

BAB V

Kesimpulan dan Saran

Bagian dari bab ini berisi perihal rangkuman kesimpulan serta saran untuk hasil penelitian yang sudah dijalankan oleh peneliti berhubungan kepada judul penelitian. Kesimpulan untuk penelitian ini akan dibahas di bab ini serta peneliti akan menguraikan beberapa poin penting terhadapnya iklan yang telah di analisis yaitu iklan Dolce&Gabbana : *D&G LOVES CHINA*.

1.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini yang menggunakan analisis teori semiotik model Roland Barthes pada iklan Dolce&Gabbana : *DG loves china* sudah sesuai dengan masalah dan tujuan dari penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan dan poin-poin dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil dari analisis peneliti, iklan Dolce&Gabbana : *D&G love china*, representasi di sebuah iklan ini bahwasannya mempunyai unsur rasisme yang dideskripsikan untuk iklan ini
2. Hasil dari analisis dengan penggunaan teori Roland Barthes, detonasi dideskripsikan pada iklan Dolce & Gabbana : *D&G Loves China*, penyampaian pesan pada iklan tersebut diperlihatkan secara humoris dengan menggunakan model dari suku Tionghoa dipadukan makanan Italia di dalam iklan yang dibuat oleh perusahaan Dolce&Gabbana.
3. Dikonotasikan, iklan Dolce&Gabbana : *D&G Loves China*, dengan menampilkan model dengan latar belakang suku tionghoa, dan narator yang bernada rasnyais. Hal ini membuat resah masyarakat Tiongkok dengan representasi rasisme yang diartikan oleh penonton.

Emir Mirza, 2022

REPRESENTASI RASISME DALAM PERIKLANAN PADA IKLAN DOLCE & GABBANA (Analisis menggunakan Semiotika model Roland Barthes pada iklan Dolce&Gabbana : *D&G Love China*)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, S1 Ilmu Komunikasi

i [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

1.2 Saran Praktis dan Saran Akademis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

a. Saran praktis

Iklan Dolce&Gabbana : *D&G Love China*, untuk peneliti, hal ini memiliki arti indah dengan memakai model yang mempunyai latar belakang rasnya tionghoa dan eropa untuk menunjukkan variasi ras. Adapun saran kepada perusahaan yang ingin menjual produknya melalui iklan agar cara penyampaian pesan tidak harus bersifat mengejek ataupun merendahkan rasnya tertentu. Maka dapat dipastikan iklan yang akan ditampilkan mungkin, tidak akan menyinggung dan pesan yang disampaikan kepada penonton akan mendapat respons positif.

b. Saran akademis

Peneliti berharap untuk penelitian ini bisa disempurnakan dengan tujuan mengindahkan serta bisa lebih kritis untuk melakukan metode riset yang sama ataupun riset yang lain yang berkaitan dengan rasisme dan juga demi menyempurnakan pesan yang ingin dikirimkan melalui iklan dan berguna bagi orang yang membacanya.