BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini merupakan pemaparan pencapaian dari penelitian yang telah dilakukan, oleh karena itu, penulis telah mendapatkan beberapa kesimpulan terkait hasil dari penelitian terhadap iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?"ini. Tidak hanya itu, penulis juga memberikan beberapa saran untuk para peneliti yang tentunya akan meneliti sebuah iklan lainnya dan juga saran bagi para pembuat iklan yang akan menggunakan makna tanda-tanda visual untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah iklan tersebut.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis mengenai iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?" melalui teori semiotika Roland Barthes untuk mengetahui tataran makna denotasi, makna konotasi dan makna mitos atau ideologi, sehingga menghasilkan beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu :

- Dalam segi hasil pemaknaan tanda yang ditinjau dari tanda visual pada iklan Shopee ini, penulis menyimpulkan bahwa iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?" memiliki makna dan bahkan saling memperkuat antar makna yang merepresentasikan ideologi dari *brand* atau *profile* Shopee itu sendiri. Seperti target audiens, visi-misi, fitur-fitur aplikasi Shopee dan tentunya program unggulan Shopee, yaitu garansi harga termurah dan gratis ongkir. Hal tersebut ditinjau dari setiap *scene-scene* yang memiliki tanda-tanda visual yang dapat merepresentasikan tataran makna mitos atau ideologinya Shopee pada setiap adegannya (terdapat pada bab IV, hal. 65-123).
- Pesan yang ingin disampaikan iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?" adalah "Shopee ingin menjadi *mobile* market nomer 1 di Indonesia" layaknya seorang Presiden Jokowi yang menjadi orang nomer satu di Indonesia. Dengan mengusung atau mempersembahkan program unggulannya, yaitu "Garansi harga termurah dan gratis ongkir se-Indonesia". Sehingga Shopee diharapkan menjadi solusi bagi masyarakat untuk memenuhi dan membantu segala kebutuhannya, yaitu cukup hanya dengan menggunakan aplikasi gawai Shopee yang tentunya lebih efektif, efisien dan tentunya dengan harga termurah.

- Sosok yang menyerupai Presiden Jokowi sebagai publik figur memiliki peran yang sangat penting dalam iklan ini. Pasalnya sosok publik figur yang menyerupai Presiden Jokowi ini memiliki kesamaan makna atau merepresentasikan ideologi Shopee. Seperti halnya, Sosok seorang Presiden Jokowi merupakan sosok seorang nomor satu se-Indonesia, begitu juga dengan Shopee yang dengan visinya ingin menjadi *mobile marketplace online* nomer satu se-Indonesia.

  Presiden Jokowi pada tahun 2017 viral dengan kegiatan kuis beserta hadiah sepedanya, dalam kegiatan tersebut terdapat sebuah filosofi, yaitu upaya Presiden Jokowi agar selalu dekat dengan dengan warganya (Bab II, h. 45). Hal tersebut memiliki kesamaan dengan Shopee yang pertama kali menghadirkan fitur *live chat*, guna agar pembeli dengan pelapak merasa dekat dan dapat berkomunikasi dengan lebih baik dan nyaman. Tidak hanya itu, Jokowi identik atau dikenal dengan presiden yang merakyat, hal tersebut dapat dilihat dengan penampilannya yang sederhana, meskipun begitu Presiden Jokowi berani untuk bekerja blusukan. Kesederhaan tersebut juga mengidentikkan Shopee, yaitu Aplikasi Shopee dibekali dengan tampilan aplikasi yang sederhana, tentunya hal tersebut mempermudah dalam penggunaan aplikasinya, meskipun oleh pengguna baru (Terdapat bab II, h. 41).

- Aplikasi Shopee yang diiklankan pada iklan tersebut ditujukan untuk semua kalangan masyarakat Indonesia yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan menggunakan bantuan gawai. Di mulai dari segi usia (anak-anak, remaja hingga orang tua), dari segi tingkat atau kelas ekonomi dan bahkan dari suku apapun bisa menggunakan aplikasi Shopee. Hal tersebut ditinjau dari iklan tersebut yang memiliki keragaman tokoh, seperti usia, bahasa, tingkat kelas ekonomi, suku dan wilayah latar yang digunakan pada iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?".

Dari keempat kesimpulan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan kembali bahwa iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?" ini pada setiap *scene*-nya terdapat tanda visual yang memiliki makna-makna untuk merepresentasikan ideologi Shopee

serta pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak yang dikemas dengan cerita iklan yang mengusung peristiwa kuis dan hadiah sepeda Presiden Jokowi.

V.2 Saran

Dalam penelitian iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?" ini, penulis lebih membahas atau memfokuskan terkait tataran makna yang terdapat pada tanda visual atau unsur visual serta tanda audionya juga. Tataran makna tersebut berupa makna denotasi, konotasi dan mitos atau ideologi yang berlandaskan dari model semiotika Roland Barthes. Maka dari itu, penulis menyarankan bagi para penulis lain yang ingin menganalisa iklan ini kembali atau iklan lainnya, sebaiknya dilakukan dengan sudut pandang yang berbeda, seperti halnya dari segi tentang komunikasi iklan, bahasa, atau bahkan citra iklan Shopee versi "Sepedanya Mana?". Maka dengan banyaknya sudut pandang pada penelitian tersebut, dapat memberikan referensi-referensi terkait ilmu pengetahuan dalam bidang periklanan.

Sedangkan untuk para pembuat iklan, dalam memanfaatkan kegunaan tanda-tanda diusahakan tidak harus tertuju langsung terhadap tujuan dari iklan tersebut, hal tersebut tentunya dapat membuat iklan tersebut terlihat menarik. Seperti halnya, yaitu dengan memanfaatkan fungsi atau publik figur beserta dengan insiden atau kegiatan khasnya, dengan begitu alangkah baiknya publik figur tersebut memiliki kesamaan atau mewakili pesan atau ideologi perusahaan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Dengan pemilihan objek publik figur yang tepat, tentunya dapat membuat iklan menjadi lebih menarik dan bahkan membuat khalayak tertarik untuk menggunakan terhadap apa yang ditawarkan dalam iklan tersebut.