

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Iklan layanan masyarakat berjudul “*CreateCourage -Rogue One_A Star Wars Story*” akun YouTube globeph ini berdurasi 02:02 yang diunggah pada 2016. Iklan ini dibuat untuk promosi film *Rogue One: A Star Wars Story* namun dengan konsep pengemasan Iklan Layanan Masyarakat yang tentunya bertujuan untuk kepentingan dalam meraih keuntungan bisnis pada suatu film.

Berdasarkan dari penelitian serta pengamatan yang telah dibahas pada bab sebelumnya peneliti menemukan bahwa iklan layanan masyarakat berjudul “*CreateCourage -Rogue One_A Star Wars Story*” yang dibuat untuk kepentingan promosi film *Star Wars* yang dibalut dengan eksekusi penyajian berbentuk iklan layanan masyarakat ini telah merepresentasikan *negative self-acceptance* yang terbukti dari beberapa analisis pada tanda menggunakan pisau analisis Charles Sanders Peirce yaitu segitiga makna yang terdiri dari representamen, objek dan interpretan.

Representasi *negative self-acceptance* yang tergambar pada iklan layanan masyarakat ini tergambar pada 14 *setting* adegan yang masing-masing *setting* adegan di analisis menggunakan segitiga makna milik Peirce serta penambahan 9 sub-tipe tanda sebagai bentuk perincian dalam analisis masing-masing adegan.

Beberapa adegan yang di dalamnya menampilkan *negative self-acceptance* memiliki pembuktian nyata berdasarkan tanda yang ada. penjelasan secara mendetail bahwa iklan ini mengalami pembiasaan makna dalam melakukan penggambaran suatu objek karena bukan mengangkat soal penggunaan atribut *Star Wars* sebagai cara membuktikan bahwa aktor utama merupakan penggemar berat dari film. Dalam iklan ini terdapat dua karakter yang cukup kuat dimana keduanya adalah penggemar berat *Star Wars* namun digambarkan dengan berbeda dimana kakak dari aktor utama yang juga penggemar film ini jarang menggunakan atribut berbeda dengan adiknya yang selalu menggunakan atribut.

Berdasarkan apa yang telah dibahas maka terlihatlah tanda bahwa penggunaan atribut *Star Wars* merupakan cara bagi karakter utama untuk dapat menyembunyikan kenyataan yang terjadi. Pembuktian lainnya bahwa sedikitnya interaksi yang dilakukan oleh pemeran utama dengan orang-orang disekitarnya merupakan salah satu bukti bahwa memang telah *negative self-acceptance* secara negatif pada dirinya. Pemeran utama pada dasarnya telah mampu untuk dapat menerima keadaan dirinya. Hal ini terbukti dengan beberapa kegiatan yang dia lakukan bersama kakaknya seperti bermain sepeda dan bermain dalam rumah namun terlihat juga tanda bahwa meskipun dia dapat menerima dirinya dengan baik tetapi cara dia dalam menjalani hidup merupakan sesuatu yang kurang benar.

Perilaku yang tidak biasa karena adanya *negative self-acceptance* yang terjadi pada pribadi pemeran utama menjadikan orang-orang disekitarnya merasakan sesuatu yang janggal dan akan mengakibatkan munculnya pandangan kebingungan dari oranglain. Berdasarkan dari visual yang ditampilkan dalam iklan *icon starwars* berupa helm merupakan sesuatu yang sebenarnya tidak mudah dimiliki oleh beberapa anak seusianya. Harganya yang mahal dan tempat pembeliannya yang tidak berada di sembarang tempat menjadikan hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya aktor utama dan keluarganya merupakan golongan masyarakat mampu. Kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh keluarga dari aktor utama seharusnya mampu menjadikan aktor utama dapat menjalani kehidupannya dengan lebih aman seperti dengan memanggil guru untuk datang mengajar di rumah ataupun melakukan penyembuhan penyakit yang diderita oleh aktor utama dengan cepat. Peran orang tua seharusnya dalam membentuk rasa *self-acceptance* pada diri anaknya tidak terlihat dalam adegan iklan ini melainkan hanya semangat dari orang tua yang membuat aktor utama untuk tetap semangat menjalani kehidupan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti memiliki harapan untuk pembelajaran terkait metode penelitian semiotika di beberapa institusi pendidikan terkait analisis iklan menggunakan pisau analisis semiotika lebih dikembangkan lagi dan dibuatkan acuan dasar khusus agar penelitian berbasis semiotika sesuai dengan alur yang tepat. Pengembangan penelitian menggunakan keilmuan semiotika merupakan sesuatu yang penting karena dapat melatih akademisi untuk dapat berfikir kritis yang berguna untuk memperbaiki sesuatu yang memiliki kesalahan persepsi. Saran untuk penelitian kuantitatif untuk dapat membuat penelitian sejenis yang berfokus kepada melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas iklan layanan masyarakat ini.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis terkait penelitian suatu iklan dengan menggunakan pisau analisis semiotika yaitu diharapkan kepada banyak peneliti lainnya untuk dapat berpikir secara kritis terhadap suatu iklan terlebih iklan layanan masyarakat yang umumnya digunakan untuk dapat mempengaruhi masyarakat secara luas. Terkadang makna yang coba disampaikan dalam suatu iklan menjadi bias karena adanya kesalahan pembuat iklan dalam menterjemahkan pesan melalui visual dengan menghadirkan pakar semiotika sebagai orang yang dapat membedah visual yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan menjadikan iklan ini akan lebih terarah.