

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis semiotika Ferdinand De Saussure dalam iklan OPPO Reno “*What’s Your Renno*”, maka pada bab ini ditarik kesimpulan, mengungkapkan makna dalam pesan iklan OPPO Reno “*What’s Your Renno*” dengan menganalisis tanda dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure yang menggunakan teori *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Pada iklan ini menunjukkan kepada khalayak bahwa iklan ini mengajak untuk percaya pada diri sendiri serta harus selalu berusaha dengan apa yang dijalankannya dan harus tetap menjadi diri sendiri. Pesan yang terdapat pada iklan ini yaitu pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal yang digunakan yaitu kata-kata yang ada dalam voice over atau suara *talent* yang mengiringi iklan tersebut mengandung pesan yang bisa mengangkat semangat untuk taklukan segala tantangan dengan menjadi diri sendiri. Adapun pesan non verbal yaitu pesan visual yang ada pada iklan ini yang bukan berbentuk objek yang ditampilkan pada iklan, ekspresi wajah yang menunjukkan keseriusan dengan semangat dan kepercayaan yang kuat, gesture atau gerakan tubuh yang ditampilkan setiap objek, dan lain-lain.

Makna yang terdapat iklan OPPO Reno “*What’s Your Renno*” ini yaitu mempunyai makna semangat dan percaya diri, dimana sebuah kepercayaan pada diri sendiri bisa memberi semangat untuk menghadapi segala tantangan yang dilalui dengan percaya diri dan jadi versi terbaik diri sendiri dan tak kenal lelah, apapun bisa dicapai dengan tekad serta niat kemauan yang kuat dari dalam diri. Memperlihatkan suasana berjuang untuk hasil yang maksimal.

5.2. Saran

Iklan media sosial *YouTube* OPPO Reno Versi “*What’s Your Renno*” berbeda dari iklan lainnya dan sangat menarik perhatian dan keunikan yang ditampilkan pada iklan ini. Semoga kedepannya dapat lebih kreatif lagi dalam segi objek yang ditampilkan sehingga dapat lebih mudah diingat oleh khalayak umum. Iklan OPPO Reno “*What’s Your Renno*” ini menyajikan sebuah penanda dan

petanda yang memiliki makna berkaitan dengan semiotika di dalam iklan. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah acuan bagi mahasiswa lain yang ingin meneliti dan mengembangkan penelitian mengenai semiotika dan mengkaji lebih dalam lagi. Diharapkan penelitian ini memberikan sebuah pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi dan bidang lainnya terkhusus konsentrasi periklanan (Advertising