

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada bab ini berisikan simpulan dan implikasi dari analisis yang peneliti lakukan, dan juga secara singkat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Lalu terdapat juga rekomendasi yang berisikan masukan-masukan untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Tanda yang muncul dalam setiap *product placement* adalah tanda verbal dan tanda non-verbal. Tanda verbal yang muncul dalam setiap *product placement* berupa dialog percakapan, dan sebuah tulisan mengenai produk yang sedang dipromosikan. Dialog yang ada di hampir setiap *product placement* biasanya membicarakan kelebihan dari produk itu sendiri seperti rasa yang enak. Selain itu biasanya membicarakan tentang bagaimana cara penggunaan dari produk yang sedang digunakan. Sedangkan tanda non-verbal yang muncul dalam setiap *product placement* berupa ekspresi dari para aktor dan aktris saat sedang mencoba makanan, ataupun produk yang sedang mereka gunakan. Selain itu bahasa tubuh seperti peragaan penggunaan sebuah produk. Tanda verbal dan tanda non-verbal tidak selalu ada di dalam setiap *product placement*, ada beberapa yang hanya tanda non-verbal saja yang muncul. Terkadang para aktor dan aktris hanya menunjukkan ekspresi atau pun menunjukkan cara penggunaan produk tersebut tanpa adanya tanda verbal yang diucapkan. Namun ada pula *scene* di mana aktor dan aktris memakan sebuah produk sambil berdialog, namun dialog tersebut tidak berhubungan dengan produk yang sedang mereka promosikan. Dalam drama *The King: Eternal Monarch* mengandung lebih banyak tanda non-verbal dibandingkan tanda verbal. Hal ini disebabkan karena *product placement* merupakan sebuah iklan yang dilakukan secara tidak langsung, sehingga banyak produk yang ditujukannya hanya berupa logo dan gesture dari para aktor dan aktris.

- 2) Makna yang ada pada tanda verbal dan tanda non-verbal dalam 9 *product placement* dibagi menjadi makna yang sebenarnya (denotasi), makna tersembunyi (konotasi), dan mitos. Makna yang muncul baik makna denotasi maupun konotasi didukung oleh penggunaan tanda non-verbal dan tanda verbal. Tanda-tanda ini yang membuat sebuah makna pada setiap *product placement* dapat tersampaikan dengan baik kepada para penonton sehingga meyakinkan mereka membeli atau pun meningkatkan *brand awareness* terhadap produk tersebut. Makna denotasi yang ada pada sembilan *product placement* pada drama *The King: Eternal Monarch* merupakan makna sebenarnya. Sedangkan makna konotasi bukan makna sebenarnya. Hampir seluruh tanda verbal dan tanda non-verbal mengandung sebuah makna baik itu makna konotasi maupun makna denotasi. Namun, tidak semua tanda verbal dan tanda non-verbal memiliki ketiga makna, ada pula yang hanya memiliki satu makna. Mitos yang terdapat dalam *product placement* pada drama *The King: Eternal Monarch* merupakan sebuah makna konotasi yang telah ada lama di masyarakat. Maka dari itu hanya terdapat empat *product placement* yang mengandung mitos di dalamnya.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut.

- 1) Dengan adanya penelitian ini, akan memperluas kedasaran masyarakat mengenai makna yang ada di balik tanda verbal dan tanda non-verbal dalam *product placement*.
- 2) Dengan adanya penelitian ini, mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea dapat mengetahui dan mempelajari makna tanda verbal dan non-verbal dalam *product placement* pada drama.
- 3) Dengan adanya penelitian ini, pengajar program studi Pendidikan Bahasa Korea khususnya konsentrasi *Korean for Specific Purposes* (KSP) dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan ajar dalam membuat *product placement*.

- 4) Dengan adanya penelitian ini, para pembuat iklan dapat menjadikan penelitian ini sebagai pedoman dalam membuat *product placement* ini dengan mempertimbangkan makna tanda verbal dan tanda non-verbal yang memberikan efek kepada para penonton.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa hal yang bisa peneliti rekomendasikan.

- 1) Peneliti mengharapkan untuk ke depannya ada penelitian yang membahas mengenai perbedaan bahasa iklan konvensional dan *product placement*.
- 2) Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa mendapatkan pemahaman penuh tentang makna tanda verbal dan tanda non-verbal dengan menggunakan lebih banyak film maupun drama untuk menganalisis sebuah produk yang sama di *product placement*.