

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

##### 1. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Tayangan iklan Apple versi ‘Privacy on iPhone – Data Auction’ ini merupakan iklan informatif yang dimana memiliki makna denotasi menginformasikan fitur keamanan iPhone dan isu keamanan data pribadi di era globalisasi ini, sehingga para pengguna smartphone bisa lebih berhati – hati saat berselancar di layar telepon genggam. Tayangan iklan tersebut secara umum memiliki makna konotasi penggambaran apa yang akan terjadi apabila data kita bocor dan diperjual belikan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, dimana hal ini digambarkan dengan acara pelelangan. Apple juga bermaksud membuktikan kebenaran mitos yang beredar luas di masyarakat bahwa perangkat Apple lebih aman dibanding merek lain. Hal ini terlihat dari kampanye-kampanye yang kerap dilakukan Apple terkait privasi dan keamanan data pengguna

##### 2. Representasi Perlindungan Data Pribadi

Apple menyadari bahwa privasi merupakan hak asasi manusia paling mendasar yang harus dilindungi. Oleh karena itu, Apple berupaya memberikan jaminan keamanan dan perlindungan data pribadi pada produk-produknya agar pelanggan Apple merasa nyaman dan yakin data mereka aman. Namun pada kenyataannya, insiden peretasan dan kebocoran data masih kerap terjadi di mana-mana, termasuk di Indonesia. Bahkan sistem keamanan siber milik instansi pemerintah sekalipun kerap berhasil dibobol hacker. Maka dari itu Apple merepresentasikan atau menampilkan ulang apa yang akan terjadi pada korban kebocoran data di tayangan iklan yang bertemakan pelelangan.

#### B. Saran

Setelah penelitian dan kesimpulan diatas, adapun saran yang pertama ialah untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi penelitian dengan pendapat dan informasi dari para ahli yang berkaitan dengan kajian semiotika terkhusus model semiotika Roland Barthes. Sehingga diharapkan dapat lebih memperkaya informasi penelitian dan

keakuratan data. Serta bagi para audience diharapkan dapat menyaring dan mencerna lebih kritis terkait tayangan iklan yang ditonton sehingga makna - makna pesan iklan yang terkandung secara langsung ataupun tidak dapat dipahami, dan dengan begitu dapat lebih memahami branding dari produsen atau perusahaan yang beriklan.

Disisi lain bagi masyarakat agar dapat lebih memperhatikan isu keamanan data pribadi sehingga dapat meminimalisir resiko terjadinya kebocoran data dan penggunaan data oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Karena baik kita sadari atau tidak para peretas semakin maju nya zaman mereka pun mengikuti perputaran, sehingga pasti saja terdapat celah terkait data pribadi kita.