

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis serta juga merujuk kepada teori – teori yang ada maka didapati hasil penelitian bahwa iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja terdapat pesan kritik sosial yang tersirat di dalamnya. Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik berapa kesimpulan untuk tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Sign, object, dan interpretant dalam iklan ini secara spesifik dapat membuat iklan menjadi menarik dan dapat dengan mudah dipahami. A Mild masih dengan citra image mereka yang tampil kritis dengan simbol anak muda membawa banyak pesan yang tersirat di dalamnya. Iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja bersifat objektif menggambarkan fenomena dan kebiasaan yang sedang terjadi di masyarakat secara riil bahkan sampai saat ini, seperti masyarakat dengan ketidakpeduliannya terhadap sampah limbah plastik sehingga menimbulkan dampak yang beragam dikemudian hari.
2. Di dalam ketiga iklan tersebut limbah plastik divisualisasikan mencemari lingkungan perkotaan, ekosistem laut dan bahkan lingkup terkecil yaitu di dalam rumah tangga. Tayangan iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja mempunyai tujuan untuk membuka kesadaran masyarakat dengan menampilkan sindiran terhadap realitas sosial yang telah terjadi, para penonton iklan dipaksa untuk menyadari pentingnya untuk menjadi peduli dan sadar akan bahaya dari limbah plastik bagi kehidupan dikemudian hari.
3. Kritik sosial pada iklan A Mild bersifat terbuka dengan menggunakan media televisi dalam menyampaikan pesan kritik secara terbuka langsung ke masyarakat. A Mild dengan mudah dapat memanfaatkan

iklan sebagai komunikasi dalam menyampaikan semua pesan yang akan diangkat dan dipublikasikan kepada masyarakat berdasarkan fakta yang sedang terjadi.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pemirsa atau penikmat iklan, ketika menyaksikan sebuah iklan sebaiknya tidak pasif dan menerima pesan secara begitu saja. Pemirsa iklan harus bisa bersikap lebih kritis dalam melihat iklan terhadap makna yang ingin disampaikan. Dampaknya pemirsa tidak mudah terpengaruh atau terprovokasi dengan penayangan iklan.
2. Iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja sudah sangat baik dalam menyampaikan pesan makna dengan tanda kritik sosialnya. Diharapkan munculnya kesadaran oleh masyarakat umum tentang pentingnya membuang sampah plastik agar mengurangi dampak buruk yang akan dirasakan dalam jangka panjang
3. Dalam meneliti sebuah iklan tidak dapat dipisahkan dengan semiotika karena setiap iklan pasti memiliki pesan atau makna di dalamnya yang ingin disampaikan pembuat iklan kepada khalayak yang menonton. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa lain khususnya jurusan periklanan agar tertarik melakukan penelitian mengenai Semiotika dengan membedah pesan-pesan serta makna dari sebuah iklan.