

BAB 4

KESIMPULAN

Penelitian ini berfokus pada mitos Iklan Pantene. Pantene memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada penonton. Melalui pesan tersebut, orang akan mengerti maksud dari iklan tersebut. Pesan dalam iklan akan disampaikan melalui beberapa cara, salah satu caranya adalah melalui mitos dari iklan ini.

Pantene memiliki beberapa mitos yaitu sehat, kuat dan berkilau. Pertama, iklan ini ingin menyampaikan pesan bahwa Pantene dapat membuat rambut sehat. Mitos sehat pada Iklan Pantene *Brunette expression* diwakili oleh kalimat *I trust today on really important night, Brunette expression really keeps your hair healthy look it*. Gambar dan teks yang terdapat pada iklan itu juga mewakili mitos tersebut.

Kedua, iklan ini memiliki pesan yang menjelaskan bahwa Pantene *Nature Fusion* diwakili oleh kalimat *Cassia extract*, dan *natural materials*. Gambar dan teks mendukung adanya mitos kesehatan dari alam. Pantene dapat menjaga rambut dari penyebab masalah rambut. Pesan yang disampaikan pada Iklan Pantene adalah cara untuk membujuk atau mempengaruhi orang agar menggunakan produk tersebut. Dengan menggunakan Pantene rambut wanita itu terlihat sehat dan berkilau. Semua Iklan Pantene yang terdapat pada analisis disini memiliki makna sehat dan berkilau. Wanita sangat mendambakan rambut sehat karena rambut merupakan mahkota kecantikan. Semua gambar yang terdapat pada Iklan Pantene tersebut mengacu pada slogan Pantene *Makes it happen*. Gambar yang terdapat pada Iklan Pantene merupakan cara yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada penonton, sehingga penonton dapat mengerti maksud yang ingin disampaikan oleh Iklan Pantene.

DAFTAR ACUAN

- Barthes, Roland. 1972. *Mythologies*. New York: Hill dan Wang (Versi terjemahan Indonesia oleh Yosali Ariantara dan Dede Lilis. 2007. *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa*). Yogyakarta & Bandung: Jalasutra
- Danesi, Marcel. 2010. Pengantar *understand the semiotics of media*. London: publisher silk road KAPI members
- Hoed, Benny. 2011. *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya*. Edisi Kedua. Jakarta: Komunitas Bambu, 2011
- Hoed. 2011. "Bab II": "Tanda". Dalam *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya*. Hal. 11-12. Jakarta: Komunitas Bambu, 2011
- Tim Penyusun Pusat Kamus. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Indonesia: Balai Pustaka
- Nuradi. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Pilliang, Yasraf Amir. 1999. *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKIS
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2009. "Bab II": "Makna Konotatif". Dalam *Semiotika Komunikasi*, Hal. 118-119. Bandung: Rosdakarya
- <http://adtunes.com/forums/showthread.php?p=803846> (27 Februari 2012)
- <http://andriew.blogspot.com/2011/05/bab-i-pendahuluan-iklan-selalu-hidup.html> (27 Februari 2012)
- <http://www.chacha.com/topic/pantene> (27 Februari 2012)
- <http://dictionary.reference.com/browse/image> (04 Maret 2012)
- <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2011/10/28/kekuatan-semiotika-dalam-pesan-iklan/> (29 Februari 2012)
- <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/456/jbptunikompp-gdl-avisetiani-22786-2-babii.pdf> (02 Maret 2012)
- <http://www.facebook.com/notes/pantene-indonesia/pantene-memperkenalkan-dominique-diyose/10150847436071676> (04 Maret 2012)
- <http://first-things-first.blogspot.com/2005/02/tanda-dan-tanda-dan-tanda-dan-tanda.html>. (02 Maret 2012)

<http://first-things-first.blogspot.com/2005/02/tanda-dan-tanda-dan-tanda-dan-tanda.html>, (02 Maret 2012)

<http://ifemale.net/liv-tyler-is-the-new-ambassador-of-pantene-15-years-after-she-first-modeled-for-the-brand&id=2512> (27 Februari 2012)

http://maratechnology-net.newnettech.com/pantene_shampoo_slogan.htm (04 Maret 2012)

<https://mbokmenik.wordpress.com/2011/11/12/tentang-semiotika-roland-barthes/> (12 Maret 2012)

<http://melisamayo.blogspot.com/2009/12/teori-semiotik-konotasi-foto-menurut.html> (02 Maret 2012)

<http://nfbuciyasi28.blogspot.com/2012/02/sejarah-pembuatan-minuman-bersoda-coca.html> (15 Maret 2012)

http://resources.unpad.ac.id/unpad-content/uploads/publikasi_dosen/SEMIOTIKA%20KAMAR%20TIDUR%20DI%20KAMPUNG%20PULO%20GARUT.PDF (10 Mei 2012)

<http://www.scribd.com/doc/78279639/25/Roland-Barthes-Sistem-Pemaknaan-Kedua-Denotasi-menjadi-Konotasi> (27 Maret 2012)

<http://www.scribd.com/doc/37326223/TEORI-SEMIOTIK>, (15 Maret 2012)

http://www.tvacres.com/adslogans_p.htm (10 Mei 2012)

http://wiki.answers.com/Q/What_is_the_background_music_in_the_Pantene_Midnight_Expressions_commercial_with_model_Maria_Menuous_in_it (15 Mei 2012)

<http://www.yaminsetiawan.com/cgi-bin/click.pl?id=tulisan14&url=/tulisan/tulisan14.html> (27 Maret 2012)

LEMBAR SKEMA PENELITIAN BIDANG LINGUISTIK

