

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari analisis semiotik yang dilakukan oleh peneliti memberikan pandangan bahwasanya iklan ARB ini memberikan gambaran sebuah makna yang menjadi pengaruh pencitraan bagi masyarakat Indonesia. Peneliti setuju dengan teori Dramatugis bahwa seseorang dapat melambangkan simbol-simbol. Seseorang dapat berbicara tentang ucapan-ucapan atau menulis tentang kata-kata, maka bahasa berfungsi sebagai kendaraan untuk aksi. Karena adanya kebutuhan sosial masyarakat untuk bekerja sama dalam aksi-aksi mereka, bahasapun membentuk perilaku. Dimana ARB dan partainya golkar adalah salah satu partai peserta pemilu 2014 dengan sedemikian tanda diencode dan dicodekan. Masyarakat menyadari adanya iklan tersebut adalah sebuah ajakan untuk mendukung partai tersebut.

Dalam komunikasi periklanan, tidak hanya menggunakan bahasa sebagai alatnya, tetapi juga alat komunikasi lainnya seperti gambar, warna, dan bunyi. Iklan disampaikan melalui dua saluran media massa, yaitu (1) media cetak (surat kabar, majalah, brosur, dan papan iklan atau *billboard*) dan (2) media elektronika (radio, televisi, film). Pengirim pesan adalah, misalnya, penjual produk, sedangkan penerimanya adalah khalayak ramai yang menjadi sasaran.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003) Hlm 116

## **B. Rekomendasi**

Dari hasil penelian dan uraian di atas, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang mungkin bisa dijadikan bahan pertimbangan lanjutan untuk ke depannya, seperti:

### **1. Bagi Pembuat Iklan Politik ARB**

Iklan ARB versi petani pahlawan bangsa merupakan iklan politik dan dikemas dalam bentuk narasi gambar, sehingga akan mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat. Dalam pembuatan iklannya, ARB harus mempunyai gagasan atau tindakan seperti apa yang akan dilakukan untuk memajukan petani. Jadi bukan hanya kedekatan atau pencitraan saja, tetapi bagaimana cara nantinya untuk mensejahterakan rakyat petani. Bagi partai hendaknya dalam pembuatan iklan politik setidaknya mempertimbangkan nilai-nilai sosial yang berlaku, karena iklan merupakan simbol partai.

### **2. Bagi Peneliti selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam yang berkenaan mengenai iklan ARB partai GOLKAR dalam perspektif teori Ferdinand De Saussure. Sehingga dapat diketahui secara lebih kritis tentang maksud dan tujuan pembuatan iklan ini, dan semoga penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai iklan politik.

### 3. Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Bagi fakultas, setidaknya ke depan hendaknya memberikan input yang lebih banyak mengenai keilmuan secara praktis. Misalnya dengan lebih banyak menyajikan literatur tambahan, baik dalam bentuk buku atau artikel, untuk menunjang bahan penyajian skripsi nantinya.