

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.2. Kesimpulan

Pesan anti-*cyberbullying* pada Iklan ABC Kacang Hijau versi “Mempertemukan Sarah Ayu dengan *Haternya*” di Youtube, diuraikan dalam adegan-adegan yang terdapat dalam iklan ini dengan menggunakan metode analisis semiotika John Fiske yang dibagi dalam tiga level yaitu, level realitas, level representasi, dan level ideologi.

Berdasarkan kajian pustaka dan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa unsur pesan anti-*cyberbullying* pada iklan ABC Kacang Hijau versi “Mempertemukan Sarah Ayu dengan *Haternya*” yaitu antara lain pengendalian diri, berempati, pertimbangan dan berpikir sebelum bertindak, dan pencegahan *cyberbullying*. Hal ini terlihat dari adegan-adegan yang dipilih oleh penulis yang menggambarkan bahwa Sarah Ayu yang merupakan seorang selebgram adalah korban dari tindak *cyberbullying* di media sosialnya dan bentuk *cyberbullying* yang dialaminya yaitu *flaming*. Sedangkan Fallah yang merupakan seorang karyawan swasta merupakan pelaku yang selalu merundung dan marah-marah di media sosial milik Sarah Ayu. Hingga pada akhirnya mereka di pertemuan oleh tim ABC secara *face to face* dan melakukan *sharing* yang bertujuan untuk mengetahui informasi tentang masalah

mereka dan ABC Kacang Hijau datang dengan solusi yang disajikan oleh Tim dengan Sarah Ayu.

Dapat diketahui bahwa iklan ini memiliki ide yang unik dan menarik untuk mengkampanyekan pesan anti *cyberbullying* kepada masyarakat. Makna pesan anti *cyberbullying* serta konstruksi realitas sosial pada iklan ini memang tidak akan langsung dipahami jika ditonton sekali saja. Oleh karena itu *scene* dan *shot* yang di pilih merepresentasikan pesan anti *cyberbullying*, dalam iklan ini menyiratkan pesan bahwa di media sosial Indonesia ada kalanya seorang pelaku *cyberbullying* tidak memahami konsekuensi dari tindakanya yang bisa menyakiti perasaan orang lain. *Cyberbullying* sering terjadi karena hal sepele seperti tindak pelaku yang tanpa berpikir dahulu akibatnya terhadap korban karena tidak bisa mengontrol emosi.

5.3. Saran

Penelitian ini pastinya memiliki keterbatasan yang terdapat pada hal-hal yang terkait penjelasan yang kurang luas mengenai pesan anti-*cyberbullying* pada iklan tersebut diatas. Ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagaimana mestinya. Konsep Iklan ABC Kacang Hijau yang ditayangkan di youtube ini cukup menarik, ide dari iklan ini bagus dan visi kedepannya sebenarnya besar, namun sangat disayangkan menyerderhanakan ketidaksukaan dengan sekedar soal lapar dan tidak lapar tidak segampang itu sehingga membuat penonton berkespetasi lebih di awal dan diakhiri dengan penutup iklan yang sedikit memaksa (*hard selling*) sehingga poin dari semua pesan yang dibangun dari awal

menjadi jatuh begitu saja. Dalam bab ini penulis ingin menambahkan sedikit saran yang diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi orang lain yang membaca penelitian ini :

1. Diharapkan semakin banyak pesan media yang mengangkat tema kesehatan mental terutama dalam pencegahan *cyber bullying*.
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang terkait dengan anti *cyberbullying*
3. Diharapkan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang penelitian dengan desain semiotika hendaklah memahami semiotika itu sendiri secara holistik, karena semiotika memiliki relasi yang luas. Maka dari itu semiotika merupakan studi yang menarik untuk terus dipelajari dan dipahami dan terbentuk akan kegunaan dari semiotika itu sendiri yang bukan hanya berakhir pada sebuah teori belaka. Dan terutama dalam melakukan isi pesan media, diharapkan bisa lebih mendalam lagi dalam hal menggali pesan-pesan dan juga ideologi tersirat.
4. Bagi agensi iklan yang akan membuat iklan dengan tema atau mengangkat isu tentang kesehatan mental kedepannya, diharapkan dapat membuat iklan yang lebih mendalam agar dapat menggugah kesadaran masyarakat pentingnya kesehatan mental dan mengontrol emosi agar tidak menyakiti ataupun merugikan orang lain. Agar budaya dalam menghargai sesama disadari setiap lapisan masyarakat dapat tersampaikan.