

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang di kaji, dalam iklan Ramayana 2017 edisi Bahagianya Adalah Bahagiaku maka dapat di simpulkan, antara lain:

5.1.1. Dari kajian analisis semiotik teori Roland Barthes mempunyai makna yang berupa denotasi, konotasi, dan mitos, diantaranya:

5.1.1.1. Makna Denotasi

Dari masing-masing adegan tersebut terdapat makna-makna denotasi yang sangat jelas. Semua merupakan makna yang terdapat di kehidupan nyata dan termasuk kebiasaan yang dapat dilakukan di kehidupan sehari-hari.

5.1.1.2. Makna Konotasi

Makna-makna konotasi didalam iklan ramayana 2017 edisi Bahagianya adalah Bahagiaku ini lebih spesifik ke dalam ekspresi wajah yang secara tidak langsung untuk di ungkapkan.

5.1.1.3. Makna Mitos

Masing-masing adegan di iklan ramayana 2017 juga mempunyai mitos tersendiri. Namun, mitos yang lebih menonjol dalam iklan Ramayana 2017 edisi Bahagianya adalah Bahagiaku adalah seorang Nenek yang masih menganggap suaminya ada sedangkan seseorang yang sudah meninggal tidak dapat kembali lagi kecuali atas izin Allah SWT.

5.1.2. Terdapat pesan dakwah yang terkandung di dalam iklan Ramayana 2017 edisi Bahagianya Adalah Bahagiaku, yaitu:

- 5.1.2.1. Pesan Aqidah yang terkandung dalam setiap adegan di iklan Ramayana 2017 tentunya dengan menggunakan syariat Islam yaitu wajib menjalankan ibadah puasa di Bulan Ramadhan , melaksanakan ibadah sahur dan sholat tarawih pada bulan Ramadhan, serta Bersikap jujur dan selalu berusaha membahagiakan kedua orangtua.
- 5.1.2.2. Pesan Akhlak yang terdapat di dalam iklan tersebut merupakan perilaku terpuji yang terlebih biasa bisa di lakukan di kehidupan sehari-hari yaitu membantu orangtua, patuh kepada orangtua, berbicara sopan dan hati-hati kepada orang yang lebih tua, selalu mengingatkan hal-hal yang baik, dan bersikap jujur.

5.2. Saran

- 5.2.1. Bagi penulis berikutnya, untuk memperluas khazanah penelitian dalam bidang yang sama, saat menonton sebuah iklan seharusnya penulis atau peneliti lebih kritis dan menilai pesan dakwah sebenarnya yang ingin di sampaikan oleh produsen produk iklan tersebut.
- 5.2.2. Bagi perusahaan, untuk industri perusahaan PT. Ramayana Lestari Senotasa sebaiknya membuat ide iklan semenarik mungkin dan pesan yang terkandung di dalam iklan tersebut agar lebih di spesifikkan lagi agar konsumen memberikan respon yang lebih positif.