

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian analisis di atas, iklan sebuah produk layanan jasa Gojek versi “Otog Inspiratif Sekali” di Instagram. Maka dapat ditarik kesimpulan tentang makna yang terkandung dalam iklan tersebut, sebagai berikut:

Penulis meneliti menggunakan metode semiotika Ferdinand De Saussure kemudian juga menggunakan teori representasi konstruktif pendekatan semiotika, kemudian dihasilkan tiga representasi yaitu representasi kegigihan yaitu representasi kegigihan dalam menuntut ilmu, representasi kegigihan dalam mempertahankan ekonomi keluarga, dan representasi kegigihan dalam menghadapi musibah.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengumpulkan saran agar dapat dijadikan pertimbangan, sebagai berikut :

- 5.2.1 Secara akademis,** diharapkan adanya peneliti lain menggunakan tema yang sama yaitu iklan Gojek versi Otog inspiratif sekali guna untuk perbandingan interpretasi yang berbeda. Dengan perbedaan interpretasi karena semiotika Ferdinand De Saussure lebih membahas linguistik, ia juga menyebut tingkah laku manusia disebut dengan tanda, hal tersebut dapat memperkaya pandangan kita.

5.2.2 Secara praktis, harapan kedepannya agar memperbanyak produksi iklan yang mengandung representasi kegigihan, menyeimbangkan antara iklan yang berepresentasi kegigihan dan yang bersifat komersial dalam kuantitas dan kualitasnya, tanpa mengurangi fungsi utama iklan sebagai penyampai pesan dari produsen ke konsumen.

