BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penulis menemukan bahwa iklan Rexona Run 2024 “Kalau mereka aja bisa Lanjut Terus, kenapa kamu engga?” berhasil merepresentasikan perjuangan hidup yang ditunjukkan pada setiap tokoh dalam iklan dengan mengangkat keberanian, ketekunan, perngorbanan sebagai elemen dalam perjuangan hidup pada setiap tokoh. Iklan ini juga menampilkan pesan perjuangan hidup yang selaras dengan citra brand Rexona sebagai deodorant yang tahan lama dalam kondisi apa pun serta memberikan kepercayaan diri untuk bergerak melampaui batas. Rexona sendiri juga selalu mengedepankan inovasi dalam menciptakan produk yang mendukung aktivitas harian tanpa rasa khawatir akan keringat dan bau badan. Iklan ini sendiri memberikan motivasi untuk tidak mudah menyerah saat menghadapi tantangan hidup, serta dalam menghadapi tantangan hidup terkadang individu memerlukan dukungan atau motivasi untuk mencapai tujuan.

Dalam iklan ini terdapat empat belas scene yang merepresentasikan perjuangan hidup dengan lima scene pengorbanan, lima scene ketekunan, dan empat scene keberanian. Pengorbanan dalam lima scene digambarkan dengan tokoh yang rela mengorbankan kenyamanan, waktu, tenaga, dan mimpi pribadi demi keluarga atau orang tersayang. Ketekunan yang ditunjukkan melalui lima scene dalam iklan merepresentasikan usaha konsisten dan terencana untuk mencapai tujuan meskipun menghadapi tantangan. Keberanian yang terlihat dalam empat scene menggambarkan keberanian emosional, fisik, dan mental untuk menghadapi tantangan dan menerima kenyataan hidup. Iklan ini berhasil menyampaikan pesan inspiratif yang tidak hanya mempromosikan produk Rexona tetapi juga mengajak audiens untuk terus bergerak maju. Pesan ini dirancang untuk memotivasi individu dari berbagai kalangan agar berani menghadapi tantangan hidup.

Dalam iklan ini penggambaran perjuangan hidup bukan hanya tentang perjuangan fisik tetapi juga perjuangan mental yang dihadapi dari masing-masing tokoh. Dengan empat tokoh utama, yaitu Sandy Rachel, Galuh, Agus Mahesa, dan Fatir yang merepresentasikan keberanian, ketekunan, dan pengorbanan dalam

perjuangan hidup memberikan motivasi dan semangat kepada audiens untuk terus melangkah maju. Sandy Rachel yang menunjukkan keberanian untuk melanjutkan mimpi yang tertunda dengan diberikan dukungan dari keluarganya. Galuh yang merepresentasikan ketekunan dan keberanian dalam menghadapi keterbatasan fisiknya melalui latihan intensif untuk mempersiapkan dirinya mengikuti Rexona Run. Agus Mahesa yang mencerminkan keberanian emosional untuk mengikhlaskan masa lalu dan melanjutkan hidup. Fatir mencerminkan bahwa ketekunan saat membantu ayahnya berdagang setiap malam, mendapatkan dukungan berupa hadiah sepatu untuk mengejar mimpinya sebagai pelari. Ayah Fatir yang mencerminkan pengorbanan seorang ayah sebagai kepala keluarga yang harus mencukupi pendidikan untuk anaknya dan mendukung mimpi anaknya. Semua tokoh tersebut merepresentasikan nilai ketahanan, pengorbanan, dan keberanian yang sejalan dengan visi, misi, serta janji produk Rexona. Iklan ini menyampaikan bahwa perjuangan hidup adalah bagian dari perjalanan manusia. Iklan ini juga menantang audiens untuk menghadapi tantangan dalam kehidupannya dengan semangat yang sama seperti semua tokoh dalam iklan.

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes, iklan ini merepresentasikan perjuangan hidup melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen-elemen utama, yaitu audio, tokoh, alur cerita, simbol, dan visual. Pesan iklan ini menunjukkan bahwa ketahanan seseorang dalam menghadapi berbagai tantangan, dapat disimbolkan sebagai ketahanan Rexona dalam memberikan perlindungan terhadap keringat dan bau badan. Pesan ini juga memberikan makna lain bahwa Rexona bukan hanya sekadar produk deodorant biasa, tetapi juga sebagai partner dalam kehidupan sehari-hari yang memberikan rasa percaya diri kepada penggunannya untuk terus bergerak dan menghadapi rintangan tanpa rasa takut.

Keterkaitan pesan perjuangan dalam iklan dengan brand Rexona juga diperkuat melalui elemen visual dan naratif yang menampilkan aktivitas fisik berat, seperti latihan lari di pagi hingga malam hari dan lari maraton hingga melintasi garis finish. Semua adegan tersebut mencerminkan kondisi ekstrem yang menuntut daya tahan tinggi, sama seperti bagaimana Rexona dirancang untuk bekerja sepanjang hari dalam kondisi apa pun. Rexona juga memastikan perlindungan 48 jam terhadap

keringan dan bau badan, serta mendukung penggunanya untuk tetap segar dan percaya diri dalam setiap aktivitas.

Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana elemen-elemen dalam sebuah iklan dapat digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai sosial yang relevan dengan kehidupan. Iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan inspirasi yang memiliki dampak emosional bagi audiens. Penelitian ini menegaskan bahwa iklan dapat menjadi medium komunikasi yang efektif untuk merepresentasikan perjuangan hidup melalui elemen-elemen kreatif. Iklan Rexona Run 2024 tidak hanya menyampaikan pesan inspirasi bagi penonton tentang pentingnya ketekunan, pengorbanan, dan keberanian dalam perjuangan hidup, tetapi juga memperkuat citra Rexona sebagai merek yang mendukung gaya hidup aktif, penuh semangat, dan bebas dari kekhawatiran akan keringat serta bau badan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis representasi perjuangan hidup dalam iklan Rexona Run 2024 "Kalau mereka aja bisa Lanjut Terus, kenapa kamu engga?", berikut saran yang dapat diberikan:

1. Dalam menciptakan iklan, narasi yang menggambarkan perjuangan hidup dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Penulis menyarankan agar elemen seperti audio, visual, dan simbol yang kuat tetap digunakan untuk memperkuat pesan inspiratif
2. Dalam industri periklanan dapat memperhatikan relevansi cerita dengan kehidupan sehari-hari agar pesan lebih mudah diterima. Dengan representasi tokoh yang mencerminkan berbagai latar belakang sosial dapat memperluas daya tarik iklan.
3. Kepada penelitian mendatang diharapkan dapat membandingkan representasi perjuangan hidup di media iklan lain, seperti cetak atau radio untuk memahami perbedaan pendekatan penyampaian pesan.
4. Rexona diharapkan dapat terus menghubungkan nilai-nilai produknya, seperti ketahanan dan keberanian, dengan cerita-cerita inspiratif dalam iklan untuk menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan konsumen.

Saran-saran ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat untuk terus meningkatkan kualitas iklan sebagai media komunikasi yang tidak hanya berorientasi komersial, tetapi juga memberikan inspirasi dan edukasi.