

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap iklan elevenia versi “Raisa ketemu preman” dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Elevenia menggunakan slogan “Klik Cari Heki” sebagai sebuah campaign untuk menyampaikan pesan ajakan bagi masyarakat Indonesia yang ingin berbelanja atau mencari barang kebutuhan yang di inginkan hanya di elevenia dengan 3 langkah mudah yaitu hanya mengKlik websitenya elevenia www.elevenia.co.id, lalu Cari barang yang sedang di inginkan setelah mendapatkan barang yang dicari atau di inginkan akan timbul perasaan Heki dikarenakan harga yang ditawarkan dijamin paling murah.
2. Makna denotasi yang ditemukan dalam iklan ini adalah bagaimana elevenia menampilkan sebuah perilaku seorang preman yang terdapat pada iklan elevenia versi “Raisa ketemu preman” dan Raisa sebagai sosok wanita cantik yang akan bertemu dengan seorang preman .
3. Makna konotasi yang ada pada iklan tersebut adalah bagaimana tergambar perilaku seorang preman yang menunjukkan ekspresi kesal, marah, sedih, menangis karena memiliki suatu masalah yang sedang dihadapi yaitu ingin membeli alat catok rambut tetapi harganya mahal. Pada akhirnya, Raisa bertemu dengan si preman tersebut untuk memberikan solusi dengan menyuruh si preman menggunakan aplikasi jual beli *online* yaitu elevenia yang dapat membuat ia kembali merasa senang. Akhirnya si preman menggunakan telepon genggamnya untuk mencari alat catok rambut untuknya di elevenia, dimana dalam aplikasi elevenia menawarkan harga yang dijamin paling murah.
4. Untuk mitos yang terdapat pada iklan elevenia ini menggambarkan bahwa lewat ekspresi wajah si preman kesal, marah, bahkan menangis menandakan bahwa dalam iklan ini si preman terlihat cengeng dan lemah

padahal mitos yang beredar dimasyarakat bahwa seorang preman identik dengan sosok yang pemberani dan kuat. Serta menggambarkan bahwa sosok wanita cantik pada iklan ini tidak takut bertemu bahkan mendekatinya untuk bertanya kepada seorang preman tidak berani dilakukan padahal yang kita ketahui sebagian besar wanita akan takut melihat lelaki yang wajahnya sangar apalagi bertemu dengan seorang preman untuk mendekatinya saja tidak berani. Pada iklan ini juga menggambarkan bahwa lelaki seperti preman yang dikenal sangar dan menakutkan ketika melihat sosok wanita cantik seorang preman akan luluh juga.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan terhadap iklan elevenia versi “Raisa ketemu preman” serta kesimpulan yang telah dikemukakan, penulis dapat memberikan masukan berupa saran-saran. Adapun saran-saran tersebut yang penulis ingin sampaikan yaitu:

1. Pada iklan elevenia harusnya dengan memunculkan sosok preman, si preman ditampilkan dengan identiknya mereka yaitu galak dan kuat bukan menampilkannya dengan sebuah perilaku yang terlihat pada iklan tersebut yaitu terlihat sedih dan menangis akan menggambarkan bahwa preman terlihat lemah. Mengapa demikian karena akan menjatuhkan nilai sosok preman yang sudah dikenal dimasyarakat.
2. Elevenia bukanlah satu-satunya situs jual beli *online* yang ada di Indonesia maka elevenia harus selalu meningkatkan kualitas pelayanannya agar calon konsumen yang akan belanja di elevenia tidak pernah merasa kecewa dan selalu akan merasa hepi setelah belanja pada aplikasi situs jual beli *online* elevenia.
3. Diharapkan elevenia tidak pernah berhenti untuk mengemas atau menciptakan berbagai inovasi dalam beriklan dan dibuat sekreatif mungkin, semenarik mungkin, sebeda mungkin agar penonton yang melihat iklan tersebut tertarik dengan apa yang di iklankan dan mampu

membuat orang lain mengikuti pesan apa yang ingin disampaikan dalam iklannya.

