

## BAB 4

### KESIMPULAN

*Misoshiru* merupakan salah satu hidangan wajib bagi masyarakat Jepang yang telah dikonsumsi sejak ratusan tahun lalu dan telah melekat dalam kehidupan rumah tangga masyarakat Jepang sehari-hari. Kemajuan teknologi membuat *misoshiru* tidak lagi diproduksi secara manual. *Misoshiru* juga telah masuk ke dalam industri makanan Jepang dan telah diproduksi secara massal dengan aneka inovasinya. Salah satunya adalah Perusahaan Marukome yang konsisten sejak 40 tahun yang lalu memproduksi dan mempromosikan *misoshiru* instan dengan berbagai variasinya, salah satunya adalah varian *Ryoutei no Aji*.

Berdasarkan analisis iklan *misoshiru Ryoutei no Aji* yang terdiri dari 10 episode dapat ditemukan berbagai temuan, sebagai berikut. Semua episode memiliki makna denotatif yang menggambarkan hubungan dalam keluarga Jepang dengan masing-masing kisahnya dan didominasi cerita hubungan antara orang tua dengan anak. Sementara, makna konotatif yang didapat dari semua episode adalah kasih sayang dalam keluarga. Seri iklan ini berusaha menonjolkan peran *misoshiru* di dalam keluarga. Perusahaan Marukome dalam iklannya berusaha untuk membuat mitos “*Misoshiru* menyatukan keluarga”. Dimana ada keluarga di situlah ada

*misoshiru*, segala persoalan dalam keluargapun digambarkan akan terasa mudah dan dapat diselesaikan dengan hadirnya *misoshiru* di dalam keluarga. Perusahaan Marukome berusaha membuat citra bahwa *misoshiru* adalah sesuatu yang wajib di konsumsi dalam keluarga. Hal tersebut jelas sekali terlihat dalam setiap episodenya yang menampilkan *misoshiru* yang selalu ada dalam setiap waktu dan kondisi sebagai hidangan yang dapat merekatkan hubungan anggota dalam keluarga.

Selain mitos *misoshiru* menyatukan keluarga, dengan dilantungkannya lagu iklan Marukome pada episode terakhir yang menandai 40 tahun produk *Ryoutei no Aji* beredar di pasaran, Perusahaan Marukome ingin membuat satu mitos baru di dalam masyarakat bahwa produk *Ryoutei no Aji* merupakan produk yang tak lekang oleh waktu dan menjadi produk andalan di dalam kuliner keluarga Jepang yang diturunkan dari generasi ke generasi. Pemberian nama *Ryoutei no Aji* yang berarti rasa dari restoran kelas atas Jepang pada produk tersebut juga sebagai penekanan bahwa hanya produk Perusahaan Marukome lah yang memiliki rasa terbaik di antara produk serupa lainnya.

