

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Iklan parodi Levi's Wokes oleh SNL adalah kritik tajam terhadap fenomena *woke capitalism*, di mana perusahaan memanfaatkan isu keadilan sosial untuk pemasaran tanpa komitmen nyata terhadap perubahan. Selain menyindir kapitalisme, iklan ini juga mengolok-olok perilaku individu atau kelompok yang berlebihan dalam menyikapi isu *woke*, menciptakan kesan pencitraan yang tidak autentik. Elemen satir seperti celana berbahan goni yang longgar dan format hitam-putih menyoroti tren budaya yang memanfaatkan nilai sosial secara berlebihan.

Analisis visual iklan menunjukkan penggunaan warna abu-abu netral, gradasi halus, dan latar minimalis untuk menyoroti figur dan tipografi yang menyampaikan pesan *woke*. Desain celana jeans dengan resleting 360 derajat menciptakan kesan inklusif tetapi secara satir mengkritik produk yang tidak fungsional akibat penerapan konsep yang berlebihan. Iklan ini juga menyindir perusahaan seperti Levi's yang mengikuti tren untuk keuntungan tanpa mempertimbangkan estetika dan fungsi produk.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes, iklan ini memiliki tiga lapisan makna yaitu denotasi berupa elemen visual, konotasi yang mengkritik aktivisme performatif, dan mitos yang menyoroti narasi kapitalisme dalam budaya populer. Iklan ini mengajak audiens untuk berpikir kritis terhadap dukungan sosial yang tidak autentik dan menekankan pentingnya aktivisme nyata dibanding simbolisme. Secara keseluruhan, iklan ini menyampaikan kritik efektif terhadap ekstremisme dalam penerapan konsep *woke* di industri fashion, menunjukkan bahwa upaya tanpa

pertimbangan matang dapat menghasilkan produk yang tidak realistis dan tidak diterima masyarakat.

5.2 Saran

1. Dosen/ Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman mengenai semiotika visual, khususnya dalam penerapannya pada analisis humor dan satir dalam iklan parodi. Dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, teori komunikasi visual Nirmana, dan teori komunikasi visual Robin Landa, penelitian ini akan mengungkap makna serta pesan tersirat dalam iklan parodi Levi's *Woke*. Fokus penelitian ini adalah pada generasi Z sebagai audiens utama iklan tersebut. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks *woke* yang melatarbelakangi iklan parodi ini, disarankan untuk mengintegrasikan teori-teori kritis dalam analisis. Teori kritis dapat memberikan perspektif yang lebih luas mengenai isu *woke* yang tidak hanya terbatas pada aspek *fashion*, tetapi juga mencakup aspek sosial dan budaya yang lebih luas. Dengan demikian, analisis visual yang telah dilakukan dapat diperkaya dengan dimensi kritis yang lebih kuat. Selain itu, agar penelitian lebih fokus dalam mendalami makna iklan, maka penelitian selanjutnya dapat dilakukan tanpa menggunakan data wawancara dan kuesioner.

2. Universitas

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman mengenai semiotika visual, khususnya dalam penerapannya pada analisis humor dan satir dalam iklan parodi. Dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, teori komunikasi visual Nirmana, dan teori komunikasi visual Robin Landa, penelitian ini akan mengungkap makna serta pesan tersirat dalam iklan parodi Levi's *Woke*. Selain itu, dengan mengintegrasikan analisis ikonografi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai simbol-simbol

visual yang digunakan dalam iklan tersebut. Fokus penelitian ini adalah pada generasi Z sebagai audiens utama iklan.

