BAB V. KESIMPULAN, SARAN

Dalam capaian penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa point penting yang menurut penulis dapat merepresentasikan pesan dari visualisasi ideologi serta kaitannya dengan produk rokok A Mild. Serta penulis juga ingin menyampaikan beberapa saran kepada para peneliti yang akan membedah visualisasi ideologi dalam sebuah iklan menggunakan metode analisis wacana kritis, serta saran yang ditujukan kepada para pembuat iklan yang akan menggunakan kajian teks wacana dalam membangun persepsi ideologi dalam iklan yang akan dibuat.

V.1 Kesimpulan

Penelitian yang sudah penulis lakukan mengenai "Tinjauan Visualisasi Ideologi Pada Iklan A Mild Versi WOW" berdasarkan analisis wacana kritis yang di kemukakan oleh S. Jager. Penulis dapat menyimpulkan adanya unsur ideologi politik yang tertanam pada iklan A Mild versi WOW ini. Penulis juga dapat menyimpulkan bahwa dalam menganalisa ideologi pada Iklan A Mild versi WOW ini, menggunakan analisa wacana kritis berdasarkan praktek *diskursif, non-diskursif,* dan materialisasi objek sebagai metode pencarian makna dalam iklan.

Melalui analisis ini didapat beberapa kesimpulan diantaranya, bahwa unsur audio dan visual pada iklan A Mild versi WOW ini mampu merepresentasikan bahasa melaui media gambar dan musik sehingga memiliki kaitan dengan ideologi yang disematkan dalam iklan ini, guna memberikan dampak terhadap masyarakat yaitu berupa pemikiran untuk "menunjukkan diri" dan "mendobrak pikiran", dua hal tersebut merujuk pada bahasan revolusi mental, yang belakangan ini kembali di angkat oleh pemimpin-pemimpin di Indonesia, hal ini terjadi berkaitan dengan jiwa bangsa yang mulai pudar yang menyebabkan kemerosotan etos kerja, hilangnya rasa tanggung jawab, dan tidak adanya nilai gotong royong. Maka dari itu pada iklan A Mild versi WOW ini disalurkan ide, dan gagasan yang berkaitan dengan unsur revolusi mental, semangat pembaharuan, semangat untuk mau menunjukkan diri dengan apa yang kita miliki tanpa harus merasa takut, dan A Mild disini seperti ingin menjadi contoh selaku

pemilik kekuasaan yang juga ingin memberikan sumbangsinya kepada bangsa dalam kaitannya dengan revolusi mental.

Dapat disimpulkan juga bahwa wacana sebagai media penyampaian dapat juga digunakan dalam sebuah iklan sebagai metode yang dapat digunakan oleh pengiklan di Indonesia agar iklan yang dibuat dapat memiliki unsur ideologi didalamnya. Kajian wacana juga mampu menjadi media yang tidak hanya menyampaikan unsur linguistiknya saja namun ada keterkaitan dengan ilmu diluarnya, dan juga adanya latar belakang mengenai makna dan citra serta kepentingan yang sedang diperjuangkan, seperti yang dilakukan pengiklan pada iklan A Mild Versi WOW ini.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian terhadap iklan A Mild versi Wow ini, didapatkan cara untuk membedah wacana yang dibangun dalam iklan yang mengandung unsur ideologi secara lebih terskema. Dengan membagi unsur visual dan audio, lalu merincikannya dalam beberapa bagian, dan membandingkannya dengan produk yang diiklankan melalui objek yang terdapat pada iklan. Penulis menyarankan menggunakan kajian analisis wacana kritis S. Jager dengan model praktik *diskursif, non-diskursif,* dan materialisasi objek untuk membedah setiap tanda yang merepresentasikan ideologi dalam iklan tersebut.

Kemudian bagi para pembuat iklan, penggunaan tanda pada sebuah iklan untuk membangun ideologi dapat membuat iklan tampak lebih unik, berbeda dan berbobot. Salah satunya yaitu dengan menggunakan wacana sebagai dasar dalam pembentukan materi visual dan audio. Diharapkan para pembuat iklan dapat memperhatikan pula keterkaitan atau relasi antara objek iklan dengan nilai sosial yang ada didalam masyarakat, karena menyangkut nilai ideologi atau paham terhadap sebuah pandangan yang ada didalam kehidupan masyarakat. Serta ketepatan eksekusi pada unsur visual dan audio menjadi point utama dalam pembentukan pesan ideologi yang sesuai dengan

target sasaran, yang dapat menciptakan visualisasi yang lebih menarik dan berfungsi sesuai dengan semestinya.