

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pemaknaan *audience* terhadap pesan sebuah tayangan iklan Korea Selatan yang berjudul “Korea. *Let Your Story Begin*”. Fokus penelitian ini adalah posisi pemaknaan *audience* terhadap pesan iklan tersebut. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Selama berada dalam proses resepsi (tahap *decoding*), kelima informan masih memberikan pemaknaan yang lurus-lurus saja, baik itu terhadap judul, masing-masing *scene*, maupun *tagline* iklan. Semua informan memaknai ketiga hal tersebut secara positif. Tidak ada dari mereka yang memaknai secara lebih mendalam. Tidak ada dari mereka yang mencoba membongkar kode-kode yang mereka terima dengan pemaknaan yang lebih kritis. Para informan yang tidak mengetahui alasan pastinya mengapa iklan tersebut mulai ditayangkan di stasiun pertelevisian Indonesia dan ketertarikan masing-masing informan terhadap Korea Selatan menjadi latar belakang yang mempengaruhi proses resepsi para informan.
2. Informan 1, 2, dan 4 sudah cukup berhasil memberikan resepsi. Sebab, pada bagian resepsi terhadap pesan iklan, mereka membuat pemaknaan akhir tanpa mengabaikan rangkaian-rangkaian pemaknaan yang telah mereka dapatkan dalam proses resepsi sebelumnya. Namun, sayangnya pemaknaan yang mereka lakukan masih belum mendalam. Informan 3

gagal memberikan resepsi. Informan ini sama sekali tidak memanfaatkan tahapan-tahapan pemaknaan yang telah ia lakukan. Hal ini mungkin juga dikarenakan kepolosan informan dalam membongkar semua kode-kode yang ia terima.

Selain itu, berkaca pada penjelasan-penjelasan sebelumnya, bahwa untuk melakukan *decoding* haruslah melalui sebuah proses. Proses itu adalah proses yang terdiri atas tiga tahapan, berupa *decoding audience* terhadap judul iklan, *decoding audience* terhadap masing-masing *scene* iklan, dan *decoding audience* terhadap tagline iklan. Hal tersebutlah yang juga membuat informan 3 gagal dalam memberikan resepsi terhadap pesan iklan secara keseluruhan dimana ia tidak memberikan pemaknaan dengan memanfaatkan tiga tahapan sebelumnya. Sebab untuk memberikan sebuah resepsi haruslah dengan melewati sebuah proses terlebih dahulu.

3. Pemaknaan yang bernada positif yang diberikan oleh kelima informan terhadap pesan iklan “Korea. *Let Your Story Begin*” tentunya mempengaruhi tujuan yang ingin dicapai oleh iklan tersebut. Sebab, dengan pemaknaan yang positif yang diberikan oleh para *audience* terhadap iklan akan mengakibatkan iklan tersebut dengan mudah mencapai tujuan yang ingin dicapainya, dikarenakan para *audience* tidak memiliki pemikiran yang aneh-aneh terhadap iklan tersebut.
4. Selama berada dalam proses resepsi terhadap pesan iklan “Korea. *Let Your Story Begin*”, kelima informan memberikan pemaknaan yang selalu bernada positif, tanpa adanya kehendak untuk mencoba memberikan pemaknaan yang lebih kritis. Tentunya pemaknaan yang seperti itulah

yang diharapkan oleh pihak pengiklan untuk dimaknai oleh semua *audience* yang melihat tayangan iklannya, agar tujuan yang ingin dicapai dari penayangan iklan tersebut dapat tercapai dengan mudah. Sehingga berdasarkan resepsi akhir kelima informan tersebut disimpulkan bahwa mereka berada pada posisi pemaknaan *Dominant Hegemonic Reading*.

5.2 Saran

1. Diharapkan untuk para *audience* selama berada dalam proses resepsi terhadap suatu program/ tayangan yang ditayangkan oleh media agar dapat memberikan pemaknaan yang lebih mendalam, bukan hanya pemaknaan sederhana terhadap label/ nama dari hal yang tampak saja. Selain itu, *audience* juga diharapkan agar dapat mengabaikan faktor ketertarikan terhadap produk yang ditayangkan atau kepopuleran sebuah produk, karena faktor ketertarikan dan kepopuleran produk yang tidak dicoba untuk diabaikan hanya akan menyebabkan *audience* bersikap pasif dalam menerima program/ tayangan yang ditayangkan oleh media.
2. Untuk dapat memaknai pesan suatu program/ tayangan media dengan baik, *audience* diharapkan dapat mengerti dan memahami setiap kode-kode pesan yang dicoba disampaikan oleh program/ tayangan tersebut secara lebih mendalam. Sebab, pemahaman terhadap kode demi kode tersebut akan sangat berpengaruh terhadap pemaknaan keseluruhan pesan yang disampaikan oleh suatu tayangan/ program.
3. Penting bagi para *audience* untuk terlebih dahulu memaknai setiap hal yang disampaikan oleh tayangan/ program media secara lebih mendalam.

Sebab, dengan memberikan pemaknaan yang lebih mendalam terhadap tayangan/ program media, sekiranya akan menghindarkan *audience* dari tujuan-tujuan bernada negatif yang ingin dicapai dari penayang tayangan/ program tersebut.

4. Diharapkan untuk ke depannya *audience* dapat memahami terlebih dahulu tentang ada apa sebenarnya dibalik penayangan sebuah program/ tayangan media dan tidak menerima mentah-mentah begitu saja apa pun yang ditayangkan oleh media. Sebab, dibalik penayangan suatu program/tayangan pasti ada hal-hal tertentu yang dicoba disembunyikan oleh program/ tayangan tersebut dari *audience*.

