

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis dan penelitian yang hasilnya telah diuraikan pada Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, maka pada Bab Kesimpulan dan Saran ini, akan diuraikan kesimpulan dan saran-saran yang sekiranya dapat menjadibahan pertimbangan untuk hal yang lebih baik lagi ke depannya.

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bermacam bentuk komunikasi antar sesama, berinteraksi dengan sesamanya untuk saling mendapatkan informasi, pengetahuan, berita, maupun hanya sekedar mengekspresikan diri mereka sendiri. Dimana pesan komunikasi pada media massa yang dikemas sedemikian rupa sehingga kriteria pesan yang unik dan menarik diharapkan dapat sampai kepada khalayak bisa sesuai dengan maknanya. Penataan pesan dalam sebuah tayangan televisi juga tergantung kepada penggunaan media, oleh siapa, dan kepada siapa tayangan tersebut ditujukan.

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa pada dasarnya nuansa inspiratif tanpa sadar sebenarnya amat dibutuhkan bagi masyarakat, terutama oleh sebagian besar masyarakat urban. Inspirasi yang diperoleh oleh seorang manusia dapat diperoleh dari berbagai tempat, berbagai situasi, terutama melalui televisi yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun berbagai pribadi yang dilihatnya. Kemudian ia kelola dan diserap ke dalam alam pikirannya untuk kemudian di wujudkan dalam bentuk tindakan afektif.

Karena suatu bentuk muatan pesan yang bersifat inspiratif akan mempengaruhi pemikiran khalayak dalam memaknai berbagai tindakan sebagai efek yang disampaikan media tersebut. Maka dari itu, khalayak perlu mengetahui melalui analisis semiotik mengenai makna-makna baik secara verbal maupun nonverbal, dan baik secara denotatif maupun konotatif berbagai makna dan maksud yang disampaikan oleh Mario Teguh, dalam program tayangan Pario Teguh Golden Ways episode From Kuper to Super.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Analisis semiotik yang berbentuk tanda, penanda dan petandanya membuktikan dan menegaskan bahwa tayangan tersebut memiliki nilai inspiratif yang mampu memotivasi kita secara persuasif maupun afektif.
2. Komunikasi bukan hanya sebagai proses, melainkan komunikasi sebagai pembangkitan makna (*the generation of meaning*). Ketika kita mengkomunikasikan pesan secara persuasif kepada orang lain, setidaknya orang lain tersebut memahami maksud pesan kita, kurang lebih secara tepat, supaya pesan baik secara verbal dan non verbal dapat terlaksana. Maka pesan yang disampaikan Mario Teguh dalam bentuk tanda, bahasa, dan kata mampu menciptakan makna yang mendorong orang lain untuk menciptakan semangat “inspirasi” untuk dirinya sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang diserapnya. Banyaknya makna pesan secara verbal dan nonverbal yang menggunakan sistem tanda yang sama, maka makin dekatlah makna “inspirasi” dengan orang tersebut atas pesan yang datang pada masing-masing pribadi tersebut.

3. Makna Denotasi yang ada pada setiap kalimat yang dibawakan oleh Mario Teguh dalam tayangan Mario Teguh Golden Ways episode From Kuper to Super, menunjukkan ajakan secara persuasif untuk menjadi pribadi yang lebih Super dan memiliki *mind set* dan tingkah laku yang tindakannya bermanfaat bagi orang lain. Sedangkan secara makna konotatif, kalimat-kalimat yang dinyatakan oleh Mario Teguh menunjukkan bahwa menjadi pribadi yang Super adalah menjadi pribadi yang khusus dan terarah untuk mengubah perilaku kita menjadi perilaku yang memberi manfaat positif bagi lingkungan dan orang lain

1.2 Saran

Sementara untuk saran, diharapkan saran-saran yang peneliti kemukakan, baik saran bagi Universitas, masyarakat, maupun bagi penelitian selanjutnya, dapat dijadikan masukan yang baik dan berguna untuk semua pihak.

1.2.1. Saran Bagi Universitas

Harapan besar peneliti, pihak program studi lebih dapat mengadakan mata kuliah-mata kuliah yang lebih dapat mewakili dalam kajian berbagai kebutuhan masing-masing konsentrasi ilmu, serta mata kuliah seperti semiotika, dan konstruksi sosial media massa.

Harapan Peneliti dengan adanya tambahan mata kuliah seperti semiotika, Tujuannya, untuk dapat lebih mempertajam kemampuan mahasiswa dalam menganalisis dan mengungkap gejala atau fenomena sosial yang terkait dengan dunia Ilmu Komunikasi, sehingga dapat merangsang dan menimbulkan keragaman serta daya tarik mahasiswa/mahasisiwi dalam melakukan penelitian untuk penulisan skripsi ataupun tugas akhirnya.

1.2.2. Untuk Kalangan Praktisi

Bagi Praktisi yang bergerak di bidang komunikasi, utamanya yang berkaitan dengan komunikasi massa dalam bidang semiotik tayangan Televisi, agar lebih memperhatikan perspektif pengkajian program secara semiotik, karena dengan mengkaji berbagai program secara semiotik, kita bisa mendapatkan gambaran antara relasi dengan konstruksi realitas sosial yang ada di masyarakat.

Bagi praktisi dalam bidang program televisi atau talkshow, diharapkan lebih memperhatikan kesesuaian isi representasi relitas hidup sebagai pengembangan dari fenomena sosial yang ada, disamping kemampuan teknik. Karena program-program televisi bukan hanya sebagai media hiburan saja melainkan juga sebagai media pendidikan.