bahwa cara penyampaian pesan yang digunakan pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak ini yaitu menggunakan metafora visual atau *Pictorial Metaphor*. Berdasarkan teori *Pictorial Metaphor* yang dikemukakan oleh Charles Forceville, diketahui bahwa Paket Makanan Padang tersebut adalah representasi dari produk yang diiklankan yaitu Paket Kenyang *Internetan*, hal ini terlihat dari kemiripan sifat kedua bentuk tersebut. Jenis *Pictorial Metaphor* yang digunakan pada iklan ini yaitu *Pictorial Metaphor with one pictorially present term* (*MP1s*). Bentuk metafora dapat digunakan untuk membuat sesuatu menjadi lebih menarik seperti yang dilakukan pengiklan pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak ini.

Setelah diteliti, warna merah yang mendominasi *setting* tempat pada iklan Kartu As versi Gulai Otak ini adalah warna yang mewakili perusahaan pengiklan, yaitu Kartu

As dan Telkomsel. Selain itu, dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap unsur verbal yang terdapat pada iklan Kartu As versi Gulai Otak ini, diketahui bahwa secara tidak langsung terdapat beberapa dialog yang mengarah kepada produk yang diiklankan yaitu Paket Kenyang *Internetan* Mingguan.

Dari keempat kesimpulan di atas, dapat disimpulkan kembali bahwa iklan Kartu As versi Gulai Otak banyak menggunakan tanda-tanda untuk merepresentasikan hal-hal yang akan disampaikan. Iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak merupakan iklan yang menghibur tanpa terlihat bahwa iklan tersebut sedang menjual sesuatu.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian terhadap iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak, telah didapatkan cara untuk membedah iklan yang mengandung metafora visual secara lebih teratur. Dengan membedah tanda-tanda yang terdapat pada iklan yang diteliti terlebih dahulu dan melakukan perbandingan terhadap produk yang diiklankan dengan objek yang terdapat pada iklan. Penulis menyarankan untuk menggunakan teori semiologi Ferdinand de Saussure dengan model *sign, signified,* dan *signifier* untuk membedah setiap tanda yang terdapat pada sebuah iklan, dan juga teori *Pictorial Metaphor* yang dikemukakan oleh Charles Forceville. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, kedua teori tersebut saling berhubungan satu sama lain.

Kemudian untuk para pembuat iklan, penggunaan berbagai tanda tanpa harus tertuju langsung pada tujuan dari iklan tersebut dapat membuat iklan menjadi lebih menarik. Salah satunya yaitu dengan menggunakan metafora sebagai dasar dari penyampaian pesan yang akan digunakan pada iklan. Dalam menggunakan metafora visual, disarankan untuk memperhatikan hubungan atau relasi diantara produk yang diiklankan dengan objek yang akan digunakan untuk mewakili produk pada iklan tersebut. Pemilihan objek yang memiliki karakterisitik yang sama dengan produk yang akan diiklankan, juga ketepatan dalam memilih objek pengganti yang sesuai dengan target sasaran, akan semakin membuat iklan menjadi lebih menarik dan dapat berfungsi sebagaimana mestinya.