

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan tiga level dalam menganalisis iklan yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Berdasarkan ketiga level tersebut, telah berhasil diidentifikasi struktur-struktur utama yang menggerakkan narasi iklan ini. Peneliti juga telah dapat memastikan bahwa struktur yang hadir dalam tiga level berbeda tersebut merepresentasikan disintegritas politisi baik secara langsung maupun tidak. Karenanya, pertanyaan penelitian ini telah terjawab dan untuk menyimpulkan dan menutup penelitian ini, berikut ini adalah kesimpulan-kesimpulan yang dapat diambil dari analisis yang telah dilakukan peneliti dalam ketiga level tersebut.

Pada level realitas, politisi digambarkan sebagai seorang politisi yang tampak selalu berusaha tampil sempurna di depan orang lain. Baginya semua hal harus tampak sempurna, mulai dari penampilan secara fisik seperti pakaian dan aksesoris yang dikenakan, begitu juga dari caranya bersikap, politisi juga menampilkan kesempurnaan. Hal itu tampak dari cara politisi bersikap dan gerak-geriknya seolah menggambarkan seorang politisi yang mempunyai integritas. Pakaian politisi menggunakan warna tua seperti abu-abu yang tampak dalam

visualisasi. Hal ini menggambarkan orang yang kaku dalam memegang peraturan.

Menurut pengamatan peneliti, politisi tersebut ditampilkan dengan citra diri yang tidak terbuka dan tidak jujur. Selain itu pencitraan yang divisualisasikan sangat terlihat dengan disuguhkan penampilan laki-laki (tokoh politisi yang membawa topeng) dengan berbagai macam ekspresi yang menunjukkan ketidakjujuran hingga akhirnya politisi tersebut ditinggalkan oleh massa yang semula mendengarkan pidatonya.

Pada level representasi, peneliti menyimpulkan bahwa pada iklan LA LIGHTS versi topeng monyet menunjukkan bahwa disintegritas secara berkala digambarkan secara jelas. Hal tersebut dapat terlihat dari pengambilan *shot* ataupun *angel* kamera yang menampilkan politisi yang kehilangan integritasnya hingga sampai ditinggalkan oleh massa yang semula mendengarkan pidatonya. Melalui level ini disintegritas politisi dikonstruksi melalui potongan-potongan gambar yang mempunyai makna dan kesan pencitraan politisi tersebut.

Pada level ideologi, peneliti menemukan representasi disintegritas politisi yang pada akhirnya hanyalah untuk melahirkan pencitraan untuk produk LA LIGHTS sendiri. Hal ini tentu saja sesuai dengan konsep mengenai dunia simulacra dalam etos budaya postmodern yang melihat dunia saat ini tidak lagi dimaknai secara fisik dan harafiah, namun lebih dimengerti sebagai dunia yang penuh citra dimana tanda-

tanda, simbol-simbol dan makna saling bercampur menjadi satu kejelasan tujuan. Kesesuaian ini dapat dilihat dari iklan LA LIGHTS “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya” versi “Topeng Monyet” yang justru sebenarnya ingin menunjukkan *image* kepada konsumennya bahwa produk LA LIGHTS ini adalah produk rokok yang memiliki rasa berkualitas tinggi dan mengajak para penikmat rokok yang berani enjoy dalam melakukan kegiatannya serta tetap setia dalam mengonsumsi rokok tanpa terperangkap dan terjerumus dalam penampilan yang tidak sesuai dengan kualitas rasa yang ditawarkannya.

B. Saran

Struktur narasi yang terlihat dalam alur cerita, penokohan, aksi-aksi serta elemen-elemen narasi lain merupakan pilihan cara berkomunikasi yang mengimplikasikan kemungkinan-kemungkinan pemakaian. Karena itu, kebijaksanaan para pelaku industri kreatif dan produsen produk komoditi dalam pemilihan cara-cara berkomunikasi tersebut menjadi kunci utama dalam membatasi bias makna dalam pesan iklan yang dibuat.

Sudah sewajarnya jika para pelaku industri tersebut memanfaatkan segala elemen tanda untuk menambah daya tarik pesannya dalam situasi persaingan pesan iklan di dalam media massa yang sangat ketat, namun sekali lagi, pemilihan elemen tanda yang meleset justru bisa

mendiskreditkan kelas, golongan, gender atau kelompok tertentu. Pada akhirnya, jika lalu iklan tersebut dipermasalahkan, kekuatan *brand* produk komoditi itu sendiri bisa juga terdiskreditkan. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa disintegritas politisi melalui narasi iklan LA LIGHT versi topeng monyet ini terbukti benar. Ini adalah salah satu contoh pemilihan struktur narasi dan elemen tanda yang bias makna dan dalam sudut pandang tertentu melakukan operasi terhadap politisi.

Penulis merasa bahwa pengetahuan tentang semiotika, khususnya kode-kode televisi John Fiske cukup penting sebagai modal bagi para pekerja iklan maupun calon-calon pekerja iklan masa depan. Dengan modal tersebut, berbagai pilihan elemen tanda dapat dipetakan dan dimaknai secara lebih mendalam setelah alur narasi dibuat dan dikembangkan. Dengan begitu, kebijaksanaan akan hadir dengan sendirinya dalam proses penyusunan pesan kreatif sehingga maksud pesan tersampaikan.

Penelitian ini khususnya berkaitan dengan metode semiotika yang dipakai, masih dapat dikembangkan lebih mendalam melalui berbagai penelitian lain dalam beragam pilihan topik iklan yang ditampilkan dalam bentuk format audio visual. Keberagaman topik penelitian akan membawa pemahaman metode semiotika Fiske ini secara lebih dalam mengingat metode ini bukan termasuk yang populer dalam wilayah

akademis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atmajaya
Yogyakarta secara lebih spesifik.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Pustaka:

- Barthes, Roland. 2007. *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi. Edisi Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.
- Baudrillard, Jean. 1983. *Simulation*. United States of America : The University of Michigan Press (Buku elektronik).
- Baudrillard, Jean. 1987. *The Ecstasy of Communication*. New York : Semiotext(e) (Buku elektronik)
- Budiharjo, Mirriam. 1991. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Chaney, David. 1994. *The Cultural Turn : Scene-Setting Essay on Contemporary Cultural History*. London and New York: Routledge (Buku elektronik).
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fiske, John. 1987. *Television Culture*. Routledge : Taylor & Francis Group (Buku elektronik)
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Cetakan IV. Yogyakarta: Jalasutra
- Frith, Katherine and Barbara Mueller. *Advertising and Societies. Global Issues*. New York: Peter Lang Publishing, 2003 (Buku elektronik) .
- Given, Lisa M. 2008. "Methodology" *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California: SAGE Publications (Buku Elektronik)
- Haryatmoko. 2011. *Etika Publik : Untuk Integritas Pejabat dan Politisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Hutcheon, Linda. 1985. *A Theory of Parody*. London (Buku elektronik).
- Ibrahim, Idi Subandi. 1997. *Ectasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan
- Kellner, Douglass. 1994. *Baudrillard Reader*. Cambridge: Blackwell.
- Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Lechte, John. 1994. *Fifty Key Contemporary Thinkers, From Structuralism to Postmodernism*. London: Routledge (Buku elektronik) .
- Macdonald, Dwight. 1957. *A Theory of Mass Culture*. Glencoe : Free Press (Buku elektronik)
- Moleong, Dr.Lexy J. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra
- Rukmananda, Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi : Dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta : Grasindo
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Cetaka kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Strinati, Dominic. 1995. *An Introduction to Theories of Popuar Culture*. London : Routledge
(Buku elektronik)

Turner, Bryan, S. 1990. *Periodization and Politic in The Postmodern*. London: Sage (Buku elektronik)

Sumber Online:

<http://jakarta.tribunnews.com/2012/06/14/jppr-integritas-cagub-dki-adalah-tak-melakukan-politik-uang>, diakses tanggal 04/09/2012 pukul 12.00

<http://www.dentsu.co.id>

www.youtube.com

PT. Djarum <http://djarum.com>

Sumber Media Cetak:

Kompas/HAL. 23 /26/17/2013/ Indahnya Berdemokrasi sebagai Sebuah Kesempatan Luar Biasa di Tengah Alur Kebiasaan yang Tidak Mengenakkan

Kompas/HAL.1 / 20 /6 /2013/ Kerusakan Moral Bangsa mencemaskan

Tinarbuko, Sumbo. 1995. "Wanita dalam Iklan". Bandung: Makalah Desain dan Kebudayaan, Program Magister Seni dan Desain ITB.

Utami, Nurul. 1994. Telaah Operasionalisasi Ideologi Iklan dalam bentuk Komodifikasi. Jakarta: Jurnal FISIP UI, Edisi 2, 2011.