

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Iklan sangat besar terpengaruh oleh permasalahan sosial tempat iklan tersebut dibuat. Dengan mengangkat permasalahan sosial tersebut, iklan dapat memancing perasaan pembaca, pendengar, atau penonton untuk ikut terbawa dalam dialog yang dimiliki iklan tersebut. Kemudian konsumenpun dapat memiliki ketertarikan akan produk yang dimaksudkan dalam iklan karena secara tidak langsung, konsumen memiliki pendapat yang sama dengan dialog iklan tersebut. Selain dari dialog pendek yang memiliki makna yang jelas terpaparkan, iklan juga memiliki beberapa maksud yang tidak tampak secara jelas jika tidak ditelaah dengan seksama. Maksud tersembunyi itulah yang seringkali merupakan tujuan utama yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan dan produsen produk iklan kepada *audiens* dan konsumen. Dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, maksud tersembunyi iklan tersebut dapat dengan mudah ditelaah dan ditemukan di dalamnya.

Menggunakan teori Barthes, peneliti menemukan pesan iklan yang ingin disampaikan oleh pihak produsen *Pocari Sweat* kepada *audiens*, yaitu setiap manusia harus memiliki keinginan yang kuat untuk meraih impian karena terdapat peluang yang besar dan luas serta orang-orang di sekitar yang akan selalu mendampingi dalam perjalanan menuju kesuksesan. Dalam perjalanan tersebut tentu saja akan terdapat beberapa kesulitan dan masalah yang muncul, dengan rasa percaya diri akan kemampuan sendiri dan tanpa rasa takut akan kegagalan, setiap kesulitan akan dihadapi dengan baik. Tema ini diangkat ke dalam iklan oleh

produsen dikarenakan banyaknya kasus kalangan muda di Jepang yang bunuh diri sebab tidak memiliki tujuan atau impian dalam hidup. Iklan ini dimaksudkan agar permasalahan tersebut tidak berkembang di masa yang akan datang di Jepang dan di negara manapun. Di samping itu, dalam iklan ini, produsen ingin menyampaikan bahwa minuman isotonik *Pocari Sweat* adalah minuman yang tepat untuk membuat tubuh konsumen menjadi bertenaga dan penuh percaya diri setelah mengkonsumsi minuman tersebut. Karena *Pocari Sweat* memiliki kandungan yang mirip cairan tubuh dan mudah diserap oleh tubuh sehingga dapat mengembalikan ion tubuh yang hilang setelah beraktifitas.

4.2 Saran

Penelitian yang peneliti lakukan adalah mengenai tanda linguistik yang terdapat dalam iklan *Pocari Sweat*. Sejauh analisis yang telah peneliti lakukan, masih terdapat beberapa kekurangan dan perlu dilakukan penelitian selanjutnya. Sebuah analisis semiotika tidak hanya sebatas tanda dan makna. Sehingga penelitian mengenai iklan ini dapat diteliti dari segi lainnya, seperti pada proses pembuatan iklan yang sangat dipengaruhi oleh mitos dan perkembangan religious masyarakat Jepang yang membedakan interpretasi dari setiap tanda yang muncul.