

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan kesimpulan yang diperoleh dari *scene* dalam iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” di Media Televisi, dapat disimpulkan beberapa maknanya adalah sebagai berikut:

1. Simbol yang terdapat pada Iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” diantaranya pegunungan, 3 ekor ulat (besar dan kecil), Perkebunan teh, daun teh pucuk, petani, matahari, batang pohon dengan teropong di dalamnya, manusia (2 pria dewasa, 2 wanita dewasa), mobil mewah, dan botol minum kemasan Teh Pucuk Harum. Berdasarkan analisis yang diperoleh peneliti dapat disimpulkan, bahwa simbol yang terdapat pada iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” adalah simbol sebagai refleksi untuk memperkenalkan produk yang dipasarkan melalui iklan di media televisi.
2. Makna simbol yang terdapat pada Iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” di Media Televisi dapat peneliti simpulkan bahwa ulat bermakna gatal dan menjijikan, namun demikian dalam iklan Teh Pucuk Harum ini ulat digambarkan menjadi animasi kartun yang lucu dan menggemaskan. Maka, ulat dalam iklan Teh Pucuk Harum dijadikan ikon produk untuk memberikan kesan menarik dan diminati khalayak. Berdasarkan hasil analisis makna tersebut dapat

dikategorikan berdasarkan pendekatan teori Roland Barthes yang didalamnya terdapat makna denotasi, konotasi dan mitos.

a. Makna Denotasi

Makna denotasi yang ditemukan dari *scene* iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” di Media Televisi, peneliti menyimpulkan bahwa penulis atau pembuat skenario, menggambarkan tentang suatu perjuangan ulat yang ingin mencicipi nikmatnya daun teh pucuk yang berlokasi di pegunungan dengan perkebunan teh. Makna denotasi memberikan gambaran kepada kita tentang sulitnya ulat-ulat untuk dapat merasakan daun teh pucuk yang aromanya nikmat karena, sekilas yang kita ketahui bahwa ulat pemakan daun adalah hama yang merusak daun teh dan musuh bagi para petani daun teh. Namun, disini iklan Teh Pucuk Harum menunjukkan ulat pemakan daun teh disimbolkan sebagai karakter animasi dan lucu yang ingin mencicipi nikmatnya daun pucuk teh.

Makna denotasi yang ditemukan selanjutnya yaitu, empat model iklan dengan 2 pria dewasa dan 2 wanita dewasa, yang sedang berlibur di daerah pegunungan dengan menggunakan mobil mewah berwarna merah yang menandakan keberanian, kekuatan dan penuh energi. Mereka merasakan nikmatnya minum Teh Pucuk Harum dan melakukan pembicaraan yang menghibur. Dapat peneliti simpulkan bahwa, penulis skenario atau pembuat iklan menggambarkan tentang anak muda yang aktif membutuhkan energi lebih, maka minuman Teh Pucuk Harum kemasan botol adalah minuman yang

bisa memberikan kesegaran bagi kalangan masyarakat umum. Makna tersebut menjadi sebuah simbol bagaimana sebuah minuman teh kemasan botol bisa menjadi minuman yang dapat disukai dan dipercaya.

Dalam *scene* tersebut, dapat dilihat bahwa ulat-ulat menginginkan daun pucuk teh yang nikmat pada pucuknya, sehingga mereka melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkannya, yang akhirnya yang dilakukan adalah melompat dengan menggunakan batang dari daun teh yang sudah diambil pucuknya menuju tempat dimana Teh Pucuk Harum tersebut ternyata ada dalam sebuah mobil sambil meneriakkan kata “Pucuk...”, dan seketika mereka langsung menabrak kaca mobil tersebut. Tetapi mereka tidak putus asa untuk mendapatkan daun teh pucuk yang berada di dalam mobil, terhalang oleh pembersih kaca mobil. Makna ini menandakan bahwa Teh Pucuk Harum sangat diminati oleh ulat-ulat dimana aroma harum pucuknya membuat ulat-ulat tersebut sangat menarik dan disukai, namun secara tidak langsung makna ini menunjukkan bahwa Teh Pucuk Harum adalah minuman teh kemasan yang nikmat dan diminati oleh masyarakat.

Scene selanjutnya, muncul slogan kemasan Teh Pucuk Harum yang bertuliskan “Rasa teh terbaik ada dipucuknya”. Slogan ini memberikan dampak kepada masyarakat bahwa teh tersebut dibuat dari bahan daun teh asli yang hanya diambil ujung daun teh yang masih muda atau pucuk daun. Makna tersebut bisa membuat masyarakat memahami proses dan cara pembuatan teh

ini dengan seksama agar kualitas dan mutu dari teh kemasan bisa jadi yang terbaik untuk kalangan masyarakat.

b. Makna Konotasi

Makna-makna konotasi yang ditemukan pada *scene* iklan Teh Pucuk Harum yang diteliti yaitu, bagaimana menggambarkan bahwa dengan minum teh tersebut dimanapun dapat memberikan kesegaran dan kenikmatan rasa yang tidak berbeda dengan kemasan teh yang lain. Dengan menggambarkan beberapa remaja yang sedang menghilangkan rasa haus dan dahaga berkat minum Teh Pucuk Harum, dimana dijelaskan bahwa teh ini memiliki rasa terbaik ada dipucuknya yang kesegaran dan kenikmatan rasa disetiap meminumnya.

c. Makna Mitos

Dari analisis data mitos penelitian pada *scene* iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” di Media Televisi dapat disimpulkan, bahwa pesan yang disampaikan dalam cerita tersebut yakni, ulat hijau daun yang menjijikan dan gatal diilustrasikan dengan tokoh animasi kartun yang lucu dan menggemaskan. Sebagaimana yang kita ketahui dalam kenyataan alam, masyarakat menganggap ulat sebagai makhluk hidup yang merugikan dan gatal, namun di iklan ini persepsi itu menjadi sebuah mitos.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan mengenai iklan Teh Pucuk Harum Versi “Ulat Kalah Rebutan” di Media Televisi, yaitu:

1. Saat menonton iklan, sebaiknya kita tidak langsung menerima apapun yang disuguhkan iklan kepada kita. Tetapi, bersikaplah lebih kritis dalam menilai pesan yang disampaikan produsen produk tersebut, agar kita tidak mudah terpengaruh atau terprovokasi oleh sebuah iklan.
2. Cerita dalam *scene* ini tidak terlalu mendalam, sehingga kita sebagai penonton perlu mengidentifikasi dengan sungguh agar dapat menafsirkan pesan iklan yang dimaksud dan apa makna sebenarnya yang akan disampaikan.

