

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan dalam pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Ditinjau dari model semiotika Ferdinand De saussure; Tagline “Lepasin Perasaanmu Dengan Pamungkas” merefleksikan bahwa Audiensi iklan dapat melepaskan atau membebaskan apa yang dirasa secara emosional (marah, sedih, senang, cinta, takut dan cemburu) dengan mendengarkan lagu-lagu dari album birdy oleh Pamungkas.
2. Tagline “Lepasin Perasaanmu Dengan Pamungkas” termasuk ke dalam jenis tagline *Imperative* (Menyuruh/menggambarkan sesuatu aksi, biasa diawali dengan kata kerja).
3. Iklan Spotify termasuk ke Dalam iklan yang mempersuasi atau iklan yang efektif akan mampu membujuk (meyakinkan) pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah saran yang dapat disampaikan oleh peneliti:

1. Dengan hanya menggunakan dialek suku Betawi seperti kata "lepasin" hanya dapat dimengerti oleh orang-orang di Jakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu, disarankan agar iklan dibuat menggunakan bahasa

yang dapat dimengerti oleh masyarakat di seluruh Indonesia, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih efektif.

2. Agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sebaiknya iklan luar ruang versi Spotify x Pamungkas tidak hanya diiklankan di Jakarta tetapi juga di beberapa daerah di Indonesia.

