

BAB V

PENUTUP



A. Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan kesimpulan yang diperoleh dari kelima *scene* dalam iklan layanan masyarakat cegah penularan virus corona yang bertemakan saling mengingatkan bahwa virus dapat menular di kehidupan sehari-hari adalah sebagai berikut:

1. Makna Denotasi

Makna-makna denotasi yang ditemukan pada kelima *scene* iklan pencegahan virus corona yang diteliti menyimpulkan bahwa sutradara dan penulis scenario mengambil empat lokasi yang pertama dilakukan di depan rumah dengan suasana seorang pedagang sayuran dengan pembeli sayuran sedang melakukan transaksi kembalian belanja.

Yang kedua berlokasi di pintu keluar sekolahan ketika beberapa siswi memegang gerbang pintu sekolah setelahnya mneghampiri ibunya dan mencium tangannya. Makna denotasi disini, yaitu viruspun bisa menempel di benda-benda yang tidak pernah kita sadari.

Adegan yang ketiga berlokasi di dalam kendaraan umum (Bis) ketika seorang penumpang perempuan bersin dan penumpang laki-laki tidak sadar memegang benda yang terkena bersin, makna denotasi disini yaitu, sebelum kita keluar rumah ada baiknya sudah bersiap menggunakan masker. Maka jika terjadi bersin atau batuk, kita tidak akan mneularkannya ke orang lain.

Adegan yang keempat berlokasi di ruang makan ketika sang suami pulang kerja dan meminum-minuman yang dibuat sang istri, sedangkan sebelumnya sempat terkena batuk sang istri. Makna denotasi disini yaitu, ketika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





kita mengalami bersin, batuk atau menguap. Naiknya langsung di tutup dan dijauhkan dari menu-menu makanan atau minuman. Menghindari adanya penyebaran yang tidak disadari.

Scene yang terakhir berlokasi di satu ruangan yang dimana semuanya menjelaskan tata cara menghindari penularan virus corona. Makna denotasi disini yaitu mengingatkan pada masyarakat bahwa virus dapat menular melalui banyak hal. Dan disini diberikan tata cara agar dapat menghindari penyebaran virus corona.

2. Makna Konotasi

Makna-makna konotasi yang ditemukan pada kelima *scene* iklan layanan masyarakat cegah penularan virus corona yang diteliti yaitu bagaimana menggambarkan bahwa virus dapat menular melalui kegiatan sehari-hari kita. Dengan menggambarkan beberapa peran dengan beberapa kegiatan sehari-hari yang berbeda-beda.

3. Mitos

Dari analisis data mitos penelitian ke lima *scene* iklan layanan masyarakat cegah penularan virus corona di Youtube dapat disimpulkan bahwa pesan yang terkandung dalam cerita tersebut yaitu: hal-hal yang dapat menyebabkan penularan virus corona diantaranya; memegang benda-beda disekitaran kita, memegang uang dari orang lain dan bersin dan batuk yang tidak ditutup.

Sebagaimana kita ketahui di masyarakat bahwa ketika kita memegang benda-beda disekitar kita dan memegang uang setelah kembalian, kita jarang dan bahkan lupa langsung membersihkan tangan, begitu pula ketika kita batuk atau bersin, banyak dikalangan masyarakat yang tidak menggunakan masker

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



atau menutupnya dengan tangan langsung. Karena pada dasarnya banyak masyarakat yang menganggap hal-hal atau kejadian tersebut tidak dapat menyebarkan virus, selain kita berkontak langsung seperti berjabat tangan atau berpelukan.

4. Pesan yang terkandung pada iklan

Iklan COVID-19 ini memberikan banyak arti agar kita tetap terjaga kesehatannya. Karena, tanpa kita sadari bahaya COVID-19 ini sangat dekat dengan kehidupan kita. Dengan adanya iklan layanan masyarakat COVID-19 ini, masyarakat pun akan lebih tahu cara penanggulangan agar tidak mudah terkena COVID-19.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan mengenai iklan ini, yaitu:

1. Cerita dalam iklan ini tidak terlalu detail, sehingga penonton perlu menafsirkan sendiri maksud atau pesan sebenarnya yang ingin disampaikan dalam iklan. Bagian yang seharusnya dibuat secara detail yaitu, mengapa dan apa pesan yang sesungguhnya ingin disampaikan. Agar masyarakat yang menonton lebih paham dan mengerti maksud dari iklan tersebut.
2. Perlu adanya tambahan informasi mengenai virus yang tersebar, tidak hanya cara penanggulangannya saja, akan tetapi ada informasi tentang dampak jika kita terkena COVID-19.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.