

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data yang sudah penulis jabarkan dan juga hasil analisis yang sudah diuraikann dalam penelitian yang berjudul Representasi kebudayaan Indonesia dalam iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture*, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture* yang ditampilkan pada channel YouTube Pesona Indonesia dan memiliki durasi waktu selama 30 detik ini memiliki tema atau konsep iklan yang terinspirasi dari banyaknya kebudayaan yang dimiliki Indonesia. Di dalam iklan ini merepresentasikan kebudayaan Indonesia yang digambarkan melalui 15 scene dalam tayangan iklan tersebut. Dalam iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture*, ditemukan simbol-simbol yang bisa merepresentasikan kebudayaan Indonesia. Simbol-simbol tersebut antara lain melalui tarian, permainan, kebiasaan, dan hasil budaya.
- b. Dalam iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture* ini terdapat diteliti menggunakan teori analisis semiotika dari Roland Barthes dan penulis menemukan didalamnya terdapat makna denotasi, konotasi, serta mitos. Dapat diuraikan bahwa :
 1. makna denotasi yang timbul dalam iklan tersebut merupakan gambaran nyata yang benar terjadi dari keadaan serta daerah-daerah di Indonesia yang memiliki beragam kebudayaan. Antara lain tari Kecak, tari Klana Rojo, tari Api, tari Caci, permainan gasing khas kampung bena, adat istiadat kampung bena, dan hasil budaya batik. Hal tersebut menunjukkan makna sebenarnya

yang timbul pada iklan tersebut yang menggambarkan aktivitas orang-orang dalam kebudayaan daerahnya masing-masing

2. makna konotasi yang timbul secara keseluruhan dalam iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture*, menggambarkan bahwa kebudayaan Indonesia memiliki cerita tersendiri di setiap *scene-scene* yang tampil dalam iklan tersebut. Karena terlihat dari setiap adegan yang ditampilkan juga menampilkan keindahan serta keunikan atau ciri khas masing-masing dari setiap daerah atau kebudayaan Indonesia
3. Mitos yang muncul secara keseluruhan dalam iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture*, menggambarkan bahwa setiap budaya Indonesia yang muncul pada iklan tersebut mempunyai cerita dan makna mitos nya masing-masing. dan makna mitos yang muncul memang sudah diyakini dan dipercayai. karena mitos yang muncul pada iklan tersebut muncul dari sebuah kebiasaan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah penulis lakukan iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture*, maka terdapat beberapa saran-saran yang ingin penulis sampaikan diantaranya :

5.2.1 Saran Akademis

- a. Saran untuk penulis yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan analisis semiotika, khususnya semiotika Roland Barthes agar lebih mendalami dan memperbanyak wawasan seputar teori semiotika, dikarenakan ilmu semiotika merupakan kajian yang membutuhkan analisis secara mendalam, khususnya analisis semiotika Roland barthes.
- b. Menggunakan berbagai macam teori dan metode agar bisa mengetahui tanda di dalam sebuah objek penelitian khususnya iklan, sehingga penelitian yang akan dilakukan akan menemukan beragam tanda dan dapat menganalisis semakin dalam.

- a. Diharapkan bagi akademis supaya mampu mengeksplor lebih dalam lagi tentang suatu fenomena-fenomena yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

5.2.2 Saran Praktis

- a. Bagi perusahaan, penulis menyarankan agar menggunakan ide-ide yang lebih kreatif dan menampilkan kebudayaan Indonesia yang belum banyak dikenal masyarakat luas agar dapat menghasilkan sebuah tayangan iklan bukan hanya menarik namun dapat memperkenalkan kebudayaan Indonesia yang belum banyak masyarakat lihat.
- b. Dalam membuat tayangan iklan dapat menggunakan fenomena-fenomena kebudayaan yang terjadi seperti pada pencurian kebudayaan oleh negara lain untuk lebih meningkatkan ketertarikan audiens dalam melihat tayangan iklan tersebut dan meningkatkan *aware* yang melihat iklan tersebut agar senantiasa menjaga kebudayaan bangsa sendiri.

