



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dalam kedua iklan *Axe* versi *sauce* dan *mist*, ditemukan berbagai tanda verbal maupun non verbal yang merepresentasikan sensualitas perempuan. Tanda verbal tersebut dapat terlihat melalui narasi *tagline* *The Axe Effect* yang dibacakan seorang perempuan dengan nada yang sensual dan menggoda, sedangkan tanda non verbal dapat terlihat dari aktivitas kedua *endorser* perempuan yang berubah menjadi agresif dan sensual ketika mencium aroma dari parfum *Axe*. Bahasa tubuh kedua *endorser* perempuan ketika menggoda seperti menggigit bibir, meremas botol sambal, meniupkan udara ke kaca mobil, tatapan mata, mengibaskan rambut, dan ekspresi wajah, merepresentasikan dengan jelas tentang sensualitas perempuan dalam iklan. Selain itu, pengambilan gambar yang berani seperti *close-up* bibir perempuan dan tatapan mata semakin menguatkan sensualitas perempuan dalam iklan. Dalam kedua iklan juga terlihat bagaimana seorang pria terlihat lemah ketika dihadapkan dengan perempuan yang bergaya sensual, agresif, dan berani.
- b. Makna keseluruhan yang didapat dari kedua iklan *Axe* tersebut, mereka seakan ingin mengajak setiap konsumennya, untuk bisa tampil lebih percaya

diri dan lebih menarik. Hal ini, dikarenakan aroma wangi dari *Axe* akan membuat setiap perempuan hilang kontrol sehingga akan berubah agresif ketika mencium aromanya. *Tagline Axe* menegaskan kembali bahwa inilah efek yang dihasilkan oleh parfum *Axe*. Tidak hanya membantu pria dalam tampil percaya diri, tetapi memberikan efek lebih bagi setiap pria untuk bisa mengencani perempuan yang mereka idamkan.

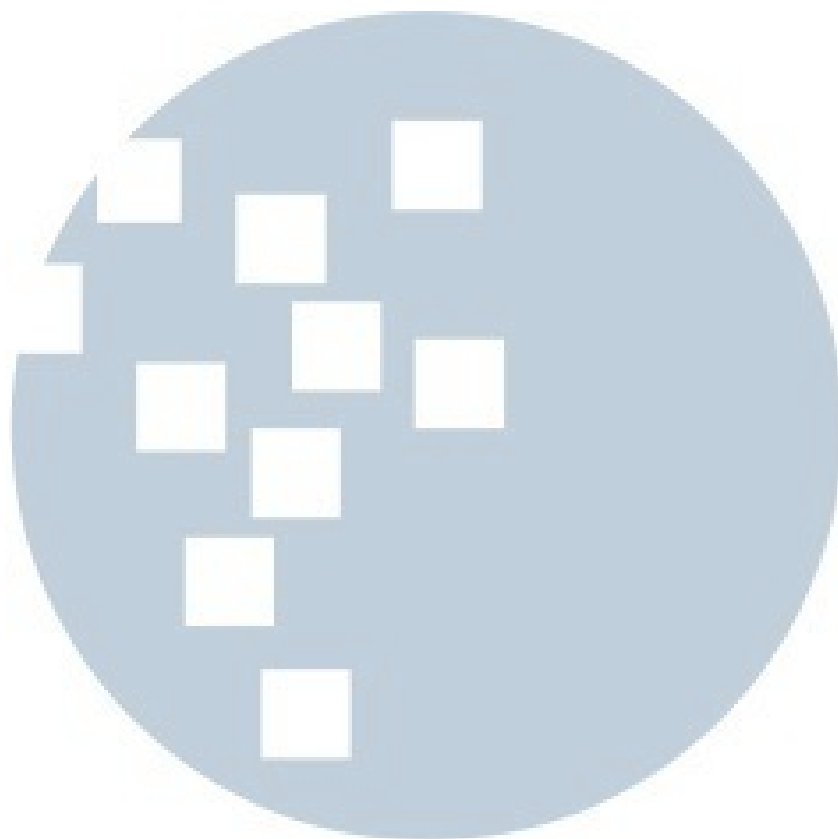
5.2 Saran

Untuk para akademisi, disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian semiotika yang lebih mendalam terkait dengan tanda dan makna yang ditampilkan di dalam iklan.

Kepada para praktisi, perlu sekali memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai tanda dan makna dalam menyusun strategi kreatif sebuah iklan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAMPIRAN



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA