

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan penulis ambil dari objek yang diteliti yaitu iklan Asian Games *Energy Of Asia* di televisi adalah:

- a. Level realitas secara keseluruhan dari iklan Asian Games *Energy Of Asia* di televisi terdapat seorang atlet yang mempersiapkan dirinya berlatih secara keras tanpa mengenal rasa lelah berjuang demi mengikuti Ajang perlombaan, adapun sekelempok penari yang menampilkan kebudayaan Indonesia mencirikan bahwa banyak keanekaragaman dan makna nilai perjuangan. terlihat dari *scene* pertama hingga akhir yang penulis jabarkan terlihat realita makna nilai perjuangan.
- b. Level representasi Iklan Asian Games *Energy Of Asia*, merepresentasikan nilai perjuangan melalui atlet yang berusaha keras dan pantang menyerah di setiap ajang perlombaan, mereka mempersiapkan dirinya berlatih dengan sekuat tenaga tanpa mengenal rasa lelah, adapun kegiatan yang terlihat di lakukan sekelompok orang mengikuti semarak menyambut ajang perlombaan ini.
- c. Level Ideologi seorang atlet yang berjuang di Asian Games berjuang secara individu meskipun demikian perjuangan dia bukan untuk dirinya sendiri tetapi untuk mengharumkan nama Indonesia jika ia berhasil menjuarai di setiap ajang perlombaan.

Dari analisis makna Realitas, representasi serta level ideologi yang dijabarkan diatas, dapat disimpulkan bahwa Representasi Nilai Perjuangan yang ada pada Iklan Asian Games *Energy Of Asia* berkaitan dengan nilai-nilai perjuangan yang ada. pada dasarnya berjuang dalam kehidupan harus dilakukan karena mencapai sebuah suatu tujuan harus bekerja keras dan pantang menyerah.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Teoritis

- a. Peneliti selanjutnya yang menggunakan analisis semiotika disarankan menggunakan studi pendekatan yang berbeda dan dari ahli-ahli lain karena akan menimbulkan perspektif baru dan nantinya akan menghasilkan sebuah pemikiran yang berbeda dan objektif.
- b. Peneliti yang terkait dengan makna dan pesan visual atau tanda selanjutnya menggunakan teori-teori lain agar bisa mengukur sejauh mana makna pesan dari sebuah iklan di televisi sampai ke masyarakat.

V.2.2 Saran Praktis

- a. Dalam pengemasannya iklan harus lebih memunculkan karakter perjuangan yang lebih detail, agar masyarakat lebih paham dengan isi iklan yang di tampilkan walau waktu penayangan singkat di televisi.
- b. Segi *soundtrack* seharusnya menggunakan alat musik atau instrumen alat musik lokal dan bahasa Indonesia yang baik, agar kesan budaya dan karakter Indonesia semakin kental yang ditampilkan. Sehingga tujuan atau target dari pembuatan iklan tercapai dengan maksimal dengan lebih mengenalkan aspek-aspek budaya yang ada di Indonesia.
- c. Iklan harus lebih mengutamakan informasi yang lebih detail karena iklan Asian Games ini adalah iklan layanan masyarakat yang mengacu pada iklan non komersil dan bersifat *non-profit* dan lebih berwawasan nasional.