

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Hasil dan Kesimpulan

Dalam bab ini akan melakukan pembahasan terkait kesimpulan yang telah peneliti jelaskan pada setiap bab dalam menjawab rumusan masalah. Penelitian ini berfokus pada pemaknaan khalayak yang menonton iklan Somethinc x NCT Dream. Dari hasil analisis serta penjabaran yang dilakukan oleh peneliti, maka dalam penelitian ini memiliki beberapa kesimpulan yang ada melalui proses pengumpulan data bersama narasumber. Sumber data tersebut dihasilkan dari informan yang dipilih dalam memaknai pesan yang ada dalam iklan Somethinc x NCT Dream.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan posisi pemaknaan khalayak yang berada di posisi *dominant-hegemonic* dan *negotiated*. Dapat disimpulkan *preferred reading* dalam penelitian ini adalah memiliki komitmen yang bertujuan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, sama seperti NCT Dream yang selalu berkomitmen membawa NCTzen kemanapun dalam karyanya yang berkualitas. Sebagian besar pemaknaan informan menyatakan hal yang serupa dimana menghasilkan pemaknaan *dominant-hegemonic*, yaitu untuk informan pertama dan ketiga. Tetapi terdapat satu informan tepatnya informan kedua memiliki posisi berbeda dari informan pertama dan ketiga yaitu ada pada posisi *negotiated*.

Posisi pemaknaan informan kedua yang masuk ke dalam *negotiated* memiliki alasan karena dari intensitas ia menonton iklan Somethinc x NCT Dream termasuk dalam kategori lemah, karena hanya 3 sampai 4 kali. Sehingga disimpulkan bahwa informan menyesuaikan dengan kondisi yang dirasakan. Selain itu menurut informan kedua menyatakan bahwa dengan adanya *trend* penggunaan *brand ambassador* Korea pada produk *skincare* lokal merupakan cara yang baik dalam membangun *brand awareness*, tetapi menurutnya hal itu akan sangat membosankan jika dilakukan secara terus-menerus. Karena baginya, *brand* lokal sendiri harus dapat menyesuaikan keadaan kulit Indonesia dengan

memilih selebriti lokal yang menjadi *brand ambassador*-nya. Walaupun informan kedua merupakan seorang *kpop*er tidak mendorong dirinya untuk selalu menyetujui apa yang dilakukan banyak *brand* yaitu berbondong-bondong menggunakan selebriti Korea menjadi *brand ambassador*.

Menariknya dalam penelitian ini tidak ada posisi *oppositional position*, karena ketiga informan memahami serta memaknai pesan yang dilihatnya dalam Iklan Somethinc x NCT Dream sama seperti apa yang ada pada *preferred reading*. Sehingga peneliti dapat menjawab rumusan masalah serta menyesuaikan hasil penelitian dengan *preferred reading* yang ada dalam penelitian ini yaitu resepsi.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yaitu saran akademis dan saran praktis. Dengan tujuan sebagai pengetahuan selanjutnya yang akan dapat menyempurnakan penelitian ini. beberapa saran tersebut sebagai berikut :

5.2.1. Saran Akademis

Dalam penelitian ini memiliki beberapa saran akademis yang ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya. Diharapkan bahwa dalam penelitian selanjutnya dapat membahas dengan topik yang sama, tetapi dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda, yaitu kualitatif. Selain itu penelitian selanjutnya dapat memilih *brand* lokal lainnya yang juga menggunakan *brand ambassador* Korea untuk dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini tentu memiliki saran praktis juga. Dalam penelitian ini pesan persuasif yang disampaikan dalam iklan Somethinc x NCT Dream ini menarik perhatian serta khalayak memahami dan mengerti tentang apa yang disampaikan iklan Somethinc x NCT Dream. Serta kedua informan

melakukan tindakan setelah menonton iklan Somethinc x NCT Dream. Diharapkan bahwa dalam memaknai pesan di media, tidak berfokus pada satu sisi saja. Untuk kedepannya peneliti berharap bahwa *brand* yang akan membuat iklan produk dengan memberikan pesan dan makna yang ingin disampaikan kepada khalayak sebaiknya dibuat lebih lama dan bervariasi agar khalayak dapat memahami maksud pesan iklan tersebut.

