

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan dan analisis pada bab sebelumnya, kemudian dijabarkan dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang digunakan untuk menganalisis pesan pada iklan *Singapore Airlines* berjudul "*SilkAir's journey continues as Singapore Airlines*". Peneliti berhasil menemukan bahwa seluruh adegan pada iklan mengandung pesan yang disampaikan melalui sebuah tanda yang dianalisis menggunakan teori semiotika dengan model triadik dari Charles Sanders Peirce. Tanda yang ada pada iklan ditunjukkan melalui peran yang ada pada iklan, pakaian pada iklan, latar tempat iklan, jalan cerita. Ditambah dengan komunikasi verbal seperti suara dari pengisi suara dan teks, serta ekspresi wajah para pemeran pada iklan yang masuk ke dalam komunikasi non verbal.

Dengan mengambil jalan cerita mengenai pramugari yang melayani penumpang saat berada di dalam pesawat, disertai dengan menerapkan berbagai tanda-tanda dan komunikasi non verbal didalamnya. Hal tersebut dapat merepresentasikan bahwa *Singapore Airlines* akan memberikan pelayanan kelas dunia kepada penumpangnya. *Singapore Airlines* sebagai maskapai *international* bintang lima yang memiliki pelayanan kelas dunia, ingin menyampaikan pesan kepada publik, bahwa setelah bergabungnya *SilkAir* dengan *Singapore Airlines* kini maskapai ini mengambil alih rute penerbangan jarak dekat yang sebelumnya dilayani oleh *SilkAir*, sehingga penumpang akan mendapatkan pelayanan kelas dunia meskipun dalam penerbangan jarak dekat. Dalam iklan ini representasi pelayanan kelas dunia ditampilkan dengan keramahan dan perhatian yang dilakukan oleh pramugari kepada penumpang. Dengan ilustrasi pelayanan pramugari, Pesan yang dapat diambil dalam iklan ini bertujuan untuk memperoleh perhatian masyarakat bahwa ada maskapai bintang lima dengan pelayanan kelas dunia yang melayani rute *regional* atau jarak dekat, sehingga membuat

penonton iklan iki tergiur dan tertarik untuk terbang bersama *Singapore Airlines* dengan iming-iming pelayanan kelas dunia.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan menganalisis iklan maskapai *Singapore Airlines* berjudul "*SilkAir's journey continues as Singapore Airlines*", melalui penelitian ini peneliti ingin menyampaikan saran sebagai evaluasi untuk kedepannya sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

Saran praktis yang ingin peneliti sampaikan dalam penelitian ini yaitu peneliti berharap bagi pembuat iklan dapat menjadikan iklan ini sebagai salah satu contoh dalam memproduksi iklan, karena durasi iklan singkat yaitu 15 detik namun mampu menyampaikan beberapa pesan dengan memanfaatkan segala aspek komunikasi yang bisa digunakan untuk penyampaian pesan.

5.2.2 Saran Akademis

Adapun saran akademis yang ingin peneliti sampaikan dalam penelitian ini yaitu peneliti berharap penelitian ini mampu dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dengan objek penelitian yang serupa, yaitu objek penelitian yang mengungkap perihal komunikasi verbal, komunikasi non verbal dan tanda-tanda. Selain itu peneliti juga berharap agar akademisi memberikan pembelajaran secara detail terhadap macam-macam teori semiotika