

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tiklan ini dibentuk oleh penanda dan petanda yang menunjukkan potret kebudayaan asli Papua dengan menampilkan adat yang mereka miliki. Hal ini dapat diketahui dari makna denotatif yang ada di dalam iklan. Yaitu:

1. Gambar awal yang dimunculkan dalam iklan ini adalah seorang warga suku asli Papua yang menggunakan busana tradisional mereka berserta dengan peralatan yang mereka gunakan. Selain itu, dalam iklan ini juga ditunjukkan dimana mereka tinggal dan seperti apa bentuk rumah yang mereka tinggali.
2. Artis dan penduduk asli papua menunjukkan dua kelas social yang berbeda. Dilihat bagaimana dari cara mereka berpakaian.
3. Tindakan menolong dan berbaur bersama masyarakat meunjukkan bahwa perbedaan bisa dikesampingkan.
4. Artis dan masyarakat asli papuaa menari bersama tarian sajojo. Para artis juga belajar tarian tradisional.

Selain makna denotatif, dalam iklan ini juga terkandung makna konotatifnya, yaitu:

1. Pemanfaatan Cris John, Donny Kusuma dan Shanti yang melambangkan sosok cantik atau perkasa sebagai mitos dunia modern coba disandingkan dengan suasana tradisional di kawasan pedalaman Papua. Masyarakat asli Papua, dikontotasikan sebagai salah satu potret kehidupan masyarakat Indonesia, dimana tidak semua masyarakatnya merasakan kemajuan pembangunan dan perkembangan zaman. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang hidup di pedalaman dan jauh dari kemodernitasan.
2. Iklan ini juga menginformasikan bahwa Indonesia tidak hanya ada di pulau Jawa, tapi juga pulau-pulau lainnya. Dengan keunikan budaya masing-masing daerah yang memperkaya daftar kebudayaan Indonesia. Ragamnya budaya tersebut tidak akan bisa bermanfaat jika bangsanya sendiri tidak mengenal dan melestarikan budayanya sendiri.
3. Bangsa Indonesia terdiri dari berbagai macam suku yang memiliki adat dan budaya yang berbeda. Namun perbedaaan itu tak selalu menjadi penghalang untuk menciptakan rasa kebersamaan dan kebersatuan sebagai satu bangsa, yaitu Bangsa Indonesia.
4. Secara keseluruhan, iklan ini ingin menunjukkan keberagaman yang dimiliki bangsa Indonesia, ingin memberitahukan kepada seluruh masyarakat Indonesia bahwa bangsa ini memiliki begitu banyak budaya, adat istiadat, serta hal-hal unik yang bisa diperkenalkan kepada dunia. namun di balik itu semua, sebenarnya yang harus dilakukan adalah

bagaimana cara menjaga kebudayaan itu agar tetap lestari dan tidak lagi diklaim oleh bangsa lain.

Dari berbagai hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluncuran iklan Kuku Bima Energi versi Tari Sajojo yang berasal dari Papua bertujuan agar masyarakat mencintai dan ikut melestarikan budaya. Karena itu merupakan salah satu aset negara kita.

B. Rekomendasi

1. Masih ada beberapa perbedaan dalam iklan ini. terlihat dari kostum yang digunakan. Mengapa para ambassador harus menggunakan pakaian yang berbeda dengan suku asli Papua, dalam hal ini adalah Suku Dani. Walau menggunakan pakaian yang berbeda yang merepresentasikan siapa mereka, setidaknya jika ingin berbaur dengan masyarakat asli, harus mengenakan atribut yang dimiliki oleh masyarakat adat tersebut. Seperti topi atau aksesoris lainnya.
2. Tujuan iklan selain untuk mempengaruhi pemirsa, juga sekaligus memberikan informasi tentang suatu hal positif. Contohnya dalam iklan ini. Iklan ini mengangkat tema tentang budaya, dengan berbagai budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, iklan bisa dijadikan alternatif sebagai tempat untuk promosi pariwisata.
3. Dalam suatu iklan yang menceritakan tentang minuman berenergi, yang menjadikan seseorang mempunyai tenaga lebih, seharusnya menggunakan *backsong* yang sesuai. Dalam iklan ini, *backsong* yang digunakan tidak

ada hubungannya dengan manfaat dari minuman yang dimaksud, melainkan *backsong* yang digunakan menceritakan tentang seorang gadis cantik.