

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

A Mild merepresentasikan pandemi sebagai langkah menuju kreativitas bagi orang – orang dengan kondisi ekonomi menengah ke atas, karena dengan keberadaan modal yang mereka miliki dapat mengembangkan kreatifitas dengan mencoba hal – hal baru dalam hidup mereka. *Work from home* memungkinkan melakukan berbagai hal dilakukan dalam satu waktu dengan keistimewaan yang dimiliki oleh masyarakat menengah ke atas, yaitu modal. Gaya hidup *New Normal* juga direpresentasikan sebagai ajang percobaan melakukan hal baru bagi setiap orang yang memiliki modal. Selain itu, melakukan aktivitas yang dapat mengenang masa kecil menjadi salah satu cara kreatif untuk menghilangkan rasa bosan ketika *work from home* serta dapat bernostalgia dengan masa kecil.

Adegan – adegan dalam iklan A Mild ini diperkuat maksud dan pesannya dengan adanya musik yang liriknya secara tidak langsung seperti memotivasi para pemeran ataupun khalayak meski mengalami kegagalan. Dan juga iklan ini berusaha mengubah sebuah stigma negatif yang ada di masyarakat, yang dimana ketika seseorang “rebahan” berarti dia bermalas – malasan. Tetapi, dalam iklan ini menunjukkan bahwa “rebahan” bukan berarti demikian, justru menunjukkan jika “rebahan” juga bisa membuat seseorang melakukan hal yang kreatif.

Musik yang digunakan dalam iklan ini juga memiliki daya tarik tersendiri. Terlihat dari *feedback* berupa komentar dari para penonton yang terdapat dalam salah satu akun *Youtube* yang mengunggah iklan A Mild versi lengkap “Bukan Main Terus Maju” ini. Musik beraliran *rock* dalam iklan ini mendapat komentar positif dari penonton.

Makna lain yang terdapat pada lirik iklan ini adalah tujuan dari A Mild membuat iklan ini. Lirik dalam iklan A Mild ini menjadi sebuah ajakan kepada para khalayak untuk menggunakan produk dari A Mild. A Mild ingin

menyampaikan sebuah pesan bahwa orang – orang kreatif itu rokoknya A Mild dengan segmentasi pasar yang ingin dibidik adalah orang dengan jiwa muda, tidak mudah menyerah, melawan kebosanan, dan membebaskan diri dalam keterbatasan. Penggunaan kata “kita gak gampang nyerah” dalam liriknya juga mewakili konsumen rokok A Mild yang juga menjadi sebuah ajakan kepada para khalayak untuk menggunakan produk rokok A Mild.

Media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan pesan maupun pemberitaan kepada khalayak. Dalam hal ini, iklan juga memiliki peran penting selain menjadi media pengenalan produk bagi para pelaku industri, serta iklan dapat menyampaikan realitas sosial yang ada di masyarakat. Dengan menunjukkan realitas sosial di masyarakat, diharapkan masyarakat sadar akan hal tersebut dan dapat merubah *mindset* negatif masyarakat menjadi positif agar dapat menjalani kehidupan yang lebih baik lagi.

## **5.2 Saran**

Dari kesimpulan yang peneliti rangkum di atas, maka saran praktis dan saran akademis yang bisa peneliti berikan adalah sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Praktis**

Penulis berharap untuk para pembuat iklan agar lebih mengembangkan kualitas pembuatan karya seperti pada iklan rokok A Mild tersebut, dengan pesan yang bermakna positif. Dan juga iklan A Mild hanya merepresentasi kelompok menengah ke atas, diharapkan A Mild bisa merepresentasikan beragam gaya hidup *new normal* dari berbagai kalangan dan latar belakang.

### **5.2.2 Saran Akademis**

Bagi peneliti selanjutnya yang akan menganalisis tentang iklan, sebaiknya mulai meneliti iklan yang terdapat pada media sosial seperti, Youtube, Instagram dan lain sebagainya. Karena tren penggunaan media saat ini mulai bergeser ke arah media sosial sedangkan penelitian tentang media baru, media sosial ini masih terbilang sedikit. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya untuk

lebih menggunakan analisis Semiotika dari Charles Sanders Peirce untuk menganalisis tanda, karena masih terbilang sedikit yang menggunakan teknik analisis dari Charles Sanders Peirce.

