

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V. 1 KESIMPULAN**

Dalam hasil penelitian ini penulis menuliskan bagaimana penggambaran setiap scene yang terjadi pada makna pesan apa saja yang terkandung dalam video Arang & Asa. Penggunaan analisis semiotika di dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanda-tanda atau pesan yang tersampaikan dari iklan atau video yang menjadi objek di dalam penelitian ini. Selain itu juga, pemilihan analisis semiotika ini dianggap tepat sebagai salah satu grand teori karena dapat menjadi teori sekaligus metodologi penelitian dalam melakukan analisis terhadap penggambaran setiap scene yang terjadi kemudian terdapatlah temuan makna pesan apa saja yang terkandung dalam video Arang & Asa.

Makna pesan iklan verbal dan non verbal yang terkandung dalam iklan Arang & Asa di Youtube dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce terdapat temuan beberapa aspek seperti saling mengerti, kebahagiaan, keegoisan, ketulusan, serta interaksi berbasis kerakusan dan juga menganalisa ikon, indeks, simbol serta makna dari aspek shot, angle dan komposisi. Adanya pesan iklan didalam video salah satunya untuk mempersuasif konsumen agar menggunakan moda transportasi dari Gojek.

## V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengkajian lebih mendalam mengenai penggunaan teori analisis semiotika di dalam penelitian dengan subjek dan objek penelitian sebuah video atau iklan atau hal lainnya yang berkaitan dengan semiotika.

2. Pentingnya kejelian objektif ketika menanggapi iklan yang ditampilkan karena begitu banyak makna yang tersampaikan dalam iklan ini. Pesan-pesan yang terkandung didalamnya merupakan gambaran pembelajaran dalam hidup, penonton nantinya diharapkan ataupun mengamalkan pesan moral dalam kehidupan bermasyarakat.

