

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Makna denotasi dari iklan ini adalah kisah kepahlawanan dari Dewi Sri yang melindungi desa dan hasil panen dari Kala Wereng. Yang mana hal ini dapat dilihat berdasarkan visual, teks, dan juga narasi dalam iklan ini, yang membantu para pemirsa dalam memahami makna denotasi dari iklan ini. Visual di sini berasal dari tiap *scene*, yang mana di dalamnya ada interaksi antar tokoh dan juga aktivitas yang dilakukan. Sementara teks narasi membantu pemirsa untuk memahami tiap *scene* yang ada dan disuarakan oleh seorang pria dengan cara berbicara seperti dalang dalam pewayangan, yang mana memberi pemirsa suasana melihat pewayangan.
2. Makna konotasi dari iklan ini adalah konsep, ekspresi, dan kedekatan mental dari kisah kepahlawanan dari Dewi Sri yang melindungi desa dan hasil panen dari Kala Wereng. Berbeda dengan makna denotasi yang dapat dengan mudah dipahami, makna konotasi mengharuskan para pemirsa untuk memiliki kedekatan terlebih dahulu dengan hal-hal yang ada dalam iklan ini, seperti mengetahui terlebih dahulu siapa itu Dewi Sri dan Kala Wereng. Yang mana hal ini akan mempermudah para pemirsa dalam menginterpretasikan makna konotasi dalam iklan ini. Aspek-aspek yang dapat menunjukkan makna konotasi ada pada setiap *gesture* kecil yang dilakukan para tokoh dalam iklan ini, seperti mimik wajah dan sorot mata, juga dari warna pakaian yang mereka kenakan.

3. Makna mitos dari iklan ini ada pada kisah Dewi Sri dan Kala Wereng yang diadaptasi dari cerita rakyat Dewi Sri dan tradisi perayaan panen raya. Dalam kepercayaan masyarakat Jawa, Sunda, dan Bali, Dewi Sri merupakan sosok Dewi Kesuburan, termasuk dalam hal pertanian, serta menjadi pelindung akan hasil panen bumi. Sementara tradisi panen raya merupakan suatu festival perayaan untuk bersyukur dan merayakan hasil panen mereka yang berlimpah. Hal ini masih sering dilakukan di beberapa daerah di Indonesia.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat peneliti sampaikan dan mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan selanjutnya, yaitu:

Bagi praktisi periklanan, banyak cara dan ide kreatifitas yang bisa dieksplor untuk membuat iklan, jangan hanya membuat iklan yang itu-itu saja. Tapi kita semua bisa mengambil referensi dari banyak hal, mulai dari hal-hal sederhana, hingga kisah historis, seperti sejarah, cerita rakyat, mitos, dan lain-lain. Lalu bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk memiliki kemampuan yang lebih dalam akan memaknai pesan dan menjabarkannya dengan baik. Peneliti berharap, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.