

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian untuk menemukan tanda-tanda semiotika simulakra dan hiperrealitas dalam Iklan Sampo Lifebuoy: "Akar Kuat Di Bulan Suci". Peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Semiotika yang tertuang dalam iklan Sampo Lifebuoy yang bertajuk Akar Kuat Di Bulan Suci, diindikasikan oleh representasi dari simbol dan tanda dalam iklan yang mampu menciptakan hiperrealitas yang tampak nyata. Kehadiran hiperrealitas dan simulakra dalam iklan mengambil alih pikiran manusia dan memecahkan eksistensi menjadi dua dunia. Makna asli sebuah iklan yang berisi kegunaan suatu produk Sampo justru terkubur dalam-dalam. Seperti makna "kuat" dalam iklan Sampo lebih condong pada makna kuatnya fisik tokoh iklan dalam menjalani hari di bulan ramadhan, dibandingkan menonjolkan makna asli produk sampo yang sesungguhnya.
2. Proses penciptaan dunia maya dan dunia nyata dalam iklan Sampo *Lifebuoy*: "Akar Kuat Di Bulan Suci", tidak terlepas dari adanya makna konotasi dan denotasi dalam iklan. Dalam iklan, makna denotasi inilah yang termasuk dalam semiotika hiperrealitas, permainan tanda dan simbol dalam dialog dan scene berupa gerak dalam iklan. Melalui konsep sebuah iklan saja mampu membangun branding produk yang dicitrakan sebagai produk Shampoo dengan iklan inspiratif terbaik, sehingga masyarakat lebih mudah untuk menelan tanda dan simbol dalam iklan secara mentah-mentah pada akhirnya mereka seakan-akan berada dalam arena iklan yang ditayangkan. Bahkan sebagian masyarakat media lainnya membangun dunianya sendiri untuk berbincang dan sharing pengalaman terkait dengan sosok kuatnya ibu atau ditinggalkan oleh ibu melalui kolom komentar.

B. Saran Penelitian

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat dikemukakan yaitu:

1. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Peneliti berharap pada penelitian berikutnya untuk dapat lebih mengkaji dan mempelajari fenomena yang ada dimasyarakat berkenaan tentang hiperrealitas semiotika pada iklan Sampo Lifebuoy: Akar Kuat di Bulan Suci.

2. Adanya pengaruh yang ditimbulkan dari mengkonsumsi iklan Sampo Lifebuoy : “Akar Kuat di Bulan Suci”, disebut sebagai efek intervensi media. Adapun efek tersebut yakni berupa kesadaran palsu yang ditimbulkan dari proses simulasi dan hiperrealitas yang meledak-ledak. Melalui iklan ini, masyarakat menyadari bahwa dirinya mengkonsumsi nilai asli sebuah iklan padahal kenyataannya mereka terhipnotis iklan. Diharapkan bagi masyarakat pengguna digital agar lebih waspada dan meningkatkan literasi digital serta untuk tidak menelan secara mentah-mentah agar tidak mudah terintervensi sebuah iklan di media digital.

