

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berangkat dari uraian di atas, peneliti merumuskan permasalahan utama menjadi satu pertanyaan besar yaitu: “Tanda-tanda apa sajakah pada iklan luar rokok Djarum 76 versi “Wani Piro” yang merepresentasikan kritik sosial?”.

1. Regulasi pemerintah yang dihadirkan dengan tujuan membatasi manuver iklan rokok, dalam prakteknya justru menguntungkan ketika sebuah produk mampu menyasati dengan konsep-konsep kreatif beriklan, baik komunikasi verbal maupun visual. Regulasi-regulasi tersebut tidak mampu memenjarakan ide dan kreativitas para kreator iklan rokok tersebut.
2. Iklan Djarum 76 tergolong iklan rokok komersial yang kreatif. Iklan Djarum 76 telah menunjukkan bahwa di tengah keterbatasan dalam beriklan yang disebabkan regulasi ketat pemerintah perihal iklan rokok. Djarum 76 mampu mempertahankan eksistensinya di dunia periklanan Indonesia dengan ide-ide iklan tematik berkelanjutan yang selalu ditampilkannya. Iklan Djarum 76 seolah telah mengesampingkan kaidah dan tujuan iklan komersial yang sebenarnya, lebih mempunyai misi sosial daripada misi komersialnya. Iklan Djarum 76 juga turut mendedahkan nilai tertentu yang secara terpendam terdapat di dalamnya, seperti nilai kritik sosial yang terdapat dalam iklan Djarum 76 versi “Wani Piro” ini.
3. Iklan ini bernuansa Indonesia karena bernuansa budaya suatu daerah di negeri tersebut, yaitu Jawa Tengah. Hal itu terbukti dengan digunakannya Bahasa dan

busana suatu daerah tersebut pada pemeran jin. Kemasan iklan pun dibuat dengan menarik dan menghibur dalam menyampaikan kritik sosial sebagai pesan iklannya. Hal ini dapat dilihat dari cara ‘menyindir’ yang digunakan dalam iklan tersebut dikemas dengan adegan dan dialog yang humoris, sehingga tidak menimbulkan konflik. Kronologi yang disajikan juga runtut. Isi cerita disajikan secara singkat, tetapi mudah dipahami. Sehingga tidak membuat penonton ikut berpikir panjang atau merasa bingung. Akhir dari cerita yang ada pada iklan tersebut sama sekali tidak terduga. Bahkan membuat dugaan penonton meleset jauh. Sebagian besar penonton menduga bahwa Jin akan mengabulkan permintaan pelamar, tetapi jin justru kembali bertanya kepada pelamar dengan menggunakan bahasa jawa, “*Wani piro?*” yang artinya berani berapa? (berani membayar berapa?)

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian, berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, saran yang dapat penulis sampaikan dan mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan yaitu:

1. Bagi biro/agensi iklan (praktisi periklanan)

Iklan sekarang ini memang kaya kreativitas, tetapi miskin kritik sosial. Iklan yang banyak ditampilkan kental dengan unsur kreatifnya tetapi lebih bersifat komersial semata. Terlebih lagi iklan sekarang ini didominasi oleh aliran romantik atau melodramatik, yang banyak mengangkat tema realitas

cinta dan kasih sayang sebagai ide besarnya, tanpa ada muatan sosial yang penuh nilai didalamnya dan terkesan klise.

Oleh sebab itu saran dan juga harapan kepada biro iklan kedepan agar lebih memperbanyak memproduksi iklan yang bermuatan kritik sosial. Iklan juga diharapkan tidak hanya mengajak masyarakat untuk mempertajam daya konsumtifnya tetapi juga daya kritisnya terhadap realitas sosial.

Paling tidak, antara iklan yang sarat kritik sosial dan yang bersifat komersial terjadi keseimbangan dalam kuantitas dan kualitasnya, tanpa kita menafikan fungsi utama iklan sebagai penyampai pesan dari produsen ke konsumen yang lebih kuat dominasi komersialnya daripada sisi sosialnya. Kita ketahui bahwa iklan yang sarat kritik sosial minim sekali di media televisi, dan itu pun hanya terdapat pada iklan rokok dengan jam tayang yang dibatasi.

Besar harapan pula dengan adanya iklan yang bermuatan kritik sosial dapat menjadi media yang tidak hanya berpihak pada produsen tetapi juga berpihak pada rakyat, yang mempunyai dampak positif dapat mengurangi ketimpangan-ketimpangan sosial yang terjadi di masyarakat akibat dari arogansi pemerintah sebagai penyelenggara negara.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Manusia adalah *homo semioticus*, yaitu makhluk semiotika, yang kehidupannya dipenuhi dengan tanda atau disebut juga manusia penafsir tanda. Semiotika sebagai studi tentang tanda merupakan ilmu dasar yang dimiliki manusia, tetapi hanya sedikit yang menyadari bahwa dia telah

menerapkan ilmu tersebut dalam kehidupannya. Dengan penelitian semiotika orang akan menyadari bahwa kehidupannya dipenuhi dengan tanda. Diharapkan pada penelitian selanjutnya lebih banyak lagi penelitian tentang studi semiotika, karena selain untuk mengasah kemampuan analisis semiotika, juga dapat dijadikan sebagai proses internalisasi nilai bahwa semiotika secara alamiah dimiliki oleh setiap manusia. Dengan studi semiotika pula, manusia dapat memaknai sendiri nilai-nilai di dalam kehidupannya.