

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotika makna tanda verbal dalam iklan serial animasi SK-II studio seri (VS *RURU*) dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini menemukan 19 data tanda verbal berupa dialog antartokoh, monolog internal, narasi voice over, dan teks tertulis yang muncul dalam visual iklan yang memiliki makna denotatif dan makna konotatif.

Secara denotatif, tanda verbal dalam iklan serial animasi SK-II studio seri (VS *RURU*) berupa dialog dan narasi yang menggambarkan situasi percakapan sehari-hari antara perempuan Jepang dengan lingkungan sosialnya. Sedangkan secara konotatif, keseluruhan tanda verbal pada iklan serial animasi SK-II studio seri (VS *RURU*) membawa pesan ideologis tentang penolakan terhadap tekanan dan aturan sosial kepada perempuan dalam menentukan pilihan hidupnya sendiri, khususnya terkait pilihan jalan hidup menjadi atlet dalam keluarga yang menjunjung tinggi tradisi tradisional seperti di kehidupannya Mahina Maheda.

Dalam iklan serial animasi SK-II studio seri (VS *RURU*) ini memberikan pandangan lain terkait perempuan di Jepang dahulu yaitu dituntut untuk menjadi perempuan ideal yang disebut dengan istilah Yamato Nadeshiko, konsep perempuan ideal pada istilah Yamada Nadeshiko menekankan pada kepatuhan, kelembutan, dan pengorbanan diri. Maheda menjadi tokoh perempuan dalam iklan ini secara verbal mengekspresikan penolakan terhadap standar perempuan ideal tradisional dan mengafirmasikan hak mereka untuk meraih kesuksesan dan kebahagiaan berdasarkan keinginan diri sendiri, bukan karena tekanan sosial.

Secara keseluruhan tanda verbal dalam iklan serial animasi SK-II studio seri (VS *RURU*) menggunakan teori Roland Barthes untuk mendapatkan makna denotatif dan makna konotatif. Penelitian ini berkontribusi untuk menunjukkan bagaimana tanda verbal dalam iklan ini dapat digunakan untuk memberitahu tentang mitos budaya lama dan membangun identitas gender baru yang lebih modern.

4.2 Saran

Penelitian ini membahas tanda verbal dalam iklan serial animasi SK-II studio seri (VS *RURU*) memakai kajian semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna denotatif dan makna konotatif pada tanda verbal pada iklan ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dalam penulisan penelitian ini, maka dari dibutuhkan penelitian lanjutan yang bisa menunjang agar penelitian ini bisa menjadi lebih baik lagi.

