

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul “MAKNA PESAN #PastiAdaJalan DALAM IKLAN GOJEK VERSI CERDIKIAWAN (Analisis Semiotika dalam Iklan Gojek Versi Cerdikiawan)” sebagai berikut:

Dalam penyampaian sebuah pesan melalui iklan di YouTube, hal yang dapat dilihat dan dirasakan oleh khalayak adalah sebuah penanda, yaitu audio dan visual. Visual berupa suatu gerakan dari objek dapat menjadi sebuah penanda, lalu penanda akan membentuk sebuah makna dan menjadi ide atau konsep dan akan disebut sebagai petanda. Tanda terdiri dari penanda dan petanda, dimana keduanya saling berhubungan dan tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lain.

#PastiAdaJalan diwakili oleh sepuluh cerita yang berbeda dari awal hingga akhir iklan, Gojek selalu menyajikan cerita yang diawali dengan permasalahan atau sebuah persoalan dalam kehidupan sehari-hari, namun segala persoalan tersebut dapat terselesaikan dan selalu ada jalan keluar dengan mudah, kreatif, efektif dan berbeda di tangan seorang Cerdikiawan melalui semiotika dalam iklan tersebut. Pasti ada jalan untuk melakukan hal-hal seperti menyelesaikan masalah dengan barang-barang sederhana disekitar kita, menghemat penggunaan sampah plastik, menggunakan dan memperbaiki barang yang rusak tanpa harus membeli yang baru dan Gojek juga ingin menggambarkan bahwa anak-anak muda saat ini penuh dengan ide-ide baru luar biasa yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada tidak kalah dengan orang dewasa lainnya. Didukung dengan adanya audio berupa narasi dalam iklan tersebut yang mempertegas visualisasi dalam iklan serta audio musik yang menggunakan lagu dengan instrumen biola dengan menggebu-gebu dan dipadukan dengan visualisasi para cerdikiawan dalam iklan tersebut sehingga dapat menciptakan daya kesan tenang, nyaman, penasaran, semangat dan takjub yang cocok dengan karya yang dihasilkan oleh para cerdikiawan yang mampu menyelesaikan permasalahan dalam berbagai *scene*.

#PastiAdaJalan adalah sebuah slogan dari Gojek yang merupakan sebuah deskripsi singkat dalam dunia marketing untuk menggambarkan Gojek secara keseluruhan sebagai solusi dalam setiap permasalahan sosial. Makna pesan dari #PastiAdaJalan adalah setiap persoalan, pasti akan ada jalan keluar untuk mengatasi dan menyelesaikan masalah yang ada di sekitar kita tidak perlu melakukan dengan hal-hal yang sulit, cukup dengan hal sederhana pun juga bisa menyelesaikan masalah. Gojek menempatkan dirinya sebagai solusi dan pemecahan masalah dari berbagai macam masalah kehidupan sosial sehari-hari. Setiap *scene* dalam cerita tersebut adalah sebuah pemecahan masalah dari kehidupan sehari-hari dengan cara yang tidak biasa dan sangat cerdas.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat lebih cermat dalam meneliti semiotika lebih dalam lagi melihat makna melalui audio dan visual dalam sebuah iklan agar dapat mengetahui makna yang sesungguhnya dalam meneliti semiotika dalam iklan serta memperbanyak data sekunder untuk memperkuat penelitian.
- b. Saran untuk pengiklan, dalam beriklan perlu memperhatikan hal-hal seperti konsep cerita dalam cerita harus memiliki kecocokan dengan produk atau jasa yang diiklankan sehingga makna dalam iklan tersebut dapat tersampaikan dan mudah dimengerti oleh konsumen. Menentukan tujuan dalam beriklan agar dapat menemui titik keberhasilan sebuah iklan. Pembuat iklan harus kreatif karena setiap gerakan dalam iklan dapat menimbulkan sebuah makna dan harus mudah dicerna oleh konsumen. Pembuatan iklan harus didukung oleh audio yang jelas dan musik yang sesuai dengan konsep iklan agar dapat mendukung makna dalam iklan tersebut.