

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan iklan You C 1000 versi 'Confidence' dengan *Miss Universe* Zozibini Tunzi, yang telah diuraikan berdasarkan pada metode analisis Charles Sanders Peirce maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa :

1. Penggunaan ikon, indeks, dan simbol dimaksudkan untuk mempertegas makna dalam iklan. Untuk tanda ikon, gambar pantai, bukit, kuda, dan gambar kombinasi wajah Zozibini Tunzi dengan pantai dan pegunungan, sekumpulan orang yang datang menghampiri dengan menunggangi kuda, menampilkan produk You C 1000 menjadi tanda adanya unsur kesetaraan, tampil berani dengan lingkungan sekitar, dan produk You C 1000 merupakan produk minuman bervitamin. Untuk tanda indeks, gambar Zozibini Tunzi yang berdiri tegak, menatap keindahan alam, serta mengkonsumsi produk You C 1000 menjadi tanda percaya diri, adanya ketertarikan pada keindahan alam serta menggambarkan menjadi perempuan yang sehat dengan mengkonsumsi produk You C 1000. Untuk tanda simbol, menampilkan Zozibini Tunzi yang tersenyum mencerminkan adanya kebahagiaan dari dalam dirinya, dan juga kain tenun yang memiliki motif kuda yang ia kenakan yang memberitahukan bahwa iklan tersebut dibuat di Sumba, Indonesia serta

memiliki makna kepahlawanan, keagungan, kepahlawanan dan harga diri.

2. Makna percaya diri yang terkandung dalam iklan tersebut adalah sosok perempuan yang sehat, tampil penuh percaya diri, pemberani, dan mampu menerima keadaan dirinya. Tampil penuh percaya diri disini digambarkan dengan menerima keadaan dirinya sendiri sehingga berani terbuka kepada masyarakat luas untuk menampilkan jati dirinya yang sesungguhnya. Selain itu ia juga ditampilkan sebagai sosok pahlawan yang ditampilkan dengan menggunakan kain bermotif kuda. Hal tersebut menggambarkan dirinya yang dapat mendobrak stereotip mengenai perempuan yang berkulit putih dan berambut lurus yang hanya bisa dikatakan cantik.

4. Saran

Dari uraian yang telah banyak dijelaskan dalam penelitian ini, penulis memberikan saran supaya dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi masa yang akan datang :

1. Bagi masyarakat, alangkah baiknya pada saat menonton iklan dapat memahami makna yang terkandung di dalamnya supaya dapat menangkap pesan dari pengiklan kepada penonton sehingga selain mengetahui produk apa yang ditawarkan, juga dapat mengetahui pesan moral yang disampaikan supaya dapat berguna bagi kehidupan sehari-hari.
2. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah lebih baik bisa diteliti dengan membahas topik yang berbeda untuk mengungkapkan sisi pariwisata supaya dapat mengungkapkan kebudayaan Sumba, Indonesia.