

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dalam kesimpulan dari hasil penelitian ini peneliti menuliskan sebagaimana bentuk visual yang diberikan dalam setiap scene yang ada dan terjadi makna pesan apa saja setiap makna pesan apa saja yang terdapat dalam video Shopee Selalu Ada Menemani. Dari iklan ini kita dapat beberapa komponen aspek untuk tetap berjuang melakukan setiap langkah, serta aspek kemanusiaan yang sangat digambarkan setiap scenenya.

- a. Makna pesan Verbal: Makna pesan verbal dari iklan “Shopee Selalu Ada Menemani” ini berbentuk sebuah cerita yang terdapat dalam video iklan tersebut. Peranan pemeran utama Pedagang tersebut sangat memberikan sebuah pesan verbal yang membuat setiap orang yang melihat iklan tersebut merasa bersemangat kembali untuk tetap melangkah dalam setiap keadaan. Adapun video iklan animasi tersebut tidak memberikan dialog secara langsung akan tetapi *gesture* pemeran animasi dan cerita iklan tersebut membuat iklan menjadi mudah dipahami oleh setiap penontonnya.
- b. Makna pesan non Verbal: Makna pesan non Verbal yang terdapat dalam setiap scene iklan “Shopee Selalu Ada Menemani” memberikan gambaran setiap adegan iklan animasi yang diberikan terlihat sangat nyata dengan keberlangsungan para pedagang

sebagai peranan utamanya, adapun pesan setiap pedagang memiliki harapan untuk tetap melakukan perjuang dengan aplikasi Shopee sebagai penyedia untuk menjual barang dagang tersebut diplatform online.

Berlandaskan pembahasan yang sudah peneliti jelaskan maka terjawab setiap pernyataan dari peneliti terkait tujuan dari pembuatan penelitian untuk Iklan “Shopee Selalu Ada Menemani” dimana peneliti sangat ingin mengetahui bagaimana sebuah makna pesan iklan yang ada dalam iklan “Shopee Selalu Ada Menemani” dengan digunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce serta menganalisa setiap scene melalui setiap *shot*, *angle*, dan *komposisi*.

V.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta dijelaskan, maka berikut adalah beberapa saran peneliti 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. Dapat dijadikan sebagai bahan kritik dan saran bagi pihak Shopee selalu pemilik iklan tersebut, mengenai iklan atau video yang telah ditayangkan apakah sudah tepat sasaran atau belum.