

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang makna dari iklan rokok A Mild Sampoerna versi Orang Pemimpi maka peneliti menarik kesimpulan.

Makna iklan Rokok A Mild Sampoerna versi Orang Pemimpi yaitu menggambarkan adanya dua ruang yang berbeda, yaitu ruang mimpi ketika kita tidur dan ruang nyata ketika kita melakukan aktifitas sehari-hari. Dalam iklan ini sang copywriter dari iklan ini berusaha mencoba mempengaruhi para penonton untuk jangan terus bermimpi saja (terutama tanpa di dorong usaha) dan juga jangan terlena akan namanya mimpi karena mimpi hanyalah satu gambaran dari impian yang belum terwujud. Untuk mewujudkan diperlukan sebuah usaha, bukannya cuma diimpikan saja tanpa usaha memang susah dan tidak akan terwujud.

Dari iklan A Mild versi Orang Pemimpi, dapat diperoleh gambaran bahwa setiap orang dituntut untuk memiliki kreativitas yang tinggi di tengah tuntutan kebutuhan hidup dengan segala keterbatasan yang ada. Salah satu yang menjadi pendorong kreativitas adalah dengan menggunakan imajinasi untuk memiliki ide dalam membuat atau memanfaatkan suatu hal. Dalam tampilan iklan A Mild yang muncul di berbagai media tersebut terdapat

berbagai macam tanda yang dibuat oleh pengiklan dalam usahanya untuk menarik minat khalayak.

Iklan ini berisi sindiran yang mencoba menyuguhkan realitas kondisi bangsa Indonesia pada masa mendatang. Mimpi dalam kehidupan itu boleh tapi harus dibarengi dengan usaha dan kerja keras.

B. SARAN

Dari kesimpulan hasil analisis diatas peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada para civitas akademika bidang ilmu komunikasi hendaknya mengembangkan penelitian tentang teori komunikasi yang lebih di khususkan pada bidang semiotika komunikasi.
2. Membuat iklan dengan pendekatan budaya masyarakat dipandang lebih efektif, oleh karena itu bagi para pembuat iklan disarankan untuk membuat iklan yang sesuai dengan etika budaya masyarakat dimana iklan tersebut ditayangkan.
3. Kepada para pembuat iklan disarankan untuk memberi waktu lebih banyak untuk memperlihatkan peringatan bahaya merokok. Minimal memberi kesempatan bagi pemirsa untuk bisa membacanya sampai selesai.

Untuk selanjutnya peneliti berharap ada yang mau meneruskan penelitiannya lebih mendalam tentang ideologi yang terkandung didalam iklan

atau konsep-konsep lain yang tersembunyi dari iklan ini dengan memakai metode maupun jenis penelitian yang berbeda, sehingga penelitian dengan judul ini dapat berkembang dengan berbagai perspektif dan pandangan lain yang beragam.