

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang iklan Vivo V5 Plus Perfect Selfie versi Afgan dan Pevita Pearce melalui pendekatan teori semiotika Roland Barthes maka penulis dapat menyimpulkan, yaitu:

1. Dilihat dari iklan Vivo V5 Plus versi Afgan dan Pevita terdapat makna romantisme yang dilihat dari beberapa scene yang menandakan akan makna-makna romantis seperti beberapa kegiatan yang diperlihatkan Afgan dan Pevita dalam iklan tersebut, seperti Afgan dan Pevita berdansa di restoran mewah, menonton di bioskop, serta Afgan yang memberikan hadiah sebuah cincin perhiasan kepada Pevita.
2. Makna denotasi iklan tersebut adalah bagaimana sebuah perilaku yang diperlihatkan atau digambarkan oleh Afgan dan Pevita Pearce yang bertema perfect selfie pada setiap scenenya.
3. Makna konotasi iklan tersebut ingin menyampaikan bahwa Afgan dan Pevita Pearce telah terjadi suatu kedekatan dan selalu ingin berselfie dalam setiap momentnya. Mulai dari terlihat Afgan diam-diam ketika melihat Pevita yang sedang berselfie dengan wajah tersenyum dan belum terjadinya kedekatan diantara mereka, sampai terjadinya kedekatan diantara keduanya dan berakhir pada pemberian cincin oleh Afgan kepada Pevita yang memberikan kesan tanda keseriusan Afgan kepada Pevita, pada saat itu juga Afgan dan Pevita berselfie untuk mengabadikan moment tersebut.
4. Mitos yang terkandung dalam iklan Vivo V5 Plus menggambarkan bahwa kegiatan selfie memberikan dampak positif bagi pelakunya agar dengan adanya kegiatan selfie moment yang diabadikannya selalu dapat diingat kapan saja dan dimana saja. Padahal disisi lain kegiatan selfie juga akan berdampak

negatif bagi pelakunya. mitos lain yang terdapat iklan Vivo V5 Plus ini adalah sikap romantis ditunjukkan untuk orang yang di cintai, tapi bukan berarti juga sikap dan hal-hal romantis dilakukan setiap hari. faktanya banyak juga orang yang tidak melakukan sikap romantis namun ia memiliki cinta yang tulus dan mau berkorban.

V.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian dan melihat hasil yang didapatkan dari penelitian ini, penulis akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan perkembangan zaman yang semakin maju diharapkan Vivo dapat memunculkan smartphone dengan fitur-fitur terbaru yang memiliki keunggulan dari sebelumnya.
2. Menurut Penulis seharusnya iklan Vivo V5 Plus to the point akan pesan yang ingin disampaikan untuk menjelaskan fiturnya, karena iklan tersebut menggunakan kata kiasan yang sulit dimengerti oleh audience.

