

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang didapatkan berdasarkan analisis yang dilakukan secara semiotika, penelitian mengenai “Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19 Di Media Sosial TikTok KEMENKES RI” telah menjawab tiga pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebelumnya. Melalui bab ini peneliti akan memaparkan kesimpulan secara jelas dan rinci terkait dengan konstruksi makna denotasi, konotasi serta mitos yang terdapat pada ILM vaksinasi Covid-19 KEMENKES RI yang dirilis melalui media sosial TikTok, melalui bab ini juga peneliti akan memaparkan implikasi penelitian serta rekomendasi akademis maupun praktis.

5.1.1. Konstruksi Makna Denotasi

Peneliti menemukan tiga konstruksi makna denotasi yang diperoleh melalui hasil analisis yang sudah dilakukan, makna denotasi yang ditemukan antara lain adalah pemilihan aktor/*spokeperson* untuk menyampaikan informasi, pemanfaatan sudut dan pergerakan kamera, serta penggunaan latar musik. Pada ILM vaksinasi Covid-19 terdapat pola pemilihan aktor/*spokeperson* yang dapat dibagi menjadi tiga yang dapat dibagi menjadi kategori menurut frekuensi munculnya aktor/*spokeperson* tersebut, pemilihan aktor yang paling sering digunakan merupakan masyarakat biasa (*ordinary citizen*),

Penggunaan masyarakat biasa pada ILM vaksinasi Covid-19 memiliki beberapa tujuan, pertama penggunaan masyarakat biasa sebagai aktor dapat merepresentasikan atau mencerminkan target audiens sehingga dapat menambah kesan relevansi kepada audiens, penggunaan masyarakat sebagai aktor juga bertujuan untuk memunculkan kesan realitis kepada audiens, kesan relevansi dan realitis yang dimunculkan pada konten tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepercayaan audiens terhadap informasi yang ingin disampaikan.

Selanjutnya ILM vaksinasi Covid-19 juga kerap kali menggunakan selebritis sebagai aktor/*spokeperson* pada beberapa, terlibatnya selebritis pada konten ILM vaksinasi Covid-19 dapat bertujuan untuk meningkatkan efektifitas dari ILM tersebut, dikarenakan selebritis mempunyai keahlian lebih untuk menyampaikan suatu pesan ataupun informasi tertentu kepada audiensnya dengan lebih efektif. Selain dapat meningkatkan efektifitas penyampaian informasi, penggunaa selebritis juga bertujuan untuk menarik atensi serta *engagement* pada konten ILM tersbut.

Terdapat juga pola makna denotasi pada pemilihan latar musik, mayoritas musik yang digunakan pada konten ILM vaksinasi Coivd-19 merupakan musik yang memiliki tempo yang cepat serta irama yang menyenangkan, penggunaan latar musik dengan karakteristik tersebut bertujuan untuk memunculkan reaksi positif kepada audiens, penggunaan latar musik yang memiliki tempo cepat dan irama menyenangkan juga cenderung lebih disukai daripada latar musik yang memiliki tempo yang pelan dan irama yang menenagkan.

Selain itu terdapat juga konstruksi makna yang bersifat teknis, tanda yang bersifat teknis yang paling signifikan mengkonstruksi makna denotasi terdapat pada pemanfaatan sudut serta pergerakan kamera yang digunakan pada ILM vaksinasi Covid-19, sudut kamera yang paling banyak diterapkan merupakan sudut kamera *frontal angel*, *medium-shot*, serta *close-up shot* sedangkan pergerakan kamera yang paling banyak digunakan adalah *dolly-in* dan *cut-to*. Pemanfaatan sudut dan pergerakan kamera berfungsi untuk menunjukan dan mengeaskan tanda-tanda visual lainnya.

Makna-makna denotasi yang ditemukan pada konten ILM vaksinasi Covid-19 memiliki hubungan dan saling berkaitadan dengan tanda dan makna konotasi yang didapatkan pada konten ILM vaksinasi Covid-19, yang mana hal tersebut selaras dengan teori semiotika Barthes bahwa makna denotasi merupakan tanda dari konotasi, kesimpulan terkait interpretasi tanda makna konotasi akan dijelaskan melalui subbab selanjutnya.

5.1.2. Konstruksi Makna Konotasi

Peneliti mendapatkan empat konstruksi makna yang paling signifikan pada ILM vaksinasi Covid-19 yang dirilis oleh KEMENKES RI pada media sosial TikTok. makna-makna tersebut dimunculkan melalui tanda visual, tanda teks serta tanda suara/musik, temuan-temuan tersebut merupakan, pola strategi untuk menarik atensi dari audiens, hubungan bersifat *intimate* dan *personal*. Representasi emosi positif, serta penerapan teks dengan fungsi *relay* dan *anchorage*.

Pada ILM vaksinasi Covid-19 yang dirilis oleh KEMENKES RI melalui media sosial ditemukan tanda-tanda yang dapat diinterpretasikan sebagai strategi untuk menarik atensi dari audiens yang dimunculkan melalui pemilihan aktor pada konten ILM tersebut, aktor yang paling sering digunakan untuk menarik atensi dari audiens merupakan selebritis yang banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Dikarenakan selebritas yang dipilih sebagai aktor tersebut sudah memiliki popularitas yang tinggi maka hal tersebut dapat mengumpulkan atensi serta *engagement* dari audiens.

Selain selebritis, pemilihan karakter kartun *anime* juga digunakan untuk menarik atensi serta *engagement*, karakter kartun *anime* paling sering digunakan pada konten berjudul “Vaksinasi 18+” yang memunculkan nuansa komik pada setiap adegannya, penggunaan karakter kartun *anime* dapat menarik atensi dan *engagement* dikarenakan karakter kartun memiliki banyak penggemar yang mana kebanyakan penggemar dari kartun *anime* tersebut selaras dengan target audiens dari konten ILM tersebut.

Strategi menarik atensi dari audiens juga dimunculkan pada tanda suara/musik khususnya pada pemilihan *genre* dari latar musik yang digunakan, *genre* musik yang paling sering digunakan sebagai latar musik adalah EDM (*electronic dance music*), penggunaan musik EDM sebagai latar musik bisa digunakan untuk menarik atensi dari target audiens dikarenakan musik dengan *genre* tersebut mempunyai banyak penggemar khususnya di Indonesia.

Pada konstruksi makna konotasi terdapat juga tanda-tanda yang memunculkan hubungan yang bersifat *personal* dan *intimate*, hubungan tersebut paling sering

dimunculkan melalui penggunaan sudut dan pergerakan kamera, kedua hubungan tersebut merupakan hubungan yang paling sering dimunculkan, hubungan yang bersifat *intimate* dapat dimunculkan melalui sudut kamera *medium shot*, sedangkan hubungan yang bersifat personal dimunculkan melalui sudut kamera *close-up shot*. Kedua hubungan tersebut dimunculkan untuk melibatkan emosi ataupun perasaan audiens sehingga dapat berdampak positif terhadap perubahan sikap dan perilaku audiens.

Sedangkan emosi yang paling sering dimunculkan pada ILM vaksinasi Covid-19 KEMENKES RI merupakan emosi positif, yang mana emosi positif tersebut banyak dimunculkan melalui penggunaan *gesture* yang dilakukan oleh aktor pada adegan tersebut serta judul dan jenis lagu yang digunakan sebagai latar musik pada konten-konten ILM vaksinasi Covid-19. Penggunaan *gesture* pada beberapa adegan ILM vaksinasi Covid-19 merupakan *gesture* yang menyimbolkan pesan yang positif sehingga dapat memberikan emosi positif kepada audiens. Selaras dengan hal tersebut lagu yang paling banyak digunakan sebagai latar musik, merupakan lagu yang dapat memberikan emosi yang positif kepada audiensnya, seperti penggunaan lagu-lagu populer yang mempunyai irama-irama yang menyenangkan. Dengan dimunculkannya emosi positif kepada audiens dapat berdampak kepada berdampak kepada efektifitas dari konten ILM tersebut, dikarenakan emosi positif yang dimunculkan melalui *gesture* dan latar musik dapat memperkuat informasi-informasi terkait vaksinasi Covid-19 yang terdapat pada konten ILM tersebut.

Selain terdapatnya konstruksi makna konotasi pada tanda visual, konstruksi makna konotasi juga terdapat pada tanda teks yang diklasifikasikan melalui fungsi teks, fungsi teks yang paling signifikan merupakan teks *anchorage*, penerapan teks *anchorage* pada ILM vaksinasi Covid-19 yang dianalisis memiliki peran untuk memberikan konteks kepada tanda visual yang bersifat kompleks atau memiliki banyak makna, penggunaan teks *anchorage* juga digunakan untuk memandu audiens kepada informasi terkait dengan vaksinasi Covid-19. Peneliti juga menemukan fungsi teks lain yang kerap kali digunakan pada konten ILM vaksinasi Covid-19 yaitu teks yang memiliki fungsi *relay*, pada ILM vaksinasi Covid-19

terdapat juga teks dengan fungsi *anchorage* yang berperan untuk memperjelas dan mengaskan informasi yang terdapat pada tanda-tanda lainnya.

Beberapa konstruksi makna konotasi pada ILM vaksinasi Covid-19 yang dianalisis juga memiliki keterkaitan atau berhubungan dengan konstruksi makna mitos, beberapa makna konotasi yang ditemukan pada konten ILM vaksinasi Covid-19 merupakan tanda dari konstruksi makna mitos yang ditemukan pada konten tersebut. Pemaparan kesimpulan mengenai konstruksi makna mitos akan dijelaskan melalui subbab selanjutnya.

5.1.3. Konstruksi Makna Mitos

Berdasarkan analisis yang dilakukan sebelumnya, peneliti menemukan dua konstruksi makna mitos yang terdapat pada ILM vaksinasi Covid-19, yaitu representasi budaya populer serta representasi berjalannya prokes Covid-19 pada ILM vaksinasi Covid-19 yang dirilis oleh KEMENKES RI pada media sosial TikTok.

Makna mitos terkait representasi budaya populer merupakan makna mitos yang paling signifikan pada konten ILM vaksinasi Covid-19, representasi tersebut kerap kali dimunculkan melalui penggunaan aktor/*spokeperson* yang mencirikan budaya-budaya populer yang direpresentasikan, representasi tersebut juga dimunculkan melalui hal lain yaitu pemilihan lagu yang digunakan sebagai latar musik pada konten tersebut, budaya populer yang direpresentasikan juga merupakan budaya populer yang memiliki popularitas yang tinggi di Indonesia, sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh produser dari ILM tersebut untuk menarik atensi kepada target audiens, selain itu pada beberapa adegan terdapat juga penggunaan representasi budaya populer yang digunakan untuk menyampaikan informasi ataupun pesan-pesan tertentu secara implisit kepada audiens.

Serupa dengan makna mitos representasi budaya populer, konstruksi makna mitos terkait representasi berjalannya prokes Covid-19 juga sering kali ditemukan tanda aktor/*spokeperson*, representasi tersebut kerap kali dimunculkan melalui aktor-aktor yang diperlihatkan pada adegan adegan ILM vaksinasi Covid-19, kebanyakan dari aktor yang diperlihatkan ke audiens merupakan aktor yang sedang

memakai masker, aktor-aktor yang memakai masker tersebut juga berasal dari beragam kalangan masyarakat, sehingga hal tersebut dapat bertujuan menunjukkan representasi bahwa seluruh kalangan masyarakat di Indonesia perlu menjalani proses Covid-19. Setelah memaparkan kesimpulan dari jawaban tiga rumusan masalah terkait konstruksi makna, pada bab selanjutnya peneliti akan memaparkan mengenai Implikasi yang diperoleh pada penelitian ini.

5.2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan pada subbab-subbab sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang dapat diklasifikasikan kedalam dua implikasi pertama yaitu, implikasi secara akademis serta implikasi secara praktis, pemaparan implikasi tersebut diperoleh berdasarkan hasil-hasil temuan yang telah menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, kedua implikasi tersebut akan dipaparkan pada dua subbab selanjutnya.

5.2.1. Implikasi Akademis

Ditinjau dari sudut pandang akademis, implikasi penelitian ini merupakan konstruksi makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat pada ILM terkait vaksinasi Covid-19 yang dirilis oleh KEMENKES RI yang dirilis pada media sosial TikTok, dikala penelitian terdahulu lebih terfokus untuk mengeksplorasi makna yang terdapat pada iklan komersil, penelitian ini menyajikan kebaharuan dalam mengeksplorasi makna-makna yang terkandung dalam konten iklan layanan masyarakat yang dirilis pada sosial media, sehingga akademis penelitian ini dapat menambah kajian teoritis pada rumpun ilmu komunikasi khususnya pada penelitian mengenai eksplorasi konstruksi makna.

5.2.1. Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan-temuan konstruksi dan pola makna denotasi, konotasi, serta mitos yang diperoleh pada penelitian ini dapat dijadikan dasar oleh para produser ataupun *content creator* yang berusaha merilis iklan layanan masyarakat khususnya melalui media sosial, temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan

sebagai dasar perancangan para produser iklan layanan masyarakat untuk merancang strategi ILM yang bersifat teknis maupun non-teknis.

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan-temuan dari penelitian ini, peneliti juga hendak menyampaikan beberapa rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait, rekomendasi yang akan disampaikan merupakan rekomendasi dalam lingkup akademis dan praktis.

5.2.1. Rekomendasi Akademis

Terdapat rekomendasi yang diperuntukan kepada akademisi ataupun peneliti selanjutnya dengan fokus kajian yang serupa dengan penelitian ini, penelitian ini memiliki beberapa limitasi sehingga menimbulkan celah penelitian yang dapat dikembangkan kembali, dalam penelitian ini penulis mengeksplorasi terkait dengan konstruksi makna denotasi, konotasi, dan mitos yang didapatkan melalui ILM yang sudah terbukti, namun adanya konstruksi dan pola makna yang ditemukan pada penelitian ini tidak menguji bagaimana dampak dari terdapatnya makna-makna tersebut kepada efektifitas ILM, dengan kata lain peneliti selanjutnya dapat mencari tahu pengaruh dari adanya makna-makna tersebut kepada tingkat efektifitas iklan layanan masyarakat dengan melakukan penelitian lebih lanjut menggunakan metode kuantitatif.

5.2.2. Rekomendasi Praktis

Secara praktis, peneliti hendak menyampaikan rekomendasi kepada produser ataupun *content creator* iklan layanan masyarakat untuk lebih lanjut lagi mengeksplorasi konstruksi tanda dan makna yang dapat meningkatkan efektifitas dari iklan layanan masyarakat tersebut, mengingat bahwa iklan layanan Masyarakat memiliki urgensi yang tinggi bagi masyarakat luas, para produser ataupun *content creator* dapat menggunakan hasil temuan dari penelitian ini sebagai dasar awal dan pertimbangan yang lebih lanjut ketika merencanakan pembuatan iklan layanan masyarakat yang serupa.