

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisa terhadap iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah” penulis menyimpulkan jika;

1. Dalam iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah” di media sosial Instagram, terdapat makna denotasinya sifatnya langsung. Sementara makna konotasi adalah level kedua dari iklan tersebut. Level kedua ini lebih melihat makna yang dalam dan arti yang tersirat yang ada dalam iklannya. Makna konotasi dari berbagai scene yang digunakan membenarkan terdapatnya berbagai nilai cerminan kepercayaan. Iklan tersebut memahamkan kita jika pentingnya arti dari sebuah kepercayaan dan menjaga amanah para penyedia jasa seperti halnya Gojek. Simbol ataupun tanda yang ada dalam iklan tersebut mencakup narasi, tataran, denotative, tataran konotatif. Pesan linguistik mengacu dari narasinya ialah arti pentingnya sebuah tugas apapun itu untuk selalu menjaga kepercayaan yang diamanahkan.
2. Makna kepercayaan yang ada dalam iklan tersebut dapat ditunjukkan melalui beberapa scene yang telah dipilih oleh peneliti yang menunjukkan kepercayaan didalamnya. Diantaranya yakni dari sisi gestur senyuman yang diperlihatkan memberi arti wujud

keramahtamahan serta rasa kepedulian. Makna kepercayaan dalam hal iklan ini tercipta dari bentuk pelanggan mempercayakan jasa gojek ini sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian terkait analisis semiotika dalam sebuah iklan merupakan salah satu penelitian yang cukup menarik karena selain meneliti, kita dapat mengetahui makna, tanda dan representasi yang terdapat pada iklan tersebut. Selain analisis semiotika iklan, analisis semiotika juga dapat digunakan dalam sebuah penelitian seperti film, foto, dan karya seni lainnya. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian semiotika yang lebih variatif dengan kajian Ilmu Komunikasi melalui studi literatur, dan studi pendahuluan yang mendalam dan secara terarah terhadap penelitian yang akan diteliti kelak.