BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada sosial media Instagram telah ditemukan representasi rasisme dalam beberapa adegannya. Dalam iklan ini, terlihat bahwa Volkswagen mencoba untuk menyampaikan pesan gembira kepada publik karena mereka telah melakukan *launching* produk baru mereka yakni Volkswagen Golf 8. Di sisi lain nuansa gembira yang ditampilkan ternyata menyimpan suatu pesan yang bersifat menjatuhkan martabat ras kulit hitam. Hal ini terlihat saat sosok tangan manusia berkulit putih yang memiliki niatan untuk mempermainkan dan mempersulit pria kulit hitam yang hendak memasuki mobil Volkswagen Golf 8.

Tanda rasisme yang terdapat pada iklan ini, peneliti analisis menggunakan lima kode pembacaan Roland Barthes dan dijabarkan menggunakan pembacaan tanda denotasi dan konotasi. Berdasarkan kelima kode tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa tanda-tanda rasisme yang ada pada iklan tersebut ternyata memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Dimulai dari gestur tangan kulit putih dan postur pria kulit hitam, telah menyampaikan pesan bahwa sosok kulit putih tersebut telah mendominasi pria

kulit hitam. Dominasi tersebut kemudian dipertegas dengan suara tawa seorang wanita yang terdengar saat sosok tangan tersebut melakukan adegan mempermainkan pria kulit hitam. Komposisi gambar *long shots* yang digunakan pada iklan ini juga memperkuat kesan dominasi ras kulit putih terhadap kulit hitam

Kesan pria kulit hitam sebagai korban dominasi dari sosok kulit putih diperkuat dengan warna pakaian yang ia kenakan, yakni warna coklat yang memiliki makna sederhana dan rendah. Selain itu iklan ini juga memepersuasi *audiens* untuk ikut merendahkan martabat pria kulit hitam melalui sudut pengambilan gambar atau *angle shots* menggunakan *subjective camera angle*.

Pada akhir iklan, gerakan menyentil yang dilakukan oleh sosok kulit putih tersebut merupakan klimaks dari bentuk dominasi ras kulit putih terhadap pria kulit hitam pada iklan ini. Nama *café Petit Colon* tempat dimana pria kulit hitam masuk setelah disentil oleh sosok kulit putih dan tulisan "*neger*" ternyata memiliki korelasi dengan sejarah perbudakan. Seolah-olah kesan yang ditampilkan adalah ras kulit putih menginginkan ras kulit hitam untuk kembali ke kelompoknya dan memandang ras kulit hitam adalah ras yang lemah.

Dari analisis yang telah dilakukan pada iklan mobil Volkswagen Golf 8 pada sosial media Instagram ditemukan mitos bahwa tindakan rasisme ras kulit putih terhadap ras kulit hitam masih ditemui pada masyarakat modern yang berpikiran terbuka. Hal ini diperkuat dengan meyimpanya motto pemasaran

Volkswagen “*Volkswagen For Everyone*” pada produksi pesan promosi yang dinilai mengandung unsur rasisme terhadap ras kulit hitam (Volkswagen, 2020).

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Di masa mendatang, peneliti mengharapkan akan ada penelitian dengan isu yang sama agar dapat mengembangkan topik ini melalui metode penelitian berbeda dengan tujuan informasi yang diperoleh semakin detail mengenai rasisme dalam iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada sosial media Instagram 2020. Selain itu peneliti juga mengharapkan akan ada penelitian lain yang meneliti iklan Mobil Volkswagen Golf 8 pada sosial media Instagram namun mengulas dari persepsi yang berbeda selain representasi rasisme.

5.2.2. Saran Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini agensi periklanan dapat lebih mematangkan konten promosinya yang akan disampaikan kepada publik, selain itu peneliti juga berharap kepada agensi periklanan untuk lebih menerapkan etika periklanan dalam menjalankan tugasnya.