

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis dengan menggunakan metode analisis Semiotik Charles Sanders Peirce menggunakan segitiga makna untuk menemukan makna berupa nilai sosial yang direpresentasikan dalam Iklan Ninja Xpress edisi “Siap Bantu Sampai Tujuan” yang di unggah melalui Youtube Channel “Ninja Xpress ID” pada tanggal 23 Agustus 2022. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara garis besar, pada Iklan Ninja Xpress Edisi “Siap Bantu Sampai Tujuan” ini sangat jelas memberikan gambaran tentang nilai sosial, hampir di setiap *scene* mengandung nilai sosial.

Berdasarkan pemaparan tabel representasi nilai sosial, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai sosial yang paling dominan yang ditunjukkan pada Iklan Ninja Xpress edisi “Siap Bantu Sampai Tujuan” yaitu nilai sosial tanggung jawab kepada tuhan. Segala perbuatan nilai sosial yang dilakukan pada iklan tersebut, pada akhirnya akan berkaitan dengan tanggung jawab seseorang terhadap tuhan yang yakininya. Karena dalam ajaran agama apapun, mengajarkan untuk melakukan kebaikan, baik kepada sesama makhluk hidup maupun lingkungan. Nilai sosial pada iklan ini dikemas dengan adegan yang dapat ditemui sehari-hari agar dapat juga diimplementasikan dalam kehidupan sosial. Hadirnya iklan Ninja Xpress edisi “Siap Bantu Sampai Tujuan” adalah salah satu *campaign* Ninja Xpress yang memiliki tujuan sebagai pembeda dengan bisnis logistik lain serta membangun persepsi kepada masyarakat bahwa Ninja Xpress sebuah jasa pada bidang logistik yang tidak hanya mengandalkan cepat, mudah dan terpercaya saja namun Ninja Xpress memiliki karakter yang *good personality*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan diatas, penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, maka penulis akan memberikan saran sebagai berikut :

1. Secara praktis, penulis berharap menjadi bahan pertimbangan bagi para pembuat iklan agar dapat menjadi referensi sebagaimana fungsi iklan tidak hanya memperkenalkan atau mempromosi produk maupun jasa saja, tetapi iklan dapat mempersuasi sekaligus menunjukkan nilai-nilai yang positif bagi *audience*.
2. Secara akademis, penulis berharap dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya pada penelitian terkait analisis semiotik yang kemudian dapat dilakukan penyempurnaan dimasa yang akan datang.