

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Objek dalam penelitian ini adalah tiga belas scene iklan Nike versi "Play New". Berbagai scene yang dikaji menggunakan semiotika Ferdinand de Saussure dengan menganalisis makna penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan makna pesan motivasi yang diperkuat dengan analisis praktisi Iklan dan praktisi Psikologi. Berdasarkan analisis dan interpretasi yang dilakukan terhadap iklan Nike Versi "Play New". Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penanda dan Petanda pada iklan Nike versi "Play New".

Penanda lebih banyak terdapat pada narasi dan visual dalam iklan ini yang menunjukkan berbagai orang-orang yang mencoba melakukan hal yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya namun orang-orang tersebut mendapatkan kegagalan dalam proses melakukannya, bukan kesedihan dan berhenti berusaha justru reaksi yang mereka berikan adalah kembali mencoba dan menikmati kegagalan-kegagalan tersebut, narasi dalam iklan ini juga ditujukan untuk memaknai proses dan kegagalan-kegagalan dalam sebuah proses juga bagaimana harusnya memaknai proses tersebut agar kembali bangkit lalu Petanda dalam iklan ini memberikan gambaran dengan *tagline* "Play New" yang didukung pada penanda visual dan audio yang bermakna bahwa mencoba hal baru bukanlah sesuatu yang payah, meskipun kita jatuh, meskipun kita memiliki skill yang terbatas, fisik yang terbatas, bukan lah sebuah hal yang sia-sia, itu tidak payah sama sekali, berani mencoba hal yang belum pernah kita lakukan adalah modal kita untuk mengambil langkah menjadi lebih baik, narasi yang diberikan memberikan makna bahwa setiap proses haruslah dimaknai sebagai pembelajaran bahwa kegagalan-kegagalan ini adalah suatu hal yang wajar dalam proses setiap orang, yang terpenting adalah kita memaknai proses

tersebut sebagai sebuah pembelajaran dan mau bangkit kembali melanjutkan proses dengan pembelajaran yang kita dapat dari kegagalan sebelumnya.

## 2. Makna pesan motivasi pada iklan Nike versi "Play New".

Makna penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan pesan motivasi pada iklan Nike versi "Play New". ini mengisyaratkan bahwa mereka yang telah menonton iklan ini bisa termotivasi dalam sebuah pengembangan diri untuk berani mencoba hal baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya tanpa harus takut akan kegagalan sebaliknya justru menjadikan kegagalan sebagai pembelajaran yang akan membuat diri menjadi lebih baik, Pesan moral yang terkandung dalam iklan ini kita sebagai manusia harus tetap berusaha, berjuang, bekerja keras. Karena yang harus kita yakini adalah mencoba hal baru memang sulit, tapi bukan suatu hal yang payah, bahkan tidak sedikitpun, karna belum tentu orang lain berani melakukan hal yang serupa, makna pesan motivasi pada iklan Nike versi "Play New" mengandung makna pesan motivasi bahwa kita sebagai manusia harus berani mencoba hal baru, tetap berusaha, berjuang, mengambil pelajaran dari kegagalan, dan pantang menyerah.

## 5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian, berdasarkan kesimpulan diatas yang telah dikemukakan, saran yang dapat disampaikan dan mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan yaitu :

1. Pada 1 menit iklan ini terdapat scene yang memiliki potongan gambar yang sangat singkat, karna iklan ini disampaikan dengan TVC juga maka itu bisa jadi sebuah kekurangan dimana penonton tidak memiliki kuasa untuk menjeda ataupun mengulang kembali iklan dan bisa saja melewati bagian pesan yang coba nike sampaikan dan kurang memahami dengan baik sepenuhnya pesan dalam iklan ini.

2. Pada beberapa scene, orang yang mencoba cabang olahraga seakan-akan dilakukan sendiri tanpa pengawasan professional, merujuk kepada etika periklanan ini bisa memunculkan pandangan yang kurang tepat bagi penonton, karna dalam beberapa scene seakan-akan peralatan yang digunakan oleh pemeran sudah menggunakan peralatan olahraga yang cukup *Propper*, namun selain alat dibutuhkan pula arahan dari seorang professional, dalam hal ini peneliti tidak melihat adanya kehadiran instruktur atau pelatih sehingga bisa saja yang disampaikan bisa saja kurang tepat , karna mencoba hal baru juga tetap harus dengan arahan professional atau instruktur sehingga meminimalisir kesalahan dalam praktiknya, diharapkan untuk selanjutnya nike maupun pembuat iklan lainnya memperhatikan aspek ini sehingga kesalahan interpretasi penonton dapat diminimalisir.