

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Setiap konten audio visual yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan atau biasa disebut sebagai video iklan dibuat dengan memenuhi semua aspek antara audio visualnya sendiri dengan pesan yang akan disampaikan kepada para penontonnya. Penggunaan konten audio visual juga diterapkan oleh para perusahaan kuliner ternama salah satunya adalah mcdonald's corporation. Perusahaan ini bergerak pada bisnis makanan cepat saji yang telah berdiri dari tahun 1940 yang didirikan oleh Richard dan Maurice McDonald's, dan menjadi waralaba pada tahun 1955 yang kemudian dipimpin oleh Ray kroc. McDonald's telah memiliki ribuan gerai yang tersebar lebih dari seratus negara. Perusahaan makanan cepat saji ini terkenal dengan beberapa menu khususnya yaitu Big mac, Happy Meals ,dan ayam tepungnya. McDonald's dikenal dengan perusahaan makanan cepat saji yang cukup cepat dalam mengikuti perubahan dan perkembangan zaman.

McDonald's pada zaman digital seperti sekarang sudah menggunakan digital marketing sebagai Teknik pemasarannya. Salah satu kunci dalam Teknik marketing ini ialah pembuatan konten yang menarik contohnya dalam iklan ayam spicy yang dirilis pada tahun 2018 dan masih eksis hingga sekarang. Salah satu hal yang harus diperhatikan untuk menjaga ke eksistensiaannya dengan cara membuat konten audio visual yang menarik, sehingga makna dari kelezatan produk bisa tersampaikan kepada konsumen. Representasi kenikmatan visual sering kali membawa lapisan makna yang lebih dalam, terkadang disampaikan melalui tanda-tanda yang samar atau terang-terangan yang tertanam dalam citra. Tanda-tanda ini dapat bersifat budaya, sejarah, atau bahkan pribadi, yang menambah kompleksitas dan kekayaan pengalaman visual. Dalam analisis ini, menghasilkan sebuah simpulan representasi kenikmatan visual, yang mana tanda-tanda dan makna-makna tersebut saling terkait sehingga menciptakan permadani penafsiran.

Kenikmatan visual yang terbentuk seperti tekstur pada produk, warna, dan cara pengambilan gambar, hal ini dikonstruksikan melalui tanda-tanda berupa potongan cabai, ilustrasi potongan ayam, ekspresi yang ditampilkan talent dan pengambilan latar belakang. Bentuk ekspresi ini pada hakekatnya bersifat multi-tafsir, sebagai contoh warna merah dapat diartikan berani namun juga dapat diartikan sebagai rasa pedas. Namun, hal ini dapat kita maknai Bersama berdasarkan kebiasaan masyarakat yang telah mengkodekan makna tersebut dalam bentuk yang sederhana dan sering digunakan sehingga tidak terasa asing, contohnya menyipitkan kedua mata dan mengerutkan dahi merupakan sebuah tanda untuk rasa tidak nyaman. Lapi san makna ini berkontribusi pada kedalaman dan kekayaan pengalaman artistik, mengundang pemirsa untuk mengeksplorasi, menafsirkan, dan mengapresiasi beragam makna yang tertanam di dalamnya.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Representasi Kelezatan Rasa Pedas pada Konten Iklan Studi Kasus Instagram Mcdonalds.id Menu Ayam *Spicy*, peneliti ingin memberikan beberapa saran yaitu :

1. Dalam penulisan ini diharapkan para pembuat konten dan pemilik usaha atau UMKM dapat meniru dan mengimplementasikan teori pemaknaan dalam setiap pembuatan kontennya. Hal ini akan berpengaruh sebagai upaya untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang akan dipasarkan melalui media digital.
2. Diharapkan bagi pada creator muda untuk terus mengasah kemampuan berkarya dengan menghasilkan sebuah karya yang memperhatikan visibilitas dan detail sehingga dapat meningkatkan nilai jual dari sebuah produk.
3. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki ruang gerak sangat luas, semoga tidak hanya mengacu pada sebuah konten iklan saja, tetapi juga mengembangkan fenomena yang ada dalam masyarakat baik social, politik, dan isu lain yang dapat ditarik ke dalam ranah komunikasi.