BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

Jika dikaitkan dengan keseluruhan adegan dalam iklan ini, informasi atau pesan yang ingin disampaikan adalah bagaimana sogokan dalam instintusi pemerintahan merupakan sesuatu yang tengah melekat dan kerap terjadi, dimana korban sesungguhnya dari praktik tersebut adalah masyrakat awam atau masyarakat kecil.

Dalam iklan Djarum 76 versi sogokan, menghadirkan sosok mirip Gayus tambunan yang merupakan tersangka kasus mafia perpajakan, sosok tiruan tersebut melambangkan atau mewakili oknum-oknum di dalam tubuh perangkat pemerintahan. Selain itu, iklan ini juga ingin menunjukkan budaya kerja dalam institusi pemerintahan yang tekesan santai dan kurang produktif.

Masyarakat kecil, dalam hal ini juga digambarkan sebagai masyarakat yang tidak berdaya dengan adanya berbagai kecurangan-kecurangan yang terjadi oleh oknum yang bermain di dalam birokrasi, dalam iklan ini juga menunjukan bahwa masyarakat kecil tidak memiliki tempat, lembaga, atau pihak yang dapat menjamin hak-haknya sehingga masyarakat kecil digambarkan sebagai bagaian yang tidak memiliki banyak kesempatan ataupun peluang serta kemampuan karena tidak memiliki uang sebagai pelicin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam interpretasi yang tergambarkan dalam iklan tersebut juga menunjukan gambaran masyarakat yang menginginkan kondisi ideal dimana birokrasi berjalan dengan baik dan jujur namun idealisme tersebut harus dengan kondisi realita yang ada dimana segalanya akan berjalan jika memiliki uang sebagai pelicin.

Ungkapan dalam bahasa Jawa (wani piro) memiliki makna yang mendalam. Ungkapan tersebut mengandung satire dan kritik sosial, namun sekaligus mengandung tawa. Lucu, karena begitu diucapkan kita seolah menertawakan budaya korupsi yang menggurita di negeri ini. Kata-kata itu terasa menggelikan ketika setiap perintah atau permintaan bantuan selalu diiringi pamrih.

Dari analisis mengunakan semiotika C.S Pierce, iklan Djarum 76 terbukti bahwa memang ada makna yang lain saat melihat iklan tersebut, pembuat iklan meracik iklan kedalam bentuk parodi dengan menyematkan unsur humor untuk membungkus kesan pesimistik, sarkastik dan penggambaran langsung situasi dan pola kerja dari kebanyakan pegawai negri atau dalam hal ini perangkat yang bernaung di dinas-dinas pemerintah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang bisa diberikan dari hasil penelitian ini diantaranya adalah sebagai berilut:

1. Bagi PT Djarum

Iklan Djarum 76 versi "Wani Piro" merupakan iklan yang mengangkat permasalahan masyarakat sekarang ini. Dikemas dengan drama parodi membuat iklan ini menjadi lebih menarik. Dari hal inilah kadang khalayak tidak menyadari apa maksud atau tujuan dari iklan sehingga khalayak hanya merasakan senang atau tertawa saja namun kurang mengenal merek dari produk yang diiklankan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam yang berkenaan mengenai iklan Djarum 76 dalam perspektif teori post kolonial. Sehingga dapat diketahui secara lebih kritis tentang maksud dan tujuan pembuatan iklan ini. Semoga penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan penelitian yang lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id