

## BAB V

### PENUTUP

#### A. SIMPULAN

Simpulan penelitian berdasarkan pada hasil penelitian ini adalah,

1. Proses komodifikasi majalah dinding DetEksi Mading 2D & 3D *championship* 2K14 dipersiapkan sekitar 4-5 bulan sebelumnya. Waktu persiapan ini digunakan untuk memulai persiapan, pendaftaran, sosialisasi kompetisi, *technical meeting*, pengumpulan majalah dinding dari sekolah-sekolah, persiapan kebutuhan pameran, dan segala kebutuhan penjurian. Strategi sosialisasi kompetisi yang dilakukan melalui tiga hal, yaitu media halaman koran Jawa Pos, media *online (social media)*, dan *door to door* ke sekolah-sekolah target. Proses komodifikasi juga dilakukan melalui pemberitaan-pemberitaan kompetisi yang dimuat dalam koran Jawa Pos.

Tema besar *Surprise*, didapatkan dari hasil rapat panitia DetCon dan Produser DetEksi Convention, Azrul Ananda. Pameran DetCon dilaksanakan selama sepuluh hari di Pakuwon Mall. Dengan adanya kompetisi majalah dinding ini, diharapkan anak muda semakin gemar membaca, berwawasan luas dan kreatif (*out of the box*). Keberhasilan komodifikasi majalah dinding dalam DetCon tak lepas dari pengaruh nama besar surat kabar harian Jawa Pos.

Jawa Pos mendapatkan keuntungan yang tak hanya berupa materil atau iklan, tetapi juga sebagai kiat eksistensi Jawa Pos di era digital. Jawa Pos melakukan momen eksternalisasi kepada masyarakat, khususnya pelajar akan nilai majalah dinding sebagai wadah pengetahuan dan kreatifitas. Dengan demikian, DetCon berhasil melakukan penyesuaian diri (mengeksternalisasikan diri) ke dalam sebuah sosiokultural masyarakat, sehingga menciptakan sebuah realitas sosial masyarakat baru.

2. Bentuk komodifikasi majalah dinding pada DetEksi Convention yang dilakukan dilihat dari segi tampilan/desain dan konsep. Majalah dinding dibuat dari alas triplek atau gabus, dengan aneka pernik-pernik yang dibuat dari gabus, plastic, atau barang-barang bekas. Tidak hanya itu, tampilan majalah dinding juga menggunakan komponen listik untuk mesin dan lampu-lampu hisa. Sementara konsep majalah dinding yang dikomodifikasi adalah mengharuskan majalah dinding dapat berinteraksi dengan pengunjung, misalnya berupa *games* atau kejutan lainnya.

Panitia pemberitaan DetCon pun menulis berita keseruan majalah dinding beberapa sekolah untuk menarik minat pembaca agar berkunjung ke pameran DetCon. Perpaduan antara konten atau isi tulisan dalam majalah dinding, konsep pembuatan majalah dinding serta tampilan majalah dinding yang kreatif membuat juri memberi penilaian yang tinggi, kemudian meraih medali.

Bentuk komodifikasi majalah dinding yang dipopulerkan oleh panitia DetCon (Jawa Pos) ini menjadi inovasi kreatif akan nilai majalah dinding yang dulu Nampak biasa saja, menjadi lebih bernilai, bermanfaat dan menghibur. Dalam momen ini, DetCon berhasil mengobjektivikasi melalui penanda-penanda yang diadakan secara rutin sehingga masyarakat telah memahami kebiasaan kompetisi majalah dinding ini. DetCon berhasil mengkonstruksi makna mading kepada masyarakat, begitu pun masyarakat yang menyambut positif akan perubahan ini, sehingga terbentuk kerjasama sistem secara otomatis untuk saling beradaptasi dan memiliki seperangkat norma dan peraturan.

3. Kompetisi majalah dinding yang diadakan DetCon sejak tahun 2002 ini, mendapat antusias dari banyak kalangan, seperti pelajar dan perangkat akademisi. Berdasarkan pada hasil wawancara pada Bab III dapat kita lihat bahwa pelajar dan perangkat sekolah mendukung adanya ajang tahunan bergengsi ini. Mereka semua setuju bahwa DetCon adalah ajang bergengsi anak muda terbesar di Surabaya. Bahkan, mereka berharap agar event ini tidak hanya diikuti oleh peserta dari Kota Surabaya dan dilaksanakan di Kota Surabaya, tapi juga diikuti dan diadakan di Kota selain Surabaya di Jawa Timur.

Mereka menilai event tahunan DetCon ini memiliki nilai positif bagi pengembangan bakat dan kreativitas pelajar. Mereka beranggapan bahwa tidak ada teman-teman di sekolahnya yang tidak mengenal atau tidak

mengunjungi pameran DetCon ini. Di pameran ini, mereka bisa bertemu dengan kawan baru dan kawan lama, menikmati kompetisi-kompetisi sportif yang diadakan, juga bisa berbelanja di beberapa *stand*. Dengan keseruan yang mereka rasakan di pameran DetCon ini, maka mereka menanti-nanti pelaksanaan DetCon pada tahun selanjutnya. Selain itu, mereka menyukai akan inovasi dan kreatifitas yang dibuat oleh DetCon pada majalah dinding saat ini. Mereka merasa, tidak hanya mendapat pengetahuan dari beberapa tulisan yang disajikan oleh peserta, tetapi juga seni keindahan dan hiburan dari majalah dinding ini.

Dalam momen internalisasi yang dilakukan DetCon, dimulai dari mengambil alih makna yang telah dipahami masyarakat, sehingga panitia DetCon maupun peserta kompetisi dapat berinovasi pada majalah dinding dan mereproduksi ulang makna-makna secara kreatif. DetCon melakukan dua sosialisasi, yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder. Sosialisasi pertama dimulai dari sosialisasi sekunder, tanpa tatap muka langsung dengan pengunjung. Sosialisasi ini dilakukan lewat pemberitahuan dan pencitraan di koran Jawa Pos, Jawa Pos *online*, dan baliho-baliho lain. Kemudian sosialisasi primer terjadi di saat acara pameran berlangsung, yang banyak menanamkan pencitraan DetEksi Convention, juga Jawa Pos sebagai ajang bergengsi anak muda terbesar di Jawa Timur. Tak hanya itu, pada pameran DetCon ini, pengunjung bisa bertemu dengan kawan lama, juga mantan pacar. Tentu ini

juga, yang menarik seluruh pelajar Surabaya untuk menjadikan ajang kompetisi ini sekaligus tempat *nyangkruk* yang asyik.

## **B. REKOMENDASI**

1. Untuk Jawa Pos, khususnya panitia DetEksi Convention, kompetisi-kompetisi yang diadakan oleh DetCon memang mengasah kreativitas pesertanya. DetCon diharap mempertahankan konsep acara yang berjiwa muda seperti ini, penuh tantangan dan unik. Bila peserta DetCon tidak hanya berasal dari pelajar Surabaya, maka acara semakin meriah dan kompetitif. Dengan adanya kompetisi yang dikemas unik dan mendidik ini, maka tidak sulit mendapat simpati dari anak muda dan masyarakat. Semoga DetCon tetap mengusung kompetisi-kompetisi yang memiliki nilai mendidik moral dan kreatifitas anak bangsa, dengan menjunjung nilai sportifitas demi peningkatan kualitas pelajar bangsa.
2. Untuk pelajar SMP/SMA, kompetisi-kompetisi yang diadakan oleh DetCON semoga memiliki nilai kebermanfaatan. Pelajar diharapkan selektif dalam memilih mana kompetisi yang bersifat mendidik, baik secara intelektual, kreatifitas, juga moral. Dengan begitu, anak penerus bangsa ini akan selalu bergerak ke berbagai kegiatan yang memiliki nilai kebermanfaatan. Bukan sebaliknya, yang lebih memilih 'yang penting

senang-senang' bersama teman, bahkan pacar atau mantan pacar. Semoga pelajar, dapat berfikir dewasa dalam menilai sesuatu, apalagi saat ini, lingkungan metropolitan sarat dengan godaan duniawi. Jangan sampai pelajar-pelajar kita menyesal di belakang hari.

3. Untuk mahasiswa lain atau seluruh akademisi perguruan tinggi, dalam penelitian ini masih banyak kekurangan, baik secara isi maupun kepenulisan. Peneliti juga melihat komodifikasi dari kompetisi majalah dinding ini lewat sandaran teori konstruksi sosial media massa. Memang, peneliti menyertakan penjelasan hasil penelitian dengan teori lain, namun peneliti merasa kurang fokus pada teori lain tersebut. Sehingga alangkah baiknya, jika penelitian ini disempurnakan pula melalui kacamata teori ekonomi media atau *culture studies* secara lebih detail. Peneliti pun memusatkan fokus permasalahan pada kompetisi majalah dinding saja, padahal dalam DetCon tahunan, ada banyak kompetisi-kompetisi lain yang diadakan. Semoga dengan adanya penelitian ini, dapat memperluas pengetahuan tentang kritik budaya komunikasi, pengetahuan akan ekonomi media dan realitas sosial masyarakat.