

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terhadap tayangan iklan Jadam Chicken edisi “*What the Hot Chicken*” menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, makna denotasi yang ditemukan pada adegan-adegan yang tergambar melalui tayangan iklan Jadam Chicken dilakukan dengan menganalisis setiap adegan dan kalimatnya. Makna denotasi menunjukkan representasi kegiatan pertandingan di suatu ruangan yang sudah berada di tahap final dengan diwakili oleh tiga orang peserta tersisa. Namun, dalam pertandingan seluruh peserta menunjukkan ketidakmampuan dan kelemahan mereka mulai dari pingsan hingga menangis karena tidak sanggup memakan ayam super pedas yang kemudian hal tersebut membuat mereka tereliminasi dari pertandingan. Sebaliknya, sang juri justru dengan berani dan percaya diri melahap ayam pedas tanpa merasa kepedasan sedikit pun.

Selanjutnya, makna konotasi yang ditemukan dalam kumpulan adegan iklan Jadam Chicken juga dianalisis melalui setiap adegan dan kalimatnya. Makna konotasi menunjukkan bahwa iklan tersebut mengajak penonton untuk ikut mencoba tantangan makan ayam pedas “*What the Hot Chicken*,” iklan tersebut juga menunjukkan bahwa diperlukan kekuatan dan keberanian yang cukup untuk mengikuti tantangan agar tidak melalui kegagalan, hal itu memberikan rasa penasaran kepada penonton mengenai seberapa pedasnya menu terbaru dari Jadam Chicken. Melalui iklan “*What the Hot Chicken*,” Jadam Chicken berupaya menginformasikan bahwa makanan pedas sering

digambarkan dengan keberanian dan tantangan ekstrem sehingga hanya orang-orang kuat yang mampu melakukannya. Tayangan iklan tersebut menjelaskan hubungan erat antara makanan pedas dan pertandingan di mana seakan mengonsumsi makanan pedas adalah suatu perlombaan untuk membuktikan kekuatan dan ketangguhan dari masing-masing individu.

Terakhir, mitos dari iklan tersebut menunjukkan sebuah kebanggaan sekaligus kekuatan serta kelemahan dari masing-masing individu. Berdasarkan budaya Korea yang dikenal sebagai salah satu negara dengan berbagai jenis olahan makanan pedas, memakan makanan pedas adalah salah satu bentuk kebanggaan pada diri seseorang karena artinya mereka mampu untuk mengonsumsi makanan pedas yang tidak semua orang bisa melakukannya. Budaya tersebut disebut “*Maepbushim* (맵부심)” yang diartikan sebagai kebanggaan seseorang karena mampu memakan makanan pedas. Nilai kebanggaan diri ditunjukkan oleh Jadam Chicken pada akhir tayangan iklan dengan menunjukkan aksi juri pertandingan dengan gagah dan berani memakan ayam pedas tanpa merasa kepedasan sedikit pun. Hal itu menjadi simbol keberanian dan kekuatan seseorang karena bisa memakan makanan pedas karena orang yang tahan akan rasa pedas adalah orang yang hebat.

Pesan yang Jadam Chicken coba sampaikan melalui iklan tersebut tentunya adalah pengenalan produk baru mereka dengan sensasi pedas hingga membuat lidah bahkan seluruh tubuh rasanya seperti terbakar. Di samping itu, iklan tersebut juga mencoba menyampaikan pesan mengenai kemampuan dari masing-masing individu yang berbeda-beda saat memakan makanan pedas. Oleh karena itu, Jadam Chicken menantang orang-orang dengan keberanian dan juga kepercayaan diri tinggi untuk ikut berpartisipasi dalam tantangan mencoba menu baru mereka.

4.2 Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis menyarankan untuk peneliti berikutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Penelitian ini dapat diperluas dengan menganalisis pada kajian ilmu linguistik lain seperti semantik dan pragmatik yang lebih fokus untuk menganalisis setiap kata dalam kalimat yang ada pada iklan. Peneliti berikutnya juga dapat menggunakan teori selain semiotika Roland Barthes agar dapat memperluas spektrum hasil analisis dari iklan Jadam Chicken ini. Penulis dapat menyarankan untuk menggabungkan dua jenis iklan yang dapat dibandingkan di dalam penelitian, atau menggunakan iklan dari merek yang berbeda tetapi sama-sama membahas topik makanan pedas. Harapannya penelitian ini juga dapat membantu produsen seperti Jadam Chicken untuk menganalisis komponen apa saja dalam iklan yang dapat menarik perhatian serta minat penonton.

