

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kesimpulan dalam iklan Youtube Google Indonesia Versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara terdapat makna denotasi, konotasi, mitos dan analisis pesan iklan dalam iklan ini.

1. Makna denotasi dalam iklan Youtube Google Indonesia Versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara menayangkan gambaran masyarakat mengenai pandangan perempuan yang selama ini hanya memandang perempuan sebagai kaum yang lemah dan tidak mempunyai keahlian selain bekerja dirumah tangga. Iklan ini digambarkan berbagai macam karakter perempuan yang ingin tampil di ranah publik dengan tampil begitu percaya diri tanpa adanya pandangan buruk dari orang lain. Google Indonesia dengan fitur *voice note* Google mencari tahu apa yang di impikan oleh para tokoh tersebut dengan mudah.
2. Makna konotasi dalam iklan ini adalah sosok perempuan yang ingin mewujudkan impian dan cita-citanya yang selaras dengan kaum laki-laki sehingga sosok perempuan dalam iklan ini mampu mengembangkan bakatnya dan meningkatkan citra diri mereka dan membuka pandangan baru tentang kaum perempuan yang selama ini menjadi korban ketidakadilan gender di lingkungan sosial budaya yang kental dengan sistem patriarki.
3. Mitos iklan Youtube Google Indonesia versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara sangat terlihat jelas dalam *voice over* yang terdapat dalam iklan ini contohnya ketika seorang perempuan yang sedang berjalan menuju panggung untuk tampil di pentas musik *voice over* dalam iklan itu mengatakan “perempuan dirumah aja,ga pantes” dan masih banyak lagi. Dapat disimpulkan bahwa kaum perempuan dan kaum laki-laki dapat

memperoleh hak kebebasan berpendapat yang adil di ranah sosial dan budaya.

## **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang ditemukan pada iklan Youtube Google Indonesia versi Suaramu Menginspirasi Mereka #YukBukaSuara, Adapun saran-saran yang bisa diberikan sebagai berikut:

1. Strategi persuasif dalam iklan tidak hanya sekedar mengiklankan suatu produk, tetapi juga mengarah pada citra dan nilai suatu produk. Penggunaan konsep dalam iklan sebaiknya dibuat agar mampu mewakili perasaan khalayak yang menonton iklan tersebut, serta mampu mengilustrasikan sebuah kehidupan atau fakta yang terjadi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, khususnya analisis semiotika Roland Barthes untuk menggunakan metode penelitian dan teori yang beragam, sumber yang berbeda serta objek yang di teliti, sehingga dapat menemukan makna yang tersembunyi dalam sebuah iklan.