

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan dua level dalam menganalisis iklan yaitu analisis konotasi level pertama dan analisis konotasi level kedua. Berdasarkan kedua level tersebut, telah berhasil diidentifikasi struktur-struktur utama yang menggerakkan narasi iklan ini. Peneliti juga telah dapat memastikan bahwa struktur yang hadir dalam dua level berbeda tersebut merepresentasikan kekalahan koalisi partai politik besar dalam *event* pemilihan kepala dan wakil kepala daerah DKI Jakarta tahun 2012 baik secara langsung maupun tidak langsung. 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 kedua level tersebut.

Pada analisis level pertama, kota metropolitan digambarkan melalui ciri-ciri kota metropolitan yang nampak adanya gedung-gedung bertingkat dan infrastruktur yang nampak dalam iklan berupa jalan layang. Tidak terlihatnya struktur mata pencaharian agraris dan munculnya tokoh-tokoh pendukung yang digambarkan dengan orang-orang berpakaian kantor sebagai representasi pusat fungsional tenaga kerja dalam salah satu ciri kota metropolitan. Setting dalam iklan juga menunjukkan kota metropolitan yang sedang mengalami kehancuran dengan memperlihatkan

keadaan kota yang dipenuhi dengan reruntuhan bangunan dan jatuhnya sebuah mobil dari atas langit.

Terlihat pula adanya pertarungan antara suatu sistem mekanis rumit melawan sistem mekanis sederhana yang diperlihatkan dalam pertarungan robot berukuran besar melawan lingkaran merah.

Pada analisis level kedua, peneliti menyimpulkan adanya keterkaitan antara simbol-simbol dalam iklan dengan fenomena politik yang sedang terjadi di masyarakat terkait dengan waktu rilis iklan ini. Simbol-simbol dalam iklan seperti gambaran kota metropolitan yang muncul merupakan representasi kota Jakarta yang memiliki banyak permasalahan. Lebih fokus lagi, permasalahan kota Jakarta yang digambarkan dalam iklan adalah permasalahan transportasi. Adanya pertarungan antara robot berukuran besar dengan lingkaran merah merupakan representasi persaingan yang terjadi dalam Pemilu DKI Jakarta tahun 2012. Sistem mekanisme yang bertarung memiliki kesamaan dengan sebuah partai politik yang memiliki sistem mekanisme. Robot berukuran besar merupakan representasi dari koalisi partai besar yang bersatu untuk mendukung pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Foke-Nara, sedangkan lingkaran merah merupakan representasi koalisi partai politik yang lebih kecil yang bersatu untuk mendukung Jokowi-Ahok. Sedangkan para pekerja kantoran yang terlihat merupakan representasi masyarakat kota Jakarta yang menjadi korban atas permasalahan-permasalahan yang ada terutama permasalahan transportasi,

namun dalam pemilihan kepala daerah memiliki peran penting sebagai evaluasi atas kinerja Kepala Daerah sebelumnya dimana pada saat kepemimpinan Foke sebelumnya tidak mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan transportasi di Jakarta.

## **B. Saran**

Struktur narasi yang terlihat dalam alur cerita, penokohan, aksi-aksi, serta elemen-elemen narasi lain merupakan pilihan cara berkomunikasi yang berdampak atas kemungkinan-kemungkinan pemaknaan. Kebijakan 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 pasarnya dalam situasi persaingan pesan iklan di dalam media massa yang sangat ketat, namun sekali lagi, pemilihan elemen tanda yang melekat justru bisa mendiskreditkan kelas, golongan, gender, atau kelompok tertentu. Pada akhirnya, jika lalu iklan tersebut dipermasalahkan, kekuatan brand produk komoditi itu sendiri juga bisa terdiskreditkan. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa kekalahan koalisi partai politik melalui iklan Surya Pro Mild versi “*Robot*” terbukti benar. Ini merupakan salah satu contoh pemilihan struktur narasi dan elemen tanda yang bias makna dan dalam sudut pandang tertentu melakukan operasi terhadap koalisi partai politik dan kadernya dalam Pemilukada DKI Jakarta.

Peneliti merasa bahwa pengetahuan tentang semiotika, khususnya analisis dua tahap milik Roland Bartes cukup penting sebagai modal bagi para pekerja iklan maupun calon-calon pekerja iklan masa depan. Melalui modal tersebut, berbagai pilihan elemen tanda dapat dipetakan dan dimaknai secara lebih mendalam setelah alur narasi dibuat dan dikembangkan, oleh karena itu 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 Roland Bartes ini secara lebih dalam pada wilayah akademis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta khususnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo dan Sakti Adji Adisasmita. 2011. *Logika Pemindahan Ibukota Jakarta*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Budiardjo, Prof. Miriam. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dyer, Gillian. 1996. *Advertising As Communication*. London: Routledge.
- Daldjoeni, N. 1992. *Seluk Beluk Masyarakat Kota*. Bandung: Alumni.
- Eco, Umberto. 1990. *The Limits of Interpretation*. USA: Indiana University Press.
- Fiske, John. 1990. *Cultural and Dommunication Studies*. Trans. Yosali Irianta, M.S. dan Idi Subandy Ibrahim. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, John. 2003. *Reading Television*. London: Routledge.
- Gaffar, Janedjri M. 2012. *Politik Hukum Pemilu*. Jakarta: Konstitusi Press.
- Hakim, Budiman. 2006. *Lantaran tapi Relevan*. Yogyakarta: Galangpress.
- Istanto, Freddy H. Januari 1999. "Iklan dalam Wacana Postmodern Studi Kasus Iklan Rokok AMild". *Nirmala Jurnal Desain Komunikasi Visual*. UK Petra. Volume I.
- Kellner, Douglas. 1995. *Media Culture*. New York: Routledge.
- Manseur, Rachid. 2006. *Robot Modelling and Kinematics*. Boston, Massachusetts: Charles River Media.
- Moleong, Dr. Lexy J. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Paul, Akshoy, Pijush Roy dan Sanchayan Mukherjee. 2005. *Mechanical Sciences: Engineering Mechanics and Strength of Materials*. India: Prentice Hall.
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika*. Bandung: Jalasutra.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Pusat Perfilman H. Usmar Ismail. 2002. *Kamus Kecil Istilah Film*. Jakarta: B.P. SDM Citra, Yayasan Pusat Perfilman H. Usmar Ismail.
- Rose, Gillian. 2001. *Visual Methodologies*. London: Sage Publication.

- Salim MS, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sobur. Alex. 2002. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur. Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sturken, Marita & Cartwright, Lisa. 2001. *Practices of Looking: an Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press.
- Redjo, Samugyo I. November 2010. "Koalisi Dalam Sistem Pemerintahan". *Government*. Universitas Padjadjaran Bandung. Volume I.
- Trabaut, Jurgen. 1996. *Elemente der Semiotik*. Trans. Dra. Sally Pattinasarany. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud.
- Weilbacher, William M. 1984. *Advertising. Second Edition*. New York: Macmillan.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta Pusat: Buana Pustaka Indonesia.

### **Internet**

- Lembaga Survei Indonesia. 2012. Quick Count Pilkada DKI Jakarta. (diakses 27 April 2013) dari ([http://www.lsi.or.id/riset/421/LSI\\_Quick\\_Count\\_DKI\\_JKT](http://www.lsi.or.id/riset/421/LSI_Quick_Count_DKI_JKT))
- Herdiana, Iman. 2012. Pemilukada DKI, Politik Idiologis vs Transaksional. (diakses 14 Mei 2013) dari (<http://jakarta.okezone.com/read/2012/07/31/505/670863>)
- Supriatna, Yayat. 2012. Masalah Jakarta Sangat Kusut. (diakses 20 September 2013) dari (<http://megapolitan.kompas.com/read/2012/05/02/1921257>)
- BBC Indonesia. 2010. Jakarta, Ibukota Dengan 1000 Masalah. (diakses tanggal 20 September 2013) dari ([http://www.bbc.co.uk/indonesia/laporan\\_khusus/2010/10/](http://www.bbc.co.uk/indonesia/laporan_khusus/2010/10/))