

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan rekapitulasi data, ditemukan pesan linguistik, pesan ikonik terkode, dan pesan ikonik tidak terkode pada keenam laman iklan *KOSÈ ESPRIQUE “SPRING OFFICE MAKEUP ITEMS 2023”* yang diunggah tanggal 3 April 2023. Pesan linguistiknya yaitu tanda berupa tulisan yang menjelaskan produk dan kegunaan atau kelebihan produk. Pesan ikonik terkodenya yaitu tanda berupa visualisasi dari gambar produk maupun gambar latar iklan yang menggambarkan tema produk. Sedangkan pesan ikonik tidak terkodenya yaitu pengenalan dan promosi produk baru serta ajakan kepada pelanggan untuk memilih dan membeli produk riasan kantor *KOSÈ ESPRIQUE* edisi khusus musim semi 2023. *KOSÈ ESPRIQUE* menekankan konsep riasan yang alami seperti tanpa riasan, dengan beberapa produk berwarna coklat alami yang memberikan kesan minimalis dan berkelas serta beberapa produk berwarna *pink* yang menambahkan keanggunan karena sesuai dengan tema musim semi di Jepang yang berciri khas warna cerah dan bunga Sakura. Pada data tersebut juga dapat dilihat bentuk fisik produk yang tidak hanya memperlihatkan kemasannya, tapi juga menampakkan isi produk sehingga pelanggan dapat benar-benar tahu produk seperti apa yang akan dibeli.

4.2 Saran

Penelitian ini mengenai analisis semiotika Roland Barthes pada iklan *KOSÈ ESPRIQUE “SPRING OFFICE MAKEUP ITEMS 2023”* dengan menganalisis pesan

linguistik, pesan ikonik terkode, dan pesan ikonik tidak terkode dari tanda lingual maupun tanda non lingual dalam poster. Tidak hanya poster, ada banyak sekali objek yang dapat dianalisis menggunakan kajian semiotika maupun kajian lainnya. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak lainnya.

