

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini secara keseluruhan mengaplikasikan teori semiotika *Jhon Fiske* yang menitikberatkan pada kode-kode televisi. Setelah peneliti membahas dan menganalisa pada bab sebelumnya, maka pada akhirnya peneliti dapat mengetahui bagaimana representasi perempuan dewasa yang terbelenggu dimanifestasikan dalam tayangan Iklan Tri *Always On*. Secara keseluruhan ilustrasi dalam iklan Tri ini mengadopsi isu-isu realita sosial yang terjadi di lingkungan sosial masyarakat yang juga merupakan produk dari ideologi Patriarki. Patriarki merupakan sistem sosial dimana peran laki-laki adalah yang dominan dan menjadi sosok otoritas yang sentral dalam organisasi sosial, hukum, politik, agama, pendidikan, dan sebagainya.

Kaitannya dengan iklan ini adalah dimana ideologi patriarki ditemukan dalam ranah hukum yang berfungsi untuk membuat suatu kebijakan dan aturan sehingga sifatnya cenderung mendiskriminasi kaum perempuan. Beberapa contoh dari kebijakan dan aturan tersebut adalah tentang Peraturan Daerah yang diberlakukan di beberapa wilayah di Indonesia, yang mengatur bagaimana kaum perempuan seharusnya berpakaian dan bagaimana mobilitas dan pergerakan perempuan dibatasi dengan jam malam, kemudian mengenai hukum adat yang mengatur bagaimana perempuan memilih dan menentukan jodohnya.

Kebijakan dan aturan yang diberlakukan dengan dalih untuk melestarikan norma kesopanan ini justru menjadi suatu hal yang mengikat kaum perempuan dalam berperilaku, karenanya ilustrasi iklan ini menggambarkan bagaimana kaum perempuan di Indonesia *terbelenggu*, terikat oleh ikatan-ikatan, dalam konteks ini ikatan-ikatan tersebut adalah berbagai macam kebijakan dan aturan sehingga mereka menjadi kaum yang tidak bebas.

Mengenai hukum adat yang memberlakukan syarat bagi perempuan untuk memilih dan menentukan jodohnya sendiri juga merupakan sebuah ikatan dimana perempuan tidak mendapatkan ruang dan kebebasan untuk menentukan dan menjalankan pilihannya. Namun, apabila dikaitkan dengan pesan komunikasi yang ingin disampaikan oleh Tri sebagai produsen dari iklan televisi tersebut, maka Tri merepresentasikan kaum perempuan yang *terbelenggu*, terikat oleh sebuah ikatan, ketentuan, syarat, dan *aturan main* sebagaimana ditampilkan dalam tayangan iklannya seperti pengguna dan konsumen internet di Indonesia yang sebagian besar masih terikat oleh ikatan, syarat, dan ketentuan yang diberikan oleh provider telekomunikasi seluler milik kompetitor. Hingga kemudian Tri mengajak para pembaca dan penonton iklan untuk berpikir ulang mengenai situasi dan kondisi yang sedang dialami para *audience* dan mereka akhirnya dapat menemukan sebuah *kebebasan*.

## **B. Saran**

### **1. Secara Akademis**

Metode analisis semiotika *John Fiske* bisa digunakan untuk mengkaji konstruksi realita sosial yang ada dalam tayangan iklan televisi. Struktur pengkajian konstruksi realita sosial dilakukan dengan mengaplikasikan kode-kode televisi untuk membantu proses pemaknaan terhadap tanda-tanda, simbol-simbol, serta kode-kode budaya yang terdapat dalam setiap cuplikan iklan televisi. Kode-kode televisi terbagi ke dalam tiga tahapan, yakni level realitas, level representasi, dan level ideologi. Level realitas meliputi segala macam aspek dan unsur yang dinampakkan secara permukaan, misalnya: perilaku, lingkungan, penampilan, gerak isyarat, tata rias, dan kostum. Level representasi merupakan tahapan yang digunakan untuk mempertegas dan memperkuat makna level realitas dengan perspektif sinematografi, misalnya: *camera work* (shot, angle), tata cahaya (*lighting*), suara (*sound*), dan musik ilustrasi. Sedangkan level ideologi adalah tahapan dalam wujud ide-ide atau konsep untuk membingkai kode-kode budaya yang muncul dalam level realitas dan level representasi.

### **2. Secara Praktis**

Pendekatan sosial dapat dijadikan sebagai referensi untuk menciptakan konsep ilustrasi cerita dan menyusun naskah iklan. Proses untuk menentukan dan membedah konsep ilustrasi cerita dan penyusunan naskah iklan dilakukan dengan mengadopsi isu-isu realita sosial, karena

itu, perlu menjadi perhatian khusus bagi pekerja industri kreatif sebagai pengiklan, serta produsen yang mempromosikan produknya dalam tayangan iklan televisi untuk lebih bijak dan kritis lagi dalam proses membedah realita sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat yang kemudian dijadikan ilustrasi cerita sebuah iklan agar inti dari pesan komunikasi yang disajikan tidak mengalami bias makna bagi pembaca maupun penonton iklan. Perlu menjadi pertimbangan juga untuk tidak mengabaikan referensi sosial serta pengalaman para *audience*, karena kedua faktor tersebut yang menentukan apakah pesan komunikasi yang disajikan dapat dipahami secara mendalam atau sekedar dilihat secara permukaan saja, sehingga ketakutannya makna pesan yang ingin disampaikan mengalami bias makna.

### **3. Secara Sosial**

Penelitian ini menemukan bahwa secara keseluruhan makna dari pesan komunikasi yang disampaikan pengiklan bukan tanpa atau maksud tujuan tertentu, misalnya dengan cara menyinggung tentang persoalan isu realita sosial tertentu, dan memposisikan *audience* seolah-olah menjadi pihak yang dirugikan oleh suatu ikatan atau ketentuan tertentu, maka pengiklan menyampaikan pesan komunikasi dengan dalih memberikan solusi. Melalui proses inilah maka akan mendorong perilaku konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, Nick dan Taylor Ryan. 2008. *Get In Her Mind, Get In Her Bed. United States of America*: Brownfish Publishing
- Barnard, Malcolm. 1996. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra
- Benya, James R., Karlen, Mark. 2007. *Dasar-dasar Desain Pencahayaan*. Jakarta: Erlangga
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Burton, Graeme. 2007. *Membicarakan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Badudu, J.S., Zain, Mohammad. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Intergrafika
- Danesi, Marcel. 2004. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- ..... 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra
- Effendy, Heru. 2006. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Erlangga
- Fiske, John. 1987. *Television Culture*. Cornwall: TJ International Ltd
- ..... 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Giovani, Tri. 2012. *Sinematografi. Bahan Ajar*. Yogyakarta: Program S1 Ilmu Komunikasi
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hardjana, Suka. 1983. *Estetika Musik*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

- Harmunah. 1987. *Musik Keroncong*. Yogyakarta : Pusat Musik Liturgi
- Johnson, Allan G. 2005. *The Gender Knot: Unraveling Our Patriarchal Legacy*. Philadelphia: Temple Univeristy Press
- Julia, Elly. 1989. *Wanita Indonesia: Rangkuman Informasi Laporan Penelitian*. Jakarta: Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah
- Kartono, Kartini. 1977. *Psikologi Wanita 1, Mengenal Gadis Remaja dan Wanita Dewasa*. Bandung: Mandar Maju
- ..... 1992. *Psikologi Wanita 1, Mengenal Gadis Remaja dan Wanita Dewasa*. Bandung: Mandar Maju
- ..... 2006. *Psikologi Wanita 1, Mengenal Gadis Remaja dan Wanita Dewasa*. Bandung: Mandar Maju
- Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- ..... 2004, *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Djambatan
- Kotler, Philip; Gary Amstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Lexy, J. Moleong. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Lembaga Studi Realino. 1992. *Citra Wanita dan Kekuasaan (Jawa): Monografi Lembaga Studio Realino -1*. Yogyakarta: Kanisius
- Mascelli, Joseph V. 2005. *The Five C's of Cinematography: Motion Picture Filming Techniques*. Los Angeles: Silman-James Press
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Munawar, Penget. 2010. *Fungsi Alat Musik. Bahan Ajar*. Tawang Sari: SMP N 1
- Pawito, Ph. D. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS
- Piliang, Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- ..... 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari

- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka
- Putra, Dinata Eka. 2008. *Membaca Pikiran Orang Lewat Bahasa Tubuh*. Bandung: Kaifa
- Sanyoto, Sadjiman Edi. 2009. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sihite, Romany. 2007. *Perempuan, Kesetaraan, Keadilan: Suatu Tinjauan Berwawasan Gender*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Sunardi, ST. 2002. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanal
- Takwin, Bagus. 2009. *Akar-akar Ideologi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Wells, William., Burnett, John., Moriarty, Sandra. 1998. *Advertising Principles & Practice*. New Jersey: A Simon & Schuster Company
- Widyatama, Rendra: 2006. *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Williamson, Judith. 2007. *Decoding Advertisement: Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan*. Yogyakarta: Jalasutra

Sumber Online:

- <http://www.telkomsel.com/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 22.30
- <http://www.indosat.com/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 22.31
- <http://www.xl.co.id/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 22.32
- <http://www.Tri.co.id/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 22.30
- <http://www.youtube.com/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 22.31
- Orell, Julia. 2003. *Window*. [csmt.uchicago.edu/](http://csmt.uchicago.edu/) diakses pada 4 September 2014, Pk. 21.19
- Wangge, Dwi. 2014. *Ribuan Umat Budha Lepas Burung Sebagai Simbol Kebebasan*. [surabaya.tribunnews.com/](http://surabaya.tribunnews.com/) diakses pada 4 September 2014, Pk. 21.14
- Junaidi. 2013. *Menafsir Gerak, Memaknai Tari*. [www.riaupos.co/](http://www.riaupos.co/) diakses pada 4 September 2014, Pk. 21.14

Helen, Alice. 1983. *In The Waiting Room*. [www.poets.org/](http://www.poets.org/) diakses pada 4 September 2014, Pk. 21.14

Dodo, 15 Agustus 2013. *Perempuan Indonesia Nikmati Kemerdekaan Semu*. [www.lpsk.go.id/berita/](http://www.lpsk.go.id/berita/) diakses pada 4 September 2014, Pk. 21.14

<http://www.komnasperempuan.or.id/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 15.21

<http://www.kpi.go.id/> diakses pada 5 Juni 2014, Pk. 15.21

<http://www.poskotanews.com/> diakses pada 23 Juni 2014, Pukul 18.09

<http://www.satuharapan.com/> diakses pada 23 Juni 2014, Pukul 18.07

<http://www.liputan6.com/> diakses pada 23 Juni 2014, Pukul 18.15

<http://indonesia.ucanews.com/> diakses pada 23 Juni 2014, Pukul 18.11

<http://photographytrain.com/> diakses pada 6 Agustus 2014, Pukul 14.10

<http://wol.jw/en/> diakses pada 6 Agustus 2014, Pukul 14.15





# LOGO PERUSAHAAN

(Sumber: <http://www.hutchison-whampoa.com/>)



**It's called 3**

## *Storyboard Iklan Televisi Tri Always On versi Perempuan*



**Narasi:**  
kebebasan itu omong kosong !



**Narasi:**  
katanya aku bebas berekspresi?  
tapi selama rok masih di bawah  
lutut.



**Narasi:**  
hidup ini singkat, mumpung masih  
muda nikmatin sepuasnya,  
asal jangan lewat dari jam 10  
malam.



Narasi:  
hidup itu



Narasi:  
katanya aku bebas berekspresi?  
tapi selama rok masih di bawah  
lutut.



Narasi:  
hidup ini singkat, mumpung masih  
muda nikmatin sepuasnya,  
asal jangan lewat dari jam 10  
malam.



# KPI Tegur Iklan “3 Always On Versi Perempuan” di Indosiar, RCTI, Trans TV, Trans7 dan Metro TV

Diterbitkan pada Selasa, 21 Mei 2013 20:23

Ditulis oleh RG

Jakarta - Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat memberi peringatan pada Indosiar, RCTI, Trans TV, Trans7 dan Metro TV perihal tayangan iklan “3 Always On Versi Perempuan” yang ditayangkan oleh stasiun tersebut pada tanggal 13 Mei 2013 pukul 07.14 WIB di Indosiar, tanggal 18 Mei 2013 pukul 18.51 WIB di Metro TV, tanggal 14 Mei 2013 pukul 13.29 WIB di RCTI, Trans7 pada tanggal 13 Mei 2013 pukul 07.19 WIB, dan Trans TV pada tanggal 13 Mei 2013 pukul 10.12 WIB..

Menurut KPI Pusat dalam surat teguran kepada masing-masing stasiun televisi yang ditandatangani Ketua KPI Pusat, Mochamad Riyanto, iklan tersebut telah melakukan pelanggaran yakni dengan menampilkan narasi tentang kebebasan yang berisi di antaranya kalimat: "Katanya aku bebas berekspresi, tapi selama rok masih di bawah lutut." dan "Hidup ini singkat, mumpung masih muda, nikmati sepuasnya, asal jangan lewat dari jam 10 malam."

Selain kalimat percakapan di atas, pada akhir iklan juga ditayangkan adegan berpelukan seorang perempuan dengan seorang pria yang mengesankan tidak menggunakan baju. “Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap perlindungan anak dan remaja serta norma kesopanan,” kata Nina Mutamainnah, Koordinator bidang Isi Siaran KPI Pusat kepada kpi.go.id.

KPI Pusat telah mengirimkan surat No. 495/K/KPI/08/12 tertanggal 9 Agustus 2012 perihal peringatan tertulis atas iklan tersebut kepada seluruh stasiun TV (surat terlampir). Dalam surat tersebut, KPI Pusat telah meminta Saudara untuk segera melakukan evaluasi internal dengan cara melakukan editing pada narasi dan adegan dalam siaran iklan sebagaimana dimaksud di atas.

“Kami memutuskan bahwa tindakan penayangan tersebut telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia tahun 2012 Pasal 9 dan Pasal 14 ayat (2) serta Standar Program Siaran Pasal 9 dan Pasal 15 ayat (1),” kata Nina.

Dalam suratnya, KPI Pusat meminta semua stasiun televisi agar menjadikan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia tahun 2012 sebagai acuan utama dalam penayangan sebuah program siaran, termasuk iklan, dan diharapkan terdapat perbaikan pada program siaran yang sesuai dengan ketentuan P3 dan SPS sehingga program siaran bermanfaat bagi kepentingan masyarakat.

Sumber: <http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/40-topik-pilihan-2/31367-iklan-3-always-on-versi-perempuan-indosiar-ditegur>

# Ribuan Umat Budha Lepas Burung Sebagai Simbol Kebebasan

Kamis, 15 Mei 2014 13:25 WIB

SURYA Online, DENPASAR - Ribuan umat Buddha merayakan Waisak di Vihara Sakyamuni Denpasar dengan melepas balon dan burung sebagai simbol cinta kasih dan kebebasan.

"Umat Buddha usai sembahyang bersama dilanjutkan dengan pelepasan ratusan balon dan ribuan burung, antara lain burung perkutut, kutilang, dan burung merpati," kata Ketua Panitia Perayaan Waisak 2558 Vihara Sakyamuni Denpasar Dwi Wangge di Denpasar, Kamis (15/5/2014).

Dengan pelepasan balon ke udara dan burung tersebut, kata dia, makhluk hidup seperti burung itu tidak lagi terkekang dalam sangkar yang dipelihara umat manusia.

"Ini semua bermakna untuk kebebasan makhluk hidup yang ada di dunia agar terbebas dari dosa-dosa diperbuat. Karena dengan cinta kasih dan kedamaian, alam lingkungan akan memberikan kedamaian bagi umat di bumi ini," ujarnya.

Ia mengatakan bahwa saat ini umat manusia di dunia mulai kurang peduli pada lingkungan. Oleh karena itu, alam mulai murka dan di mana-mana terjadi bencana alam.

"Bila manusia sadar menjaga lingkungan alam, seperti melestarikan alam, hutan beserta satwanya maka alam ini akan memberikan kesejukan dan kedamaian," ujarnya. (ant)

Sumber: <http://surabaya.tribunnews.com/2014/05/15/ribuan-umat-budha-lepas-burung-sebagai-simbol-kebebasan>





Pencarian...



PROFIL » ISU PRIORITAS » LAPORAN » PUBLIKASI » BERITA » GALERI » KONTAK KAMI

## Siaran Pers Komnas Perempuan: Kebijakan Diskriminatif yang Bertentangan dengan Konstitusi

22 August 2013 Berita, News Ticker, Siaran Pers

22 Agustus 2013

Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) menegaskan bahwa tes keperawanan adalah salah satu bentuk kekerasan seksual terhadap perempuan dan bertentangan dengan Konstitusi. Tindakan tersebut merendahkan derajat martabat manusia dan bersifat diskriminatif terhadap perempuan. Tes Keperawanan juga dapat berimplikasi memutus masa depan anak perempuan karena tidak dapat melanjutkan pendidikan dan hidup dalam stigma negatif di dalam masyarakat.

Wacana yang digulirkan oleh aparat pemerintah baik legislatif maupun eksekutif di daerah tersebut sebangun dengan kebijakan diskriminatif atas nama agama dan moralitas yang terus bertambah jumlahnya sejak tahun 1999 ketika otonomi daerah mulai bergulir. Sampai tanggal 18 Agustus 2013, Komnas Perempuan mencatat 342 kebijakan diskriminatif serupa ini. Ini berarti jumlah kebijakan diskriminatif bertambah 60 kebijakan dari tahun lalu, atau telah lebih dua kali lipat sejak Komnas Perempuan menyampaikan persoalan ini di tingkat nasional pada tahun 2009, dimana saat itu baru berjumlah 154 kebijakan. Seluruh kebijakan ini bertentangan dengan Konstitusi dan berbagai produk hukum nasional dan membutuhkan penyikapan tegas dan segera dari pemerintah.

Sebanyak 265 dari 342 kebijakan diskriminatif secara langsung menysar perempuan atas nama agama dan moralitas. Termasuk dalam 265 kebijakan itu adalah 79 kebijakan yang mengatur cara berpakaian berdasarkan interpretasi tunggal ajaran agama penduduk mayoritas. Situasi ini membatasi hak kemerdekaan ber-ekspresi dan hak kemerdekaan beragama. Ada pula 124 kebijakan tentang prostitusi dan pornografi, 27 kebijakan tentang pemisahan ruang publik laki-laki dan perempuan atas alasan moralitas (19 diantaranya menggunakan istilah *khalwat* atau mesum) dan 35 kebijakan terkait pembatasan jam keluar malam yang pengaturannya mengurangi hak perempuan bermobilitas, pilihan pekerjaan, serta perlindungan dan kepastian hukum.

Seluruh kebijakan diskriminatif ini jumlahnya terus bertambah dan belum ada langkah tegas dan signifikan dari negara untuk mencegah dan menghapuskannya. Sementara itu di tingkat nasional, Komnas Perempuan menyesalkan lambatnya pemerintah dalam menganulir kebijakan tentang sunat perempuan yang mengukuhkan praktik tradisi yang diskriminatif terhadap perempuan. Begitu pula halnya dengan revisi UU Pornografi yang dalam implementasinya justru mengkriminalisasi perempuan korban perdagangan orang dan eksploitasi seksual.

Kebijakan di atas menghalangi perempuan, secara langsung maupun tak langsung, untuk dapat menikmati hak atas rasa aman dan bebas dari rasa takut untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu tanpa menanggung hak asasi...

video.liputan6.com/main/read/17/1053407/0/kritisasi-eksploitasi-perempuan-dalam-quotimagequot

LIPUTAN 6 NEWS BISNIS INDONESIA BARU SHOWBIZ SINETRON BOLA HEALTH LIFESTYLE GLOBAL TEKNO MORE LOGIN REGISTER

VIDEO ON DEMAND & LIVE STREAMING **KLIK DISINI** SCTV CHANNEL tv.liputan6.com

**VIDEO LIPUTAN 6**  
NEWS  
POLITIK  
INSPIRASI INDONESIA  
PERISTIWA  
INTERNASIONAL  
WAWANCARA KHUSUS  
SBMPTN  
CITIZEN6  
LIPUTAN KHUSUS  
INSPIRASI ANAK BANGSA  
INFOGRAFIS

19 Apr 2011 08:16  
**KRITISASI EKSPLOITASI PEREMPUAN DALAM "IMAGE"**

Kritisasi eksploitasi perempuan di dunia pemasaran dan industri disuguhkan melalui sajian tari kontemporer berjudul Image dalam pertunjukan di Jakarta.

f t g+

SENI TARI KONTEMPORER