

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu pemaknaan denotasi, konotasi, dan mitos dalam iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*” yang ada di youtube. Berikut kesimpulannya:

1. Makna denotasi pada iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*”

Makna denotasi dari 18 *scene* iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*” yang diteliti menyimpulkan bahwa tokoh utama pria pada iklan ini berperan sebagai sosok pemuda yang berperawakan tinggi dengan penampilan santai ala anak kuliah pada umumnya. Penampilan tersebut ditunjukkan dalam iklan ini ketika pemuda itu sedang membawa minuman Sharetea yang mengenakan kemeja *jeans* dan membawa tas seperti sehabis pulang kuliah. Serta adanya sosok (makhluk halus) kuntilanak yang mengikutinya sampai ke apartemen pemuda tersebut. Warna yang mendominasi iklan ini adalah warna hitam atau gelap. Warna hitam sering dianggap sebagai warna mistis, karena hitam sangat erat hubungannya dengan kegelapan. Hitam terasosiasi dengan ketakutan, misteri, kematian, sesuatu yang jahat, agresi, dan pemberontakan. Iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*” menggunakan 4 setting tempat yaitu di lift, lorong, ruang apartemen dan kamar mandi. Ekspresi pemuda di sepanjang iklan ini terlihat takut dan terkejut karena adanya sosok makhluk halus yang mengganggunya.

2. Makna konotasi pada iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*”

Makna konotasi dari 18 *scene* iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*” yang diteliti menyimpulkan bahwa iklan Sharetea ini menggambarkan kegiatan seorang pemuda yang sehabis pulang kuliah dalam mengisi waktu luangnya. Mulai dari kembali ke apartemen, membersihkan tubuhnya setelah beraktivitas hingga beristirahat. Sharetea juga menggambarkan *launching* produk barunya yaitu *Blackforest frappy* dan *mocca frappy* yang memiliki warna gelap sehingga tim Sharetea memilih konsep iklan horor. Suasana yang gelap dan sunyi memang sebagai konsep iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*” yang memang sedang *launching dark product*. Sosok pemuda yang berpenampilan santai dalam iklan ini terlihat dari

beberapa unit analisis. Seperti pakaian dan ciri-ciri fisik. Iklan Sharetea memposisikan diri sebagai produk minuman *buble tea* yang dapat dinikmati saat beristirahat dan menikmati waktu luang.

3. Mitos yang terdapat pada iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*”

Mitos dalam iklan Sharetea ini direpresentasikan melalui adanya makhluk halus (Kuntilanak). Mitos iklan ini menyatakan bahwa sebenarnya makhluk halus itu tidak ada dan merupakan suatu hal yang takhayul. Jika kita mempercayai sebuah mitos, terkadang hal yang kita rasakan akan membuat kita percaya terhadap mitos tersebut, maka hal-hal mistis akan terlihat seperti kenyataan. Seperti diakhir iklan Sharetea versi “Setan Zaman *Now*” terlihat seorang pemuda yang saling merebut minuman Sharetea dengan sosok makhluk halus (Kuntilanak). Pada kenyataannya makhluk halus (Kuntilanak) hanya menyukai aroma darah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat memberikan masukan berupa saran-saran, sebagai berikut:

1. Bidang Akademis

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah penelitian mengenai analisis semiotika, tidak hanya teori milik Roland Barthes tetapi juga dapat menggunakan teori semiotika dari tokoh lainnya seperti John Fiske dan Charles Sanders Peirce.

2. Bidang Praktis

Untuk pihak Sharetea, penulis menyarankan agar lebih sering membuat iklan dengan konsep yang kreatif dan menarik. Selain untuk meningkatkan *aware* dari konsumen dan juga mempromosikan produk Sharetea ke masyarakat Indonesia.