

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Iklan Marjan edisi Ramadhan periode 2023 ini memperjelas makna, konsep, dan mitos yang melambangkan nilai-nilai moral. Yang pertama yaitu pengambilan yang memukau secara visual yang secara diam-diam menyampaikan banyak nilai-nilai moral bahwa lingkungan akan melindungi manusia setelah secara tidak sadar. Selain itu, memberikan nilai-nilai moral dengan cepat, yaitu untuk menghindari membuat kesalahan yang berakibat besar. Pada *scene* berikutnya, karakter utama yaitu baruna dengan enggan menerima tanggung jawab atas kejadian tersebut, tetapi sebenarnya itu ialah akibat dari lingkungan laut yang sudah semakin memburuk, oleh karena itu masyarakat umum merasa berkewajiban untuk mendukung karakter utama.

Berawal dari *scene* 1 sampai *scene* 5 pada iklan bagian 1 terdapat beberapa kategori moral menurut (Burhan 2002, dalam Putra 2021 p.8) yaitu kategori moral kepada makhluk hidup lainnya seperti hewan dan tumbuhan & kategori moral kepada manusia lainnya dalam kategori sosial. Kemudian pada iklan bagian 2 yang di paparkan pada *scene* 6 sampai *scene* 10 terdapat beberapa kategori moral yaitu moral kepada makhluk hidup lainnya seperti hewan dan tumbuhan & Kategori moral kepada manusia lainnya dalam kategori sosial. Kedua iklan tersebut secara keseluruhan mengandung kategori moral kepada Tuhan dan kategori moral kepada diri sendiri.

Dari sini, kita bisa menyimpulkan nilai-nilai moral bahwa hubungan yang langgeng didasarkan pada sikap saling menghormati. Dan di akhir *scene*, mereka berkolaborasi untuk menentukan kontra dari lingkungan sebelum mencapai keberhasilan dengan kematian naga raksasa laut. Hal ini merupakan peringatan yang akan terjadi jika kita tidak bekerja sama dengan cara yang kooperatif untuk mencapai kesuksesan. Semua kata-kata yang diucapkan oleh pengisi suara diartikan sebagai pesan nonverbal dari iklan ini dapat berupa teks atau ekspresi yang terlihat

pada iklan itu sendiri, sehingga pesan verbal dan nonverbal dapat direkam secara akurat oleh penonton.

Iklan Marjan edisi ramadhan periode 2023 ini menyoroti simbol, konsep, dan ide yang berkaitan dengan representasi nilai-nilai moral dengan cara yang tepat. Hal ini terlihat pada penyajian *audio* dan *visual* yang menggambarkan secara jelas bagaimana cara menghindari kerusakan lingkungan dan bagaimana bekerja sama sebagai sebuah tim untuk mencapai kesuksesan. Penelitian ini menawarkan kontribusi teoritis baru untuk memahami bagaimana iklan dengan banyak nilai-nilai moral untuk kehidupan sehari-hari ini dapat disusun dengan elemen audio dan visual yang sangat baik sehingga mudah dipahami oleh konsumen. Dengan menggunakan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes, penelitian ini menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip moral seperti gotong royong, kebersamaan, dan kerja keras mempengaruhi persepsi dan interpretasi konsumen terhadap pesan yang mereka terima.

5.2 SARAN

5.2.1 Saran Teoritis

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini sumber-sumber dan referensi yang terkait secara langsung dengan penelitian yang digunakan masih kurang. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya agar lebih memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi yang akurat terkait dengan permasalahan yang diangkat.

5.2.2 Saran Praktis

Diharapkan iklan ini dapat membantu *audience*, atau masyarakat umum, untuk memahami bagaimana berbagai elemen dan simbol dalam iklan menciptakan representasi nilai-nilai moral dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi persepsi dan tanggapan *audience*. Diharapkan penelitian ini akan memberikan wawasan tentang pengembangan praktik pemasaran yang lebih menarik dan efisien waktu untuk iklan dalam platform *YouTube*.