

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat dilihat bagaimana representasi kebudayaan Jawa dalam Iklan Shopee “2.2 Men Sale” versi Didi Kempot dengan menggunakan metode analisis semiotik dengan kerangka analisis tiga level John Fiske yaitu level realitas berupa penampilan, kostum, *setting*, ekspresi, lingkungan, cara berbicara, perilaku serta dialog; level representasi berupa *angle camera*, musik, serta pencahayaan; dan level ideologi. Peneliti menarik kesimpulan bahwa kebudayaan Jawa yang direpresentasikan dalam iklan Shopee “2.2 Men Sale” versi Didi Kempot terlihat kuat melalui cara berpakaian orang Jawa dalam iklan, penggunaan bahasa Jawa dalam iklan, karakter dan perilaku orang Jawa dalam iklan, serta adat istiadat dan ritual orang Jawa dalam iklan.

Cara berpakaian para tokoh dalam iklan ini digunakan untuk merepresentasikan budaya Jawa kepada *audience*. Kebudayaan Jawa ditampilkan secara tersirat melalui pakaian adat yang dikenakan oleh Didi Kempot di semua adegan dalam iklan. Pakaian adat yang dikenakan oleh tokoh Didi Kempot dalam iklan ini merepresentasikan seni busana putra (*jawi jangkep*) yang diterapkan di lingkungan keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Selain itu, kebudayaan Jawa juga ditampilkan melalui pakaian batik motif modern yang dikenakan oleh tokoh pemuda laki-laki dalam iklan. Batik merupakan salah satu warisan budaya yang hingga saat ini semakin digemari oleh banyak orang.

Penggunaan bahasa Jawa *ngoko* dalam iklan ini juga mampu merepresentasikan kebudayaan Jawa yang dianut oleh masyarakat. Penggunaan bahasa Jawa *ngoko lugu* diperlihatkan melalui cara berbicara yang ditunjukkan melalui percakapan tokoh Didi Kempot dengan pasangan perempuannya dalam iklan. Padanan *ngoko lugu* dalam budaya Jawa pada umumnya digunakan dalam percakapan kepada orang yang cukup dikenal secara akrab, dan juga kepada orang yang memiliki usia lebih muda atau memiliki status sosial yang lebih rendah. Selain itu, peneliti melihat penggunaan bahasa Jawa ditampilkan melalui potongan lirik lagu campursari yang mengiringi setiap adegan dalam iklan. Aliran musik campursari merupakan gabungan musik keroncong dan aliran musik tradisional Jawa (*gamelan*), sehingga mewujudkan suatu aliran musik baru dan *arransement* musik yang lebih modern.

Selanjutnya, peneliti melihat karakter dan perilaku yang ditampilkan oleh para tokoh di setiap adegan dalam iklan ini mencerminkan karakter dan perilaku orang Jawa. Karakter orang Jawa dalam iklan ini ditampilkan melalui tokoh visual Didi Kempot sebagai sosok seorang yang *nrima*, *legowo*, dan *ikhlas* dalam menghadapi problematika di kehidupan sehari-hari. Selain itu, melalui karakter Didi Kempot dalam iklan ini membuktikan bagaimana orang Jawa mampu menerima secara terbuka dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Perilaku orang Jawa ditampilkan melalui kegiatan siskamling, sebagai salah satu bentuk upaya gotong royong yang dilakukan oleh pemuda laki-laki dalam iklan. Hal ini membuktikan bahwa perilaku orang Jawa dalam iklan ini menjunjung tinggi amanat *memayu hayuning bawana* yang artinya memelihara kesejahteraan dunia secara bersama-sama.

Adat istiadat dan ritual orang Jawa ditampilkan melalui penggambaran suasana yang dibangun dalam setiap adegan yang ada dalam iklan, beberapa diantaranya adalah bangunan arsitektur rumah tradisional, bangunan pos ronda, dan pernikahan adat Jawa. Selain itu, tradisi ritual orang Jawa dalam iklan ini diperlihatkan secara jelas melalui simbol-simbol hiasan dekorasi dan ornamen pernikahan adat Jawa, beberapa diantaranya adalah tradisi *tarub*, kembar mayang, dan ukiran *gebyok*. Hal ini membuktikan bagaimana orang Jawa dalam iklan ini masih melestarikan nilai-nilai budaya yang telah diwariskan oleh nenek moyang.

Pada iklan ini, peneliti menginterpretasi bahwa pihak Shopee ingin memberikan suguhan tayangan iklan yang memiliki unsur budaya Jawa tradisional namun dikemas secara lebih modern. Hal ini terlihat jelas melalui modifikasi budaya tradisional yang dihadirkan dalam iklan seperti lagu campursari, penggunaan *smartphone*, pemilihan warna kostum dan masih banyak lainnya. Dengan kehadiran iklan yang menampilkan unsur budaya Jawa tradisional yang dikemas secara modern ini, mampu menarik perhatian para *audience* khususnya generasi muda yang menjadi target utama Shopee dalam beriklan. Peneliti juga melihat bahwa Shopee tidak hanya fokus pada promosi produk atau jasa, melainkan ingin memberikan edukasi serta wawasan budaya Jawa kepada generasi muda melalui kehadiran tokoh Didi Kempot dalam iklan ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Interpretasi makna yang dilakukan peneliti bukanlah satu-satunya yang dijadikan untuk menilai suatu representasi kebudayaan Jawa pada iklan. Diharapkan adanya penelitian lain mengenai representasi kebudayaan Jawa pada iklan sebagai pembanding.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan analisis yang lebih mendalam pada pemaknaan simbol budaya Jawa, tidak hanya secara general saja, dan jika penelitian selanjutnya mengenai iklan yang berada di Indonesia diharapkan menambahkan realitas kebudayaan Jawa yang ada di Indonesia secara detail dan jelas.
3. Peneliti menyarankan untuk menambah informasi mengenai produk dengan cara melakukan wawancara kepada pihak pengiklan (agensi iklan atau perusahaan produk) yang membuat iklan dan pemasaran produk sehingga dapat menggali tanda-tanda serta representasi dalam iklan lebih dalam.