

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang dilakukan, yaitu analisis framing dari iklan Gojek “Jangan Sepelekan Kekuatan dari Sebuah Jempol” yang mana dalam penelitian ini iklan telah dikelompokkan menjadi 17 sekuen, ditemukan bahwa *framing* pesan dalam iklan ini yaitu hampir keseluruhan menggunakan *framing* pesan moral, disamping itu juga terdapat pesan yang berisi peringatan, dan pemberitahuan kepada penonton. Adapun jenis pesan moral yang terdapat didalamnya yaitu pesan moral terhadap diri sendiri, pesan moral terhadap orang lain atau sesama, dan juga pesan mora terhadap lingkungan sekitar.

Iklan ini dibuat untuk mengingatkan kepada para pengguna Gojek dan masyarakat, bahwa Gojek memiliki banyak layanan jasa yang dapat digunakan untuk kebutuhan masyarakat, juga sebagai pengingat agar para pengguna memberikan penilaian kepada *driver* melalui aplikasi Gojek. Untuk menyampaikan pesan dalam iklan ini, Gojek membuat iklan ini menggunakan objek jempol, dengan mem*framing* jempol menjadi suatu hal yang memiliki kekuatan yang berpengaruh dan tidak boleh disepelekan, yaitu dengan cara menunjukkan banyak adegan yang berhubungan dengan penggunaan jempol beserta sebab dan akibat dari setiap penggunaannya, yang mana adegan-adegan yang ditampilkan merupakan konstruksi yang dibuat oleh pengiklan untuk menyampaikan pesan dalam iklan ini, sehingga jempol memiliki makna yang luas baik dalam hal positif maupun negatif.

Contoh penggunaan jempol ditampilkan melalui banyak alur cerita, satu contoh dibuat dengan satu alur cerita dan juga satu pernyataan secara umum mengenai tindakan jempol, pernyataan disampaikan menggunakan kalimat implisit, dan dijelaskan melalui visual sehingga iklan ini harus ditonton dan didengarkan agar memahami apa yang disampaikan. Namun pernyataan yang disampaikan berupa pernyataan umum tanpa detail yang jelas karena dijelaskan melalui visual, sehingga penonton dapat memaknai pernyataan tersebut dengan makna lainnya yang serupa

dengan yang ditampilkan, sehingga bisa jadi setiap orang yang menonton memiliki pemaknaan yang berbeda-beda akan iklan ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa saran yang disampaikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan maupun evaluasi untuk iklan-iklan selanjutnya. Saran-saran ini ditujukan kepada:

1. Pengiklan

Penyampaian pesan sebaiknya disampaikan menggunakan kalimat yang sedikit lebih mudah dimengerti, agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Selain itu terdapat beberapa adegan penggunaan jempol yang terlihat kurang natural dan terkesan dipaksakan, seperti pada scene 6 dan scene 8.

Harapannya semoga industri iklan dapat sering membuat iklan yang mengandung pesan moral dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar, sehingga fungsi iklan tidak hanya mengenai *product knowledge*, meningkatkan *awareness* atau meningkatkan penjualan saja, tapi juga berfungsi untuk memberikan edukasi atau informasi dan juga pesan moral untuk menyadarkan masyarakat.

2. Khalayak

Hendaknya dalam memahami pesan atau makna yang terkandung dalam iklan tidak hanya tertuju pada satu hal saja, karena tidak semua iklan memiliki makna yang sama seperti yang terlihat, akan tetapi terdapat makna-makna lain didalamnya.