

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penulis telah melakukan kajian semiotika John Fiske melalui level realitas, level representasi dan level ideologi. Analisis iklan Zilingo Versi “Siapa Sih Lo Di Ramadhan Kali Ini” dilakukan berdasarkan kategori karakter dalam tampilan gambar dalam iklan, terdapat 3 karakter penampilan gaya hidup manusia, yaitu premanisme, punk dan sosialita.

1. Pada level realitas dalam iklan Zilingo Versi “Siapa Sih Lo Di Ramadhan Kali Ini” adalah setting, perilaku, pakaian, ucapan dan gerak tubuh (*gesture*) yang digunakan oleh model dalam iklan ini yang terdapat 3 karakter di dalamnya seperti, preman, punk dan sosialita. Pada karakter preman terdapat model laki-laki layaknya bagian dari kelompok preman terlihat seperti orang yang kasar dan pemerasan, model laki-laki pertama mengenakan kaos oblong, jaket baseball, mengenakan celana ripped jeans. Perilaku dari model laki-laki ini memberikan pandangan akan ingin melakukan kekerasan dan hanya mementingkan diri sendiri. Dengan mengumpulkan anak-anak dan mungkin akan melakukan suatu hal berkaitan dengan kekerasan. Terlihat pada wajah dari kedua model laki-laki ini sangat serius memperhatikan anak-anak, dan sekumpulan anak inipun matanya ditutupi oleh saputangan, duduk tanpa menggunakan alas, dan terlihat seperti ketakutan, karena semua anak-anak ini wajahnya menunduk kebawah.

Pada karakter kedua yaitu punk, terdapat model perempuan berada di dalam busway dengan tidak berpenampilan layaknya perempuan pada umumnya yang berpenampilan rapih dan feminim, perempuan ini terlihat seperti berpenampilan punk dengan gaya rambutnya yang bondol, memakai pakaian serba hitam seperti mengenakan kaos panjang berwarna hitam dipadukan rompi jaket, kalung hitam, cincin batu hitam, kuping ditindik, gesper rantai, lagging dipadukan dengan rok berwarna hitam, sepatu docmart hitam. Dengan berperilaku kasar dan berani kepada

penumpang dengan mendorong serta menghalangi penumpang lain agar tidak duduk di tempat duduk penumpang yang kosong.

Pada karakter ketiga yaitu sosialita, terdapat model perempuan yang berjalan bersama asisten dan *bodyguard* di luar koridor mall, memperlihatkan tingkah lakunya yang seperti bos, angkuh, sombong dengan dagu yang terangkat. Berpenampilan gaya hidup yang serba mewah dari pakaian, yang mengenakan jumpsuit coklat, kalung, cincin, gelang berbahan dasar emas, tas branded kuning keemasan, aksesoris, hingga kendaraan bermobil Alpart.

2. Pada level representasi dalam iklan Zilingo Versi “Siapa Sih Lo Di Ramadhan Kali Ini” adalah sudut pengambilan gambar, pencahayaan, musik, setting dan dialog. Pengambilan gambar digunakan untuk mengambil shot, serta memperjelas karakter pada model iklan ini yang memerankan adegan preman, punk dan sosialita. Adapun tulisan yang berbeda-beda pada akhiran *scene* di setiap karakter yaitu, “Tren Itu Berbagi”, “Tren Itu Peduli”, “Tren Itu Memberi”, untuk menegaskan suatu alur cerita dalam adegan yang dilakukan oleh para model iklan tersebut.
3. Pada level ideologi dalam iklan Zilingo Versi “Siapa Sih Lo Di Ramadhan Kali Ini” dengan 3 karakter di dalamnya seperti preman, punk dan sosialita yaitu adanya budaya stereotipe yang melihat seseorang hanya dari penampilan luarnya saja, dan gaya hidup yang dimilikinya. Seperti preman yang dinilai negatif, karena perilakunya yang kasar, memeras, mengancam, mementingkan diri sendiri, bahkan dapat meresahkan warga, dan ideologi preman berasakan kepentingan. Punk yang dapat dinilai negatif, karena memiliki perilaku yang kasar, berani, jutek. Punk juga yang memiliki ideologi anarkis dan anti keamanan. Lalu sosialita yang berasal dari kalangan kelas atas sehingga memiliki perilaku yang sombong, angkuh, tidak memperdulikan lingkungan sekitar, hanya bisa menghamburkan uang. Dengan menilai orang lain negatif dari segi penampilan hingga perilakunya, tanpa melihat tujuan dibalik apa yang dilakukan. Akan tetapi pada iklan Zilingo Versi “Siapa Sih Lo Di Ramadhan Kali Ini” ini memberikan

pandangan yang positif yaitu dengan melawan stereotipe. Pandangan yang dikenal dan sudah dinilai negatif akan berubah menjadi positif, bahwa penampilan gaya hidup serta perilaku yang dinilai negatif tidak selamanya akan negatif, tentu mereka memiliki sisi yang positif dan memiliki suatu kebaikan, dengan menggunakan caranya sendiri. Memberikan kesan sebagai sesama manusia bahwa perilaku yang baik atau perbuatan yang baik tidak bisa dilihat dari penampilan gaya hidup yang dimiliki orang tersebut.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dijelaskan pada kesimpulan diatas dan penelitian inipun terdapat beberapa saran diantaranya:

1. Dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Karena analisis semiotika yang merupakan analisis interpretatif, maka hasil penelitian tergantung pada wawasan yang dimiliki peneliti. Termasuk peneliti yang memiliki keterbatasan wawasan, namun dapat diminimalisir dengan memperbanyak membaca tentang kajian teori semiotika John Fiske. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian sejenis.
2. Pada iklan Zilingo Versi “Siapa Sih Lo Di Ramadhan Kali Ini” menampilkan bentuk audio visual, dimana iklan ini memiliki pesan yang baik dan positif kepada semua manusia dengan karakter yang berbeda-beda. Peneliti juga memberikan saran kepada perusahaan agar dapat memberikan iklan lebih menarik lagi dan pesan yang bermanfaat, walaupun iklan ini merupakan strateg pemasaran perusahaan untuk mempengaruhi masyarakat berkaitan dengan hal *fashion*. Lalu peneliti juga memberikan saran kepada pembaca untuk tidak melihat seorang berdasarkan penampilan luarnya saja, karna yang dinilai negatif tidak selamanya akan negatif. Tentu memiliki sisi positif dan memiliki kebaikan yang dilakukan dengan caranya sendiri.