

BAB V

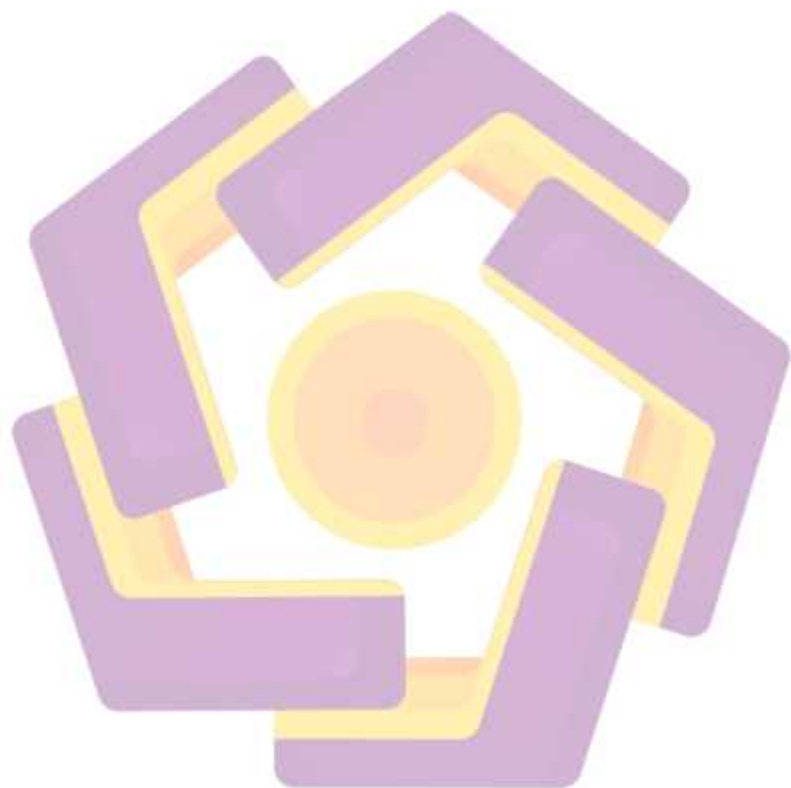
PENUTUP

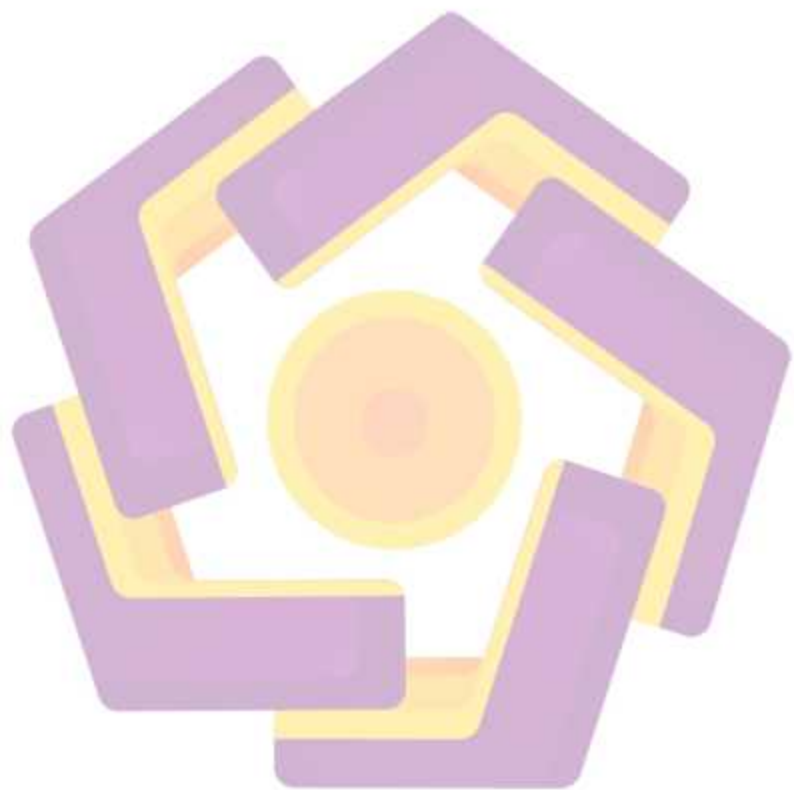
5.1 Kesimpulan

Iklan-iklan yang ada pada saat ini banyak yang mengusung konsep kedaerahan dan banyak iklan-iklan tersebut yang ditampilkan dengan sangat kreatif. Tak terkecuali oleh salah satu produsen mie instan yaitu Indomie. Dalam iklan produk baru mereka yaitu Indomie Hype Abis Ayam Geprek dan Seblak Hot Jeletot mengusung tema daerah dalam setiap *scene* yang ditemukan oleh penulis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi budaya Indonesia dalam iklan televisi Indomie versi Hype Abis Rasa Ayam Geprek dan Seblak Hot Jeletot. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konotasi dan denotasi yang terkandung dalam iklan televisi Indomie versi Hype Abis Rasa Ayam Geprek dan Seblak Hot Jeletot. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna di balik iklan televisi Indomie versi Hype Abis Rasa Ayam Geprek dan Seblak Hot Jeletot.

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian representasi budaya dalam iklan televisi Indomie Hype Abis Versi Ayam Geprek dan Seblak Hot Jeletot adalah terdapat representasi budaya yang ditampilkan dalam beberapa *scene* dalam iklan tersebut. Seperti budaya Jawa yang ditampilkan dalam bentuk kain lurik yang dikenakan salah satu aktor dan ada juga gambar kaos leak dimana leak merupakan salah satu warisan budaya dari pulau Bali. Iklan ini semakin terlihat Indonesia karena set lokasi yang dipilih

merupakan salah satu gedung dengan tema kuno, selain itu dari segi produknya sendiri





sudah menggambarkan ciri khas nusantara. Yaitu makanan khas tradisional Jawa Barat. Dari segi rasa produk sudah melambangkan budaya Indonesia, yaitu produk dengan rasa seblak dimana kita semua tahu bahwa seblak adalah makanan tradisional dari Jawa Barat. Iklan yang dibuat mengangkat unsur budaya sebagai penguat alur dan konsep. Pada Iklan Indomie menampilkan representasi semiotika dalam sebuah iklan. Yaitu menyampaikan pesan kebudayaan melalui adegan-adegan yang terdapat dalam setiap *scene* iklan tersebut. perusahaan ingin memperkuat citra dari produk tersebut sekaligus memperkenalkan budaya Indonesia melalui media yang lebih luas. Dengan adanya iklan tersebut terdapat dua keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan yang pertama adalah memperkuat citra dari produk yang mereka pasarkan dimana produk tersebut membawa varian rasa Indonesia banget seperti ayam geprek dan seblak. keuntungan yang kedua adalah memperkenalkan budaya Indonesia melalui adegan, properti, set lokasi dll. Hal tersebut menunjukkan bahwa budaya di Indonesia memiliki aneka ragam dan menjadi negara yang kaya akan budaya dan tradisi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan dan temuan penelitian yang telah penulis temukan pada saat proses penelitian. Ada beberapa saran yang penulis anggap perlu. Saran-saran tersebut adalah :

- Untuk perusahaan Indomie, disarankan untuk lebih mengangkat kebudayaan lokal dari berbagai daerah di Indonesia. Seperti halnya daerah Timur, Papua hingga daerah Sabang.

- Tetap disampaikan dengan cara-cara kreatif, inovatif serta edukatif dan yang terpenting tetap menjaga kualitas produksi iklan agar pesan yang disampaikan atau produk yang dipromosikan dapat menarik minat konsumen.
- Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya saran yang dapat penulis sampaikan untuk peneliti selanjutnya agar lebih menggali representasi dalam sebuah karya baik foto, video maupun buku dari berbagai sudut pandang. Sehingga dapat menutup kekurangan dari penelitian yang penulis lakukan.

