

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Melalui hasil analisis dan temuan data dalam penelitian ini, diperoleh bahwa representasi pesan perjuangan dalam iklan Grab Indonesia versi "percaya" diantaranya adalah selalu percaya dan yakin untuk berjuang meski belum ada kepastian terhadap hasil yang memuaskan dalam *scene* pekerjaan harian yang sedang berdoa dan bersemangat dalam memulai hari. Kemudian untuk selalu berjuang meski dalam keadaan sesulit apapun yang terdapat pada *scene* seorang ibu yang sedang menyediakan makanan dan menyiapkan kue jualannya. Lalu tetap bangkit dan berjuang tanpa menyerah dalam menghadapi kegagalan walaupun dalam kondisi sesulit apapun yang terdapat dalam *scene* pengusaha muda yang gagal lalu kemudian kembali bangkit dan berjuang. Melalui alur cerita yang melatarbelakangi mengenai kondisi masyarakat yang sedang berjuang dalam menjalani hidupnya, dapat dipahami bahwa Grab Indonesia memberikan pesan bagi khalayak penonton untuk selalu berjuang dan percaya dengan segala kondisi hidup yang sedang dijalani saat ini. Pada iklan tersebut representasi pesan perjuangan diperlihatkan oleh para karakter pemeran baik dari kelas ekonomi menengah ke bawah dan menengah ke atas yang selalu percaya serta kembali bangkit dan berjuang dari keterpurukan. Percaya menjadi kunci penting dalam menjalani hidup.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian serta merepresentasikan pesan perjuangan dalam iklan Grab Indonesia versi "percaya", melalui penelitian yang dilakukan peneliti ingin menyampaikan saran untuk evaluasi kedepannya diantaranya bagi perusahaan diharapkan dapat membuat iklan dengan konsep yang mengandung gambaran atau fenomena sosial yang ada di sekitar dan kerap terlihat sehingga iklan tersebut dapat memberikan edukasi bagi khalayak yang menonton. Saran akademis bagi peneliti adalah peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi serta memberikan sumbangsih bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan *Objek* penelitian serupa dengan semiotika Charles sander Pearce.