

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis isi kualitatif pada iklan “GOPAY PEVITA DITEMBAK, JOTA BERTINDAK” di Youtube penulis akan menguraikan dan menganalisis data hasil penelitian menggunakan analisis Semiotika Christian Metz. Tujuan penelitian ini adalah menemukan tanda-tanda dan makna bentuk futuristik yang ada dalam iklan Gopay “Pevita Ditembak Jota Bertindak”.

Hasil dari penelitian yang penulis peroleh melalui analisis bentuk representasi futuristik menggunakan teori Semiotika Christian Metz, *The large syntagmatic category* menunjukkan bahwa analisis semiotika dan komunikasi visual saling melengkapi dalam menciptakan representasi futuristik yang kuat. Hal ini dicapai dengan menentukan *syntagmatic* terlebih dahulu untuk menganalisis media mendeskripsikan menggunakan bantuan dari elemen-elemen komunikasi visual grafis seperti garis, bidang, ruang, warna, tekstur dan tipografi dalam suatu komposisi yang menarik (layout) untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini dibuktikan pada beberapa hasil Analisa yang ada, dari bagian pengenalan (*Exposition*) sampai bagian *Falling action* banyak sekali terdapat tanda yang merujuk kepada elemen-elemen futuristik komunikasi visual desain grafis, dari

pemilihan font, warna, visual efek, aksesoris, layer tampilan semua mengimplementasikan futuristik.

Diluar komunikasi visual iklan ini juga menunjukkan futuristik dimana pembuatan iklan ini tidak lagi menggunakan tenaga konvensional tetapi sudah menggunakan komputer secara pengoperasian pembuatan iklan ini.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis yang baru dalam memahami bagaimana iklan futuristik dirancang dan diartikan oleh konsumen. Dengan menggunakan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Christian Metz, penelitian ini mengungkapkan bagaimana elemen-elemen seperti visual efek, naratif, dan penggunaan teknologi canggih dalam iklan futuristik dapat mempengaruhi persepsi dan interpretasi konsumen terhadap pesan yang disampaikan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Kepada audiens atau masyarakat umum yang menonton iklan tersebut, diharapkan dapat membantu mereka memahami bagaimana tanda-tanda dan simbol-simbol tertentu dalam iklan membangun representasi futuristik dan bagaimana hal ini dapat berdampak pada persepsi dan respons konsumen. Kepada pengiklan atau pembuat iklan diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan berarti dalam pengembangan praktik pemasaran yang lebih dinamis dan sesuai dengan perkembangan zaman.