

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penyajian dan analisis data dari bab sebelumnya, peneliti menerapkan analisis resepsi terhadap keenam informan tersebut. Hasil analisis resepsi terhadap keenam informan tersebut mengungkapkan adanya tiga posisi yang berbeda.

1. Dominant-Hegemonic Position

Pada kategori ini, para informan secara penuh menerima makna dan sejalan dengan apa yang disampaikan oleh pengiklan. Dalam kasus ini, informan menerima secara menyeluruh pesan yang disampaikan oleh Marjan sebagai pengiklan dan memiliki anggapan positif terhadap elemen-elemen iklan yang terkandung dalam iklan sirup Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera” edisi Ramadhan 2023. Para informan memberikan pernyataan bahwa iklan sirup Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera” edisi Ramadhan 2023 mampu menyampaikan pesan pencemaran laut dengan cukup baik dan diterima oleh para informan.

Pada penelitian ini, meskipun para informan setidaknya memiliki satu kesamaan yaitu sama-sama mengerti dan paham mengenai pencemaran lingkungan terutama pencemaran laut itu sendiri, hanya informan 6 yang dikategorikan sebagai *dominant-hegemonic position*.

2. *Negotiated Position*

Dalam *negotiated position* atau pihak netral dimana mereka tidak sepenuhnya setuju dengan iklan tersebut karena ada adegan yang dianggap cukup kontradiktif, namun pesan yang disampaikan oleh pengiklan tetap diterima dengan baik oleh khalayak. Informan sejalan dengan pesan yang hendak disampaikan oleh pengiklan dan menerima makna yang ditampilkan oleh Marjan, akan tetapi informan memodifikasi sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat dari pribadinya. Dalam hal ini, informan berkompromi dengan menerima pesan pencemaran laut yang disampaikan dalam iklan sirup Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera” edisi Ramadhan 2023, namun terdapat hal yang membuat beberapa informan yakni informan 1, 2, dan 4 tergolong kedalam *negotiated position*.

3. *Oppositional Position*

Pada posisi ini, informan tidak menerima pesan yang disampaikan oleh pengiklan dan menolak makna yang disampaikan, kemudian menentukan alternatif framing sendiri dalam menginterpretasikan pesannya. Dalam kasus ini, informan berada dalam posisi yang bertentangan dengan pesan pencemaran laut yang disampaikan oleh Marjan sebagai pengiklan pada iklan sirup Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera” edisi Ramadhan 2023. Maka dari itu, informan 3 dan 5 tergolong dalam kategori *oppositional position*.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya sedikit perbedaan dalam penerimaan khalayak terhadap iklan sirup Marjan “Baruna Sang Penjaga

Samudera” edisi Ramadhan 2023. Adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan data pendukung untuk penelitian selanjutnya mengenai penerimaan khalayak atau analisis resepsi dan dapat lebih dikembangkan.
2. Dari beberapa pembahasan, diketahui bahwa terdapat hal yang menjadi kontradiktif dari pesan yang ingin disampaikan, diharapkan selanjutnya untuk pemilihan atau penentuan alur cerita dapat dibuat lebih matang lagi agar meminimalisir perbedaan penerimaan makna oleh penonton sebagai khalayak, karena hal tersebut sedikit banyak dapat menghambat penerimaan pesan oleh khalayak yang sejalan dengan pengiklan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kritik dan saran bagi Marjan mengenai iklan yang diproduksi agar dapat lebih berkualitas dan semakin disukai oleh masyarakat kedepannya.