

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian, kajian pustaka dan analisis data mengenai re-interpresentasi budaya Jawa dalam iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation*, maka dapat disimpulkan bahwa iklan ini sangat banyak menampilkan budaya Indonesia khususnya budaya Jawa. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce sangat membantu penulis untuk melihat re-interpresentasi budaya Jawa pada iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation*. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dibagi menjadi, yaitu : *representament*, *object*, dan *interpretant*. Berikut hasil penelitian yang penulis dapat:

1. Interpretasi tanda yang ditampilkan pada iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation* berdasarkan konsep yang diwakilinya (*representement*), penulis mengambil potongan gambar yang merepresentasikan budaya Jawa. Yang menunjukkan *sign* dalam penelitian ini adalah potongan gambar yang mere-interpretasikan budaya Jawa. *Scene* yang peneliti ambil dalam iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation* yaitu : *scene* gamelan Jawa, *scene* wayang kulit, *scene* reog ponorogo, *scene* batik Yogyakarta, serta *scene* dalang.
2. Interpretasi tanda ditampilkan pada iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation* berdasarkan sumber acuannya atau *object*.

Object dalam penelitian ini yaitu gamelan Jawa adalah kumpulan alat musik yang berasal dari Jawa biasanya mengiringi lagu-lagu berbahasa Jawa, wayang kulit adalah boneka tiruan orang yang terbuat dari pahatan kulit atau kayu dan sebagainya, yang dapat dimanfaatkan untuk memerankan tokoh pada pertunjukan drama tradisional (Bali, Jawa, Sunda, dsb), biasanya dimainkan oleh seseorang yang disebut dalang, reog ponorogo adalah tari topeng berbentuk kepala singa dengan mahkota terbuat dari bulu burung merak. Sosok warok dan gembak yang menjadi bagian dari kesenian Reog, batik Jawa adalah Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan, dalang adalah orang yang memainkan wayang.

3. Re-interpretasi makna tanda yang ditampilkan pada iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation* berdasarkan konsep mental penafsir atau *interpretant*, yaitu *Teknologi tidak menghancurkan budaya, tetapi justru sebaliknya bisa membuatnya lebih berkembang lebih jauh. Mari kita bersama-sama menjaga warisan seni dan budaya.*

4. Tugas seorang *Public Relations* adalah membentuk citra perusahaan, salah satu caranya yaitu bisa dengan membuat iklan mengenai produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Iklan yang bagus akan menarik perhatian publik sehingga membentuk citra perusahaannya. Publik

dapat menerima pesan dengan baik melalui tanda-tanda yang disampaikan pada iklan tersebut. Citra yang ingin ditimbulkan dalam iklan Intel Visibly Smart adalah perusahaan multinasional seperti Intel ingin mengangkat budaya Indonesia, khususnya budaya Jawa.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hihop Foundation* merupakan salah satu iklan jenis *emosional appeal* yaitu tidak mengiklankan produk secara langsung tapi membangkitkan emosi supaya orang tersentuh dan akhirnya konsumen merasa memiliki produk tersebut. Berikut adalah beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya, supaya dapat melakukan penelitian yang lebih terperinci dan menyeluruh, karena jarang sekali ditemukan penelitian sejenis yang membahas keseluruhan trikotomi secara terperinci.
2. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya, supaya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan antara tanggapan penonton dengan citra perusahaan Intel dalam iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation*.

5.2.2 Saran Praktis

1. Setelah melihat iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation*, diharapkan seorang *Public Relations* akan lebih memperhatikan durasi iklan yang akan ditampilkan di internet.
2. Setelah melihat iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hiphop Foundation*, diharapkan seorang *Public Relations* akan lebih banyak menampilkan produk dalam iklan tersebut.
3. Seharusnya penelitian ini lebih mengupas semiotika melalui pendekatan Charles Sanders Peirce dengan menggunakan seluruh trikotomi pertama, kedua serta ketiga.