

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya mengenai analisis semiotika Roland Barthes, maka kesimpulan dari analisis semiotika warna pada iklan *Rejoice 3 in 1* versi fatin, Nabila dan Ayuestar menafsirkan yakni, denotasi pertama memaknai sebagai warna hijau, konotasi memaknai sebagai manfaat menggunakan warna "Satu rambutku kan jadi lebih segar" dan mitos sebagai efek setelah menggunakan warna "terus percaya bahwa apapun bisa kita lakukan bersama luar biasa".

Denotasi kedua memaknai sebagai warna oranye, konotasi memaknai sebagai manfaat yaitu "Dua lembutnya selalu terasa" dan mitos sebagai efek menggunakan warna "Setiap kali kita kerja bersama lahir sebuah karya luar biasa kebaikannya ubah dunia". Denotasi terakhir memaknai sebagai warna biru, konotasi memaknai sebagai manfaat menggunakan warna "Tiga ketombe hilang" dan mitos sebagai efek menggunakan warna "Jadi diri sendiri dan selalu berani tunjukkan prestasi".

Penggunaan tiga jenis warna yang dipadukan pada pernyataan lirik lagu bertujuan untuk memberi inspirasi kepada perempuan muslimah yang menggunakan hijab, supaya tidak takut untuk berhijab. Kebenaran tujuan pada iklan *Rejoice 3 in 1* versi fatin, Nabila dan Ayuestar dapat dilihat dan didengar pada *scene* dengan lirik lagu "kita bersama *Rejoice 3 in 1*, kita #Hijabisa jadi diri sendiri dan selalu berani tunjukkan prestasi kita kita #Hijabbisa" yang berarti makna pada tanda iklan dibuat sesuai tujuan pengiklan terhadap produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penafsiran analisis semiotika warna pada iklan Rejoice 3 in 1 versi Fatin, Nabila dan Ayuestar penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut:

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih mampu menganalisis secara detail dan menyeluruh. Tidak hanya menganalisis terhadap warna pada visual iklan tetapi juga menganalisis seperti rangkaian aktivitas, gerakan, tarian, musik dan seluruh audio visual dalam *scene* iklan.

