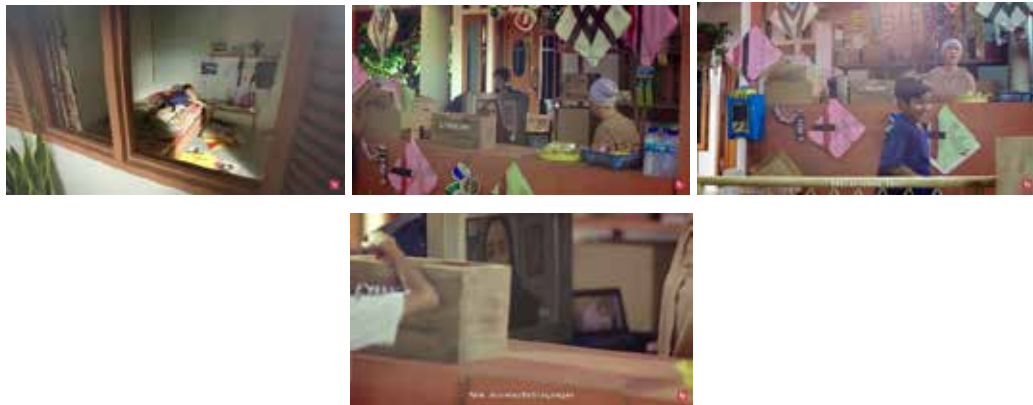


BAB V

MATERI DAN TEMUAN DATA

Iklan Bukalapak versi “Berkawan dengan Zaman” memiliki tanda-tanda kuat terhadap kehidupan masyarakat pedesaan modern. Dalam bab ini akan dipaparkan berbagai bahan dan data yang menjadi objek penelitian. Materi tersebut disusun berdasarkan susunan latar sehingga memudahkan proses identifikasi. Pengamatan dilakukan melalui proses denotasi, konotasi dan mitos melalui teori Roland Barthes. Dalam melakukan analisa, peneliti membagi video iklan tersebut kedalam beberapa *setting* berdasarkan latar, diantaranya:

- *Setting 1*



Gambar 5. 1 *Setting 1*

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

- *Setting 2*



Gambar 5. 2 *Setting 2*

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

- *Setting 3*



Gambar 5.3 Setting 3
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

- *Setting 4*





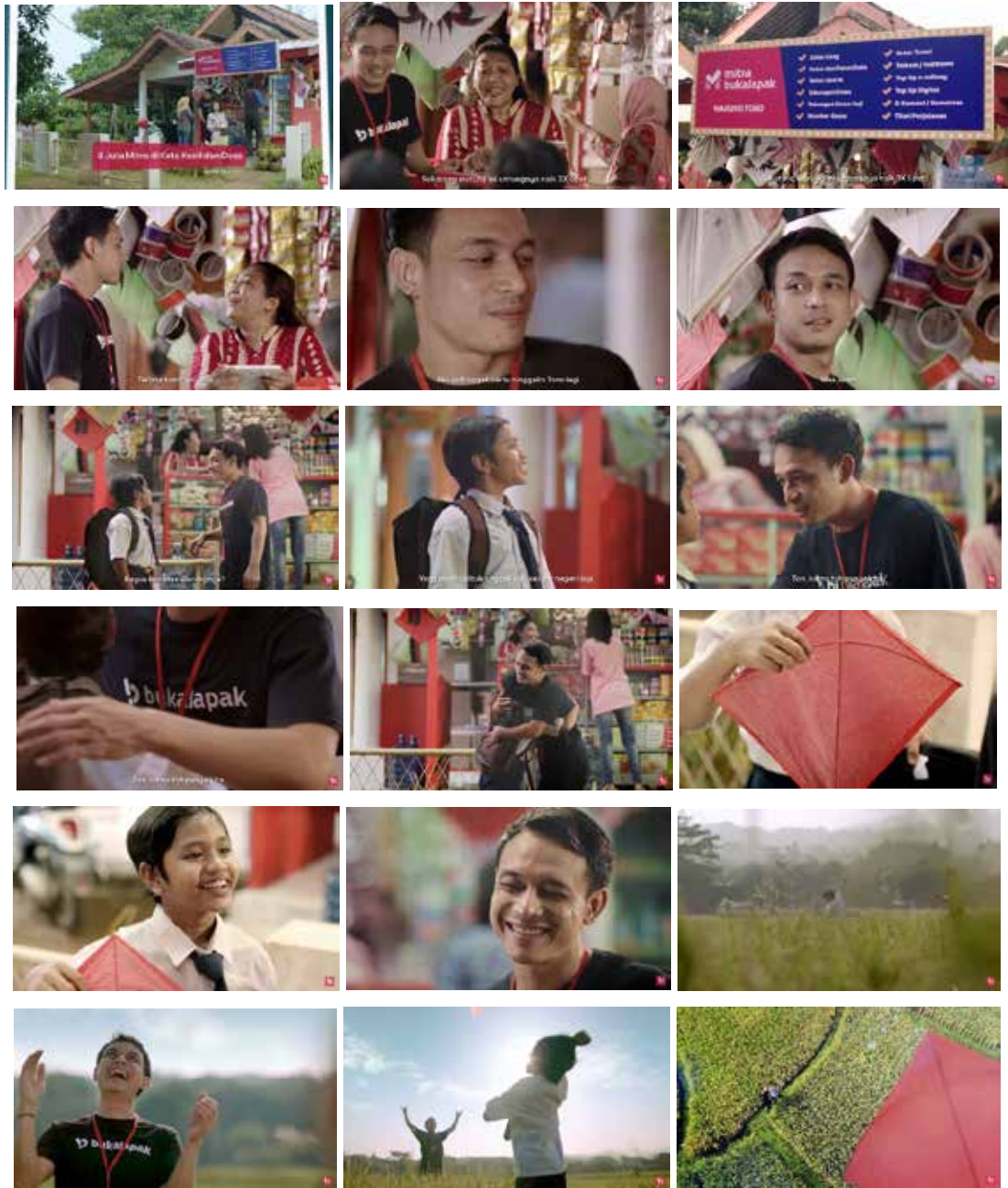
Gambar 5. 4 Setting 4
 (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

- *Setting 5*



Gambar 5. 5 Setting 5
 (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

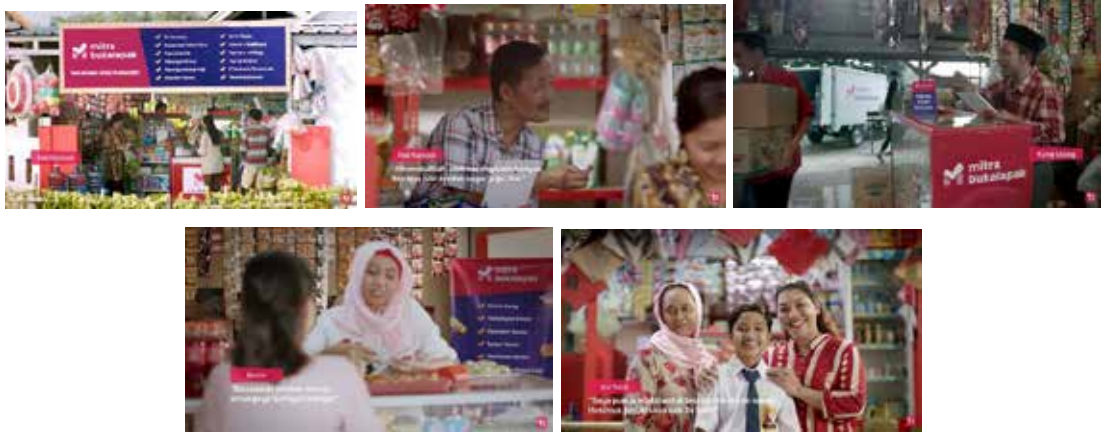
- *Setting 6*



Gambar 5. 6 Setting 6

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

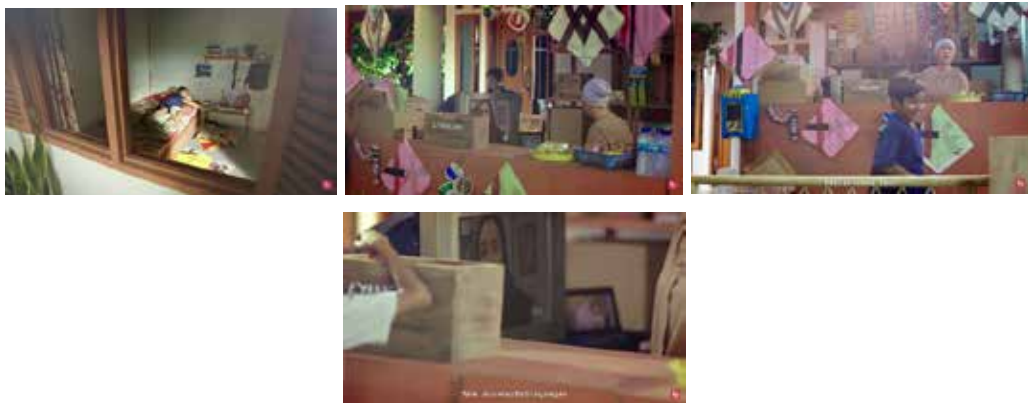
- *Setting 7*



Gambar 5. 7 Setting 7

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Setting 1



Gambar 5. 8 Setting 1

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Kajian denotasi

Scene ini dibuka dengan tampilan sebuah ruangan pada pagi hari yang diambil dari luar dengan sudut *high angle*. Dalam ruangan tersebut terlihat seorang anak laki-laki yang bangun dari tidurnya serta mematikan alarm. Digambarkan pula sebuah dipan rendah, meja kayu, rak dinding serta layang-layang yang berserakan. Dibawah rak dinding terlihat sebuah pakaian kemeja dengan dasi serta tas ransel disampingnya.

Scene kemudian berpindah untuk menampilkan sebuah bangunan pada pagi hari yang diambil dengan sudut *eye level*. Sambil menonton siaran televisi, seorang wanita paruh baya tampak menjaga bangunan tersebut. Disekitarnya terdapat berbagai barang, seperti makanan ringan, minuman dan layang-layang. Seorang anak laki-laki kemudian berlari melintasi bangunan tersebut dan sang wanita berkata “*arep nang ndi Ton?*” (mau kemana Ton?) yang

ditangkap dengan sudut *low angle*. Namun ucapannya tidak digubris dan anak tersebut bergegas berlari meninggalkannya. Adegan kemudian menunjukkan secara *close up* seorang anak yang meletakkan sesuatu ke dalam kotak kayu bertuliskan ‘layangan’. Dibelakangnya terdapat tayangan televisi yang identik dengan sinetron.

Kajian konotasi

Pengambilan gambar dengan teknik *high angle* diawal *scene* menggambarkan pengenalan terhadap seorang tokoh serta kehidupan kesehariannya. Digambarkan pula beberapa layangan yang berserakan seolah-olah menggambarkan bahwa ia membuat layangan tersebut hingga larut malam dan kelelahan sehingga tidak sanggup untuk membereskan barang-barangnya. Anak tersebut kemudian terlihat bangun dari tidurnya serta mematikan alarm yang menandakan bahwa adegan terjadi di pagi hari.

Adegan selanjutnya diambil dengan sudut *eye level* untuk memberikan kesan natural sehingga audiens dibuat untuk turut merasakannya sebagai realita. Kemudian terlihat wanita paruh baya yang bekerja pada pagi hari. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat desa, walau sudah berusia, memiliki etos kerja yang tinggi. Selain itu, dia juga tampak menjaganya sendirian, yang membuktikan bahwa masyarakat desa memiliki banyak kemampuan sehingga dapat bekerja secara mandiri. Selama bekerja, ia terlihat menonton televisi yang menggambarkan bahwa teknologi informasi sudah memasuki wilayah pedesaan. Kualitas tayangan yang jernih menunjukkan kestabilan sinyal.

Pada *shot* selanjutnya digambarkan secara *low angle* dimana seorang anak berlari melintasi bangunan yang diasosiasikan sebagai warung. Sang pemilik warung yang merupakan neneknya tampak bertanya kepada sang cucu namun tidak digubris. Ia bahkan pergi tanpa berpamitan. Hal ini menggambarkan bahwa tata krama serta sopan santun pada kaum milenial terhadap orang tua mulai luntur.

Kajian kode

Adegan ini meminjam pembagian kode Roland Barthes yang mengandung kode semantic dan hermeneutik. *Scene* diawali dengan gambar *log angle* suasana kamar seorang anak yang memberikan konotasi rasa menyedihkan karena ia harus bekerja keras walau masih berusia belasan. Secara semantik, *low angle* menjadi kode penyimpul tentang seorang anak

dengan kehidupan sulit sehingga seolah-olah ia dituntut untuk hidup mandiri dan bekerja keras untuk kebutuhannya.

Kemudian adegan berpindah menunjukkan gambaran warung diambil dengan teknik *eye level* yang memberi konotasi gambaran secara natural terhadap sesuatu, sehingga audiens seolah-olah melihat sebuah kenyataan. Kemudian kamera mengambil gambar dengan teknik *low angle*. Secara semantik, teknik *eye level* menjadi kode pengenalan terhadap kesederhanaan warung, sedangkan *low angle* ditujukan untuk menggambarkan sisi etos kerja masyarakat desa yang disimbolkan dengan wanita penjaga warung.

Shot ketika anak berlari pergi memberikan konotasi bahwa pengiklan ingin membuat penonton penasaran kemana ia akan pergi. Bahkan sebelumnya juga tidak digambarkan petunjuk tujuan kepergiannya, dan ketika ia melintasi warung, ia tidak menjawab pertanyaan neneknya. Dalam sistem kode Barthes, penggambaran ini termasuk kode hermeneutik karena membuat audiens penasaran dengan apa yang terjadi selanjutnya (Adityawan, 2008:22).

Kajian mitos

Dalam adegan ini terlihat sejumlah layangan, baik yang berserakan di kamar anak maupun yang dipajang di warung. Dalam iklan ini, layangan tidak hanya menggambarkan permainan tradisional melainkan bentuk kreatifitas dan perjuangan masyarakat desa untuk untuk mendapat penghasilan. Selain itu, sang anak yang digambarkan membuat layangan sendiri dan menjualnya menggambarkan bahwa anak-anak dalam desa turut dilibatkan dalam masalah perekonomian keluarga sehingga mereka seolah-olah memiliki ‘kewajiban’ untuk bekerja demi uang sakunya.

Perubahan tata krama antar generasi menjadi mitos berikutnya. Ketika sang nenek bertanya, cucunya justru tidak menghiraukannya dan bahkan ia berlari pergi. Tidak hanya sebagai media hiburan, kemajuan teknologi rupanya turut mengubah budaya dalam masyarakat pedesaan. Mereka menjadi tidak memiliki sopan santun dan menganggap orang tua sebagai teman.

Setting 2



Gambar 5. 9 *Setting 2*

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Kajian denotasi

Middle Close Up wajah seorang pria tua tampak pada *shot* awal. Pria tersebut berbincang-bincang dengan seorang pemuda dengan mengatakan “*arep nambah stok barang, tapi mahal, susah Mas.*” (mau menambah stok barang, tapi mahal, susah Mas) yang ditangkap dengan teknik *over shoulder*. Kemudian kamera berpindah untuk menunjukkan keseluruhan tubuh mereka dan lingkungan disekitarnya dengan sudut *long shot*. Dibelakangnya tampak sebuah bangunan yang penuh dengan barang yang disusun rapi.

Shot kemudian berpindah ke tempat lain yang memperlihatkan *long shot* dua orang pria yang memindahkan barang. Kemudian kamera berpindah untuk menangkap ekspresi pria dari depan secara *medium shot*. “*yah, beginilah Kang. Capek ngangkat-ngangkat tiap hari. Mana tempatnya nggak muat, pengen nambah modal juga, Kang*” ujar pria tersebut sambil mengangkat galon air.

Shot selanjutnya diambil dengan teknik *eye level* dan *medium long shot* untuk menggambarkan tokoh serta lingkungan disekitarnya. Terlihat dua orang wanita tampak duduk di bangku kayu panjang didepan sebuah bangunan. Dibelakangnya terdapat sebuah lemari kaca yang berisi bahan-bahan makanan. Mereka kemudian melihat sekeliling bangunan dan kamera berpindah untuk mengambil ekspresi salah satu wanita dengan teknik *over shoulder*. Wanita tersebut berkata “*Liat deh mpok. Kayaknye warung aye kurang berkembang, Mpok. Aye tuh pengennya dapet penghasilan tambahan, Mpok.*” (Lihat deh, Mpok. Kayaknya warung aku kurang berkembang, Mpok. Aku tuh pengennya dapat penghasilan tambahan, Mpok).

Kajian konotasi

Walaupun *scene* ini merupakan gabungan dari beberapa *setting*, namun secara keseluruhan mereka melakukan adegan yang sama. Pemuda dan pemudi dengan kaos hitam bergambar logo perusahaan modern, yaitu Bukalapak tampak berbincang-bincang dengan warga sekitar. Pemuda tersebut tidak hanya sebagai tim Bukalapak, namun juga merepresentasikan masyarakat kota yang memiliki sifat energik, ramah, peduli dan modern yang digambarkan melalui adegan berbincang-bincang dengan masyarakat desa.

Dalam adegan, ketiga masyarakat desa tampak mengeluhkan seputar usahanya kepada masyarakat kota. Tidak hanya mendengarkan, dalam *shot* ketiga bahkan terlihat pemuda tersebut membantu pemilik warung untuk mengangkat sejumlah barang. Hal ini menggambarkan wujud nyata masyarakat desa dalam membantu masyarakat desa.

Kajian mitos

Pada *scene* ini terlihat beberapa adegan yang sama, dimana masyarakat kota hadir untuk melakukan observasi lapangan. Mereka bahkan melakukan pendekatan secara personal terhadap masyarakat sehingga informasi lebih mudah didapat. Selain itu, dalam *scene* ini juga dapat terlihat dari bagaimana masyarakat desa beranggapan bahwa perekonomian kota merupakan ukuran kesuksesan sehingga mereka memiliki ketergantungan terhadap masyarakat kota.

Mitos lain dapat terlihat pada modernisasi dibidang mata pencaharian. Masyarakat desa identik dengan pekerjaan yang berkaitan dengan alam, seperti pertanian, peternakan, perkebunan, dan perikanan. Namun pada adegan ini, realitanya mereka bekerja sebagai pedagang. Bahkan produk yang dijual adalah barang-barang hasil pabrik, bukan hasil alam. Fenomena ini menggambarkan bahwa baik budaya, maupun produk perkotaan sudah memasuki wilayah desa.

Kajian kode

Kode pertama dalam *scene* ini adalah semantik, dimana warna yang dihasilkan cenderung lebih kusam dengan sentuhan warna hijau dan cokelat yang identik dengan unsur

bumi. Hal ini merupakan warna yang biasanya digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang usang atau bersifat tradisional. Sehingga dapat dikatakan bahwa *scene* ini merupakan gambaran kehidupan masyarakat pedesaan dimasa lalu serta makna ketenangan dalam kehidupan pedesaan. Selain itu, keenam *shot* diambil dengan perbincangan antara dua orang yang menggambarkan hubungan kekeluargaan yang baik dalam masyarakat desa.

Dalam ketiga adegan terlihat dua orang yang kemudian berfokus pada salah satunya, yaitu pemilik warung. Dalam kode simbolik, teknik pengambilan gambar ini fokus untuk memperkenalkan tokoh yang lebih penting, yaitu masyarakat desa. Hal ini memberikan makna bahwa masyarakat desa memiliki kekuasaan terbesar, utamanya dalam kesuksesan pembangunan desa. Pada adegan ini juga terlihat dimana masyarakat desa mengeluhkan sesuatu kepada masyarakat kota, yang menggambarkan bahwa masyarakat kota memiliki sifat kepedulian dengan mendengar keluhan tersebut.

Setting 3



Gambar 5. 10 Setting 3

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Pengambilan gambar dari sudut *bird eye* yang memunculkan hamparan sawah dan seseorang yang berlari ditengahnya. Kemudian, secara *medium long shot* tampak seorang anak laki-laki yang berlari serta seorang bapak dengan kain di pundaknya dan sesuatu yang dipegangnya. Lelaki tersebut terlihat menepi dan menghadap kearah sawah sambil menanyakan

sesuatu kepada sang anak, namun hanya dibalas singkat sambil berlari. Sepanjang perjalanan, sang anak berteriak “*Ibuku pulang! Ibuku pulang! Ibuku pulang!*” dan kemudian berpindah ke tempat lainnya.

Tampak seorang ibu yang sibuk mengeluarkan koper dari mobil yang diambil dengan teknik *very long shot*. Kamera kemudian berpindah dengan sudut *medium shot* untuk mengambil adegan ekspresi ibu yang bahagia setelah sang anak memanggil dirinya. Mereka kemudian saling berpelukan yang ditangkap dengan sudut *low angle*. Setelah melepas pelukan, tampak cahaya matahari ditegah keduanya sehingga mereka terlihat gelap (*backlight*). Mereka kemudian berjalan menuju rumah yang diambil dengan sudut *very long shot*.

Kajian konotasi

Dalam perjalanan, tampak seorang pria dengan sesuatu yang ia pegang serta menghadap ke sawah yang diasosiasikan sebagai seorang petani. Dalam *scene* ini, pria tersebut menanyakan sesuatu kepada sang anak namun hanya dijawab secara singkat sambil berlari. Tidak hanya sekali, bahkan ia melakukan hal yang sama hingga dua kali kepada orang yang berbeda. Sama dengan *setting* pertama, adegan ini memperkuat alasan bahwa tata krama pada kaum milenial sudah mulai pudar. Mereka menjadi tidak memiliki kepekaan serta rasa hormat terhadap orang yang lebih tua.

Suasana kebahagiaan terlihat pada *scene* ini. Tidak hanya teriakan seputar perjalanan sang anak, namun juga terlihat pada ekspresi ibu yang ditangkap secara *medium shot* untuk memperkenalkan sekaligus memberi kesan seolah-olah ia adalah orang yang paling bahagia disitu. Bahkan kebahagiaan ini kembali dipertegas dengan adegan ketika mereka berpelukan hingga cahaya diantara mereka saat melepas pelukan. Cahaya matahari disimbolkan sebagai kehangatan serta kebahagiaan.

Kemudian, simbol modern dapat terlihat ketika sang ibu mengeluarkan koper dari mobil. Selain sebagai sebuah media penyimpanan, koper juga dapat mengartikan bahwa sang ibu telah melakukan perjalanan yang lama dan jauh sehingga banyak barang yang harus ia bawa. Namun koper merupakan benda yang identik dengan kehidupan masyarakat perkotaan, sebab masyarakat desa ketika pulang kampung identik dengan tas jinjing serta kardus.



Gambar 5. 11 Contoh mudik masyarakat desa
(sumber: <https://www.antaranews.com/berita/1470453/menhub-mulai-7-mei-seluruh-moda-transportasi-dibuka-kembali>)

Tidak hanya koper, simbol modern juga terlihat ketika sang ibu keluar dari mobil yang identik dengan mobil travel. Kendaraan ini umumnya membutuhkan biaya yang lebih tinggi dari kendaraan lain karena dapat melakukan permintaan titik jemput dan antar. Hal ini menggambarkan bahwa sang ibu memiliki kemampuan finansial yang lebih baik dari masyarakat desa pada umumnya. Selain itu, fenomena ini juga memperkuat pernyataan bahwa bekerja diluar desa mampu meningkatkan perekonomian.

Kajian kode

Adegan ini memuat kode-kode hermeneutik, semantik, simbolik, dan kultural. Kode hermeneutik terlihat dalam shot ketika sang anak berlari melintasi jalan yang panjang ditengah persawahan. Audiens dibuat penasaran mengenai tujuan kepergian sang anak, terlebih ia berlari jauh dari rumahnya. Namun pada shot selanjutnya hal ini terjawab bahwa sang anak pergi untuk menjemput ibunya. Dalam dialog dengan kedua bapak, terlihat pula simbol budaya jawa dalam penggunaan sapaan “*pakde*”, singkatan dari “*bapak gede*” yang berarti saudara tua dari orang tua kita. Selain digunakan sebagai sapaan untuk keluarga, “*pakde*” juga dapat digunakan untuk memanggil kerabat atau sosok lebih tua yang dikenal (Budiman, 2018:170).

Penggunaan kata sapaan tersebut menggambarkan kode semantik terhadap konsep keakraban dan kerukunan antar masyarakat pedesaan. Pertama, dalam dialog yang disampaikan bapak tua “*itu Tono mas, anaknya pinter, rajin jualan layangan di warungnya. Udah gitu...sayang banget sama ibunya.*” serta anak yang memanggil “*pakde*” kepada dua pria yang ia temui menggambarkan bahwa mereka saling mengenal walau tinggal berjauhan.

Budaya tegur sapa pun terlihat ketika dua pria tersebut bertanya tujuan sang anak berlari yang termasuk kode kultural. Namun tegur sapa selalu diawali dengan orang yang lebih tua. Hal ini mendukung penemuan sebelumnya bahwa budaya sopan santun pada kaum milenial mulai terkikis. Mereka seolah-olah ‘sombong’ dengan bersikap acuh tak acuh terhadap orang lain.

Setting 4





Gambar 5. 12 Setting 4

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Kajian denotasi

Tampak sebuah bangunan yang terbuka dan terlihat berbagai barang didalamnya pada malam hari. Bangunan tersebut tampak tak dijaga siapapun dan berisi berbagai barang. Kamera kemudian berpindah, menunjukkan tampak dalam sebuah bangunan. Didalamnya terdapat berbagai perabot rumah tangga yang berbahan dasar kayu, seperti sofa, meja, lemari dan lampu kap. Terlihat pula seorang wanita tua, seorang wanita, dan seorang anak laki-laki yang berbincang-bincang sambil duduk di sofa.

Ibu tersebut kemudian memberikan sebuah amplop putih kepada wanita tua dan berkata *“ibu Cuma dikasih libur seminggu, le. Ini ada sedikit, cukup untuk nenek dan kamu.”* (Ibu Cuma dikasih libur seminggu, Nak. Inia da sedikit cukup untuk nenek dan kamu). Sang anak kemudian mengernyitkan dahi dan berlari ke ruang lain yang disekat oleh sebuah kain bermotif bunga. Ia kemudian kembali dengan membawa sebuah kotak kayu bertuliskan *“layangan”* dan diberikan kepada wanita sambil berkata *“Bu, iki hasil dodolan layanganku, Bu. Supaya ibu ra keluar negeri.”* (Bu, ini hasil jualan layanganku, Bu. Supaya ibu nggak ke luar negeri). Wanita tersebut kemudian menerima dan meletakkannya diatas meja. Mereka kemudian berpelukan dan sang ibu berkata *“ibu harus pergi, le. Ibu harus cari duit buat kamu.”* (Ibu harus pergi, Nak. Ibu harus cari duit buat kamu). Anak tersebut kemudian melepaskan pelukan dan berlari masuk

ke ruangan sebelumnya. Tiba-tiba terdengar suara sesuatu yang pecah dan anak tersebut kembali membawa sejumlah uang dikedua tangannya namun ibunya mendorong tangan anak tersebut.

Kamera kemudian berpindah ke ruangan lain dengan sudut *low angle*. Fokus awal tampak sesuatu yang pecah diatas lantai kemudian fokus berpindah ke ibu dan anak. Sang ibu tampak menggelengkan kepala sambil mendorong tangan anaknya. Kamera kemudian berpindah dengan teknik *close up* untuk menunjukkan ekspresi mereka dan kembali ke *low angle* untuk menangkap adegan sang anak yang meletakkan uang tersebut diatas sofa kemudian berlari keluar.

Selanjutnya tampak dari sisi luar bangunan tersebut dimana sang anak duduk diatas sebuah kursi kayu sambil memeluk kedua tangannya serta ibu yang duduk di sandaran tangan. Sang anak duduk menyerong sehingga membelakangi ibunya. Sang ibu terlihat memeluk anaknya dengan sebelah tangan dan anak tersebut berkata “*knopo toh ibu ndak jualan disini aja?*” (Kenapa sih ibu nggak jualan disini aja?). Ibu tersebut kemudian menjawab dengan ekspresi nyaris menangis “*warungnya ndak cukup buat kita, lek. Jaman wes bedo. Ibumu iki kan cuma TKI. Ibu cuma bisanya nyapu, ngepel..*” (Warungnya nggak cukup buat kita, Nak. Jaman sudah berubah. Ibumu ini kan cuma TKI. Ibu cuma bisanya nyapu, ngepel...). Belum selesai berbicara, anak tersebut menyela dengan mengatakan “*tapi kan ibu punya aku.*”. Sang ibu kemudian memeluk anaknya sambil menangis. Tanpa mereka sadari, selama berbincang-bincang, ada seorang pemuda dengan jaket merah mengendarai motor. Ia memarkirkan motornya didepan bangunan tersebut dan mengamati adegan ibu dan anak.

Kajian konotasi

Dalam *setting* ini terlihat sebuah keluarga yang terdiri dari nenek, ibu, dan anak. Tidak seperti struktur keluarga pada umumnya, dalam iklan tidak diperlihatkan sosok ayah. Beberapa kemungkinan yang dapat terjadi antara lain faktor perceraian atau meninggal dunia. Hal inilah yang kemudian membuat sang ibu dan nenek bekerja untuk menafkahi keluarganya. Tidak hanya sebagai ibu rumah tangga, namun peran wanita dalam iklan ini digambarkan memiliki peran ganda, yaitu ibu rumah tangga sekaligus sektor publik untuk membantu perekonomian keluarga (Salaa, 2015:2).

Menjadi seorang Tenaga Kerja Indonesia (TKI) merupakan contoh dari sektor publik pada wanita. Hal ini dilakukan karena ia merasa hanya memiliki sedikit kemampuan

sehingga pekerjaan kasar merupakan hal yang dapat dilakukan. Selain itu, pendidikan yang rendah membuatnya tidak dapat melamar pekerjaan lain karena tidak sesuai kriteria. Menjadi seorang TKI tentu tidak mudah. Selain meninggalkan keluarganya, terdapat ancaman lain seperti penipuan atau kekerasan yang kerap kali terlihat pada siaran berita. Namun dalam iklan ini, ibu tersebut tetap melakukannya demi menopang perekonomian keluarga. Hal ini terlihat dari kalimat yang dilontarkan oleh ibu: “*Jaman sudah berubah. Ibumu kan cuma TKI. Ibu cuma bisanya nyapu, ngepel....*”.

Dalam adegan ini terlihat dimana setiap anggota keluarga berkumpul dan berdiskusi. Hal ini tentu jarang ditemukan dalam masyarakat perkotaan. Bahkan sang ibu dan anak digambarkan masih memiliki kedekatan walau jarang bertemu. Hal ini membuktikan bahwa ketidakhadiran sosok ibu dalam kesehariannya tidak mengubah afeksi diantara mereka.

Kajian Kode

Kode semantik dapat terlihat dalam adegan ketika celengan pecah. Dalam adegan tersebut terlihat bahwa kamera mengambil gambar dengan posisi *low angle* dengan *blur* yang berpindah dari celengan ke manusia. Celengan yang dulunya dianggap sebagai sesuatu yang berharga sebagai penyimpanan uang secara tradisional, setelah pecah menjadi tidak berharga lagi yang digambarkan dengan perpindahan fokus.

Selain itu, kode semantik juga dapat terlihat dari adegan dimana pemuda mengunjungi warung tersebut di malam hari. Bukan sekadar kunjungan, namun hal ini bermakna bahwa sang pemuda melakukan observasi lapangan untuk mengamati usaha masyarakat desa serta bagaimana keadaan kehidupan mereka. Ini juga menyimbolkan bahwa masyarakat perkotaan tidak hanya sekadar bekerja, namun ia memiliki kepedulian dan etos kerja yang tinggi. Ia bahkan bekerja melewati jam kerja seharusnya demi mendapat informasi lebih dalam seputar masyarakat desa.

Sisi tradisional lainnya terlihat dalam percakapan dimana ibu memanggil anaknya dengan sebutan “*le*” yang berarti anak laki-laki dalam budaya Jawa. Budaya kultural lainnya dapat terlihat melalui kepercayaan masyarakat desa bahwa bekerja diluar desa dapat meningkatkan perekonomian. Namun karena memiliki sedikit keahlian, pekerjaan yang dapat dilakukan hanya seperti menjadi TKI. Padahal mereka juga memiliki usaha warung yang seharusnya dapat lebih berkembang dan menghasilkan pendapatan yang lebih baik.

Kajian mitos

Dalam masyarakat pedesaan, rumah tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal melainkan juga sebagai simbol kondisi perekonomian serta kelas sosial dalam masyarakat. Hal ini digambarkan melalui rumah keluarga TKI yang tidak menggambarkan kemiskinan. Namun dalam *setting* ini seolah-olah keluarga tersebut miskin sehingga harus bekerja menjadi pembantu di negeri orang. Hal ini menggambarkan bahwa sebenarnya ketika mereka memiliki penghasilan lebih, mereka cenderung menggunakannya untuk sesuatu yang dapat meningkatkan kelas sosialnya sehingga dapat dipandang oleh masyarakat lain.

Selain itu, mitos lain dalam *setting* ini adalah anggapan bahwa bekerja diluar desa, apalagi hingga ke luar negeri dapat meningkatkan penghasilan serta meningkatkan kualitas hidup. Padahal kenyataanya tidak demikian. Menjadi seorang TKI tentu dihadapkan dengan sejumlah ancaman seperti penipuan, penganiayaan, dan lainnya. Namun karena kurangnya wawasan terhadap suasana diluar pedesaan dan rendahnya tingkat pendidikan, mereka cenderung pasrah demi mendapat penghasilan lebih banyak.

Setting 5



Gambar 5. 13 Setting 5

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Kajian denotasi

Setting ini terjadi di beberapa lokasi yang berbeda. Pertama tampak seorang pemuda yang duduk didepan sebuah bangunan. Pemuda tersebut menunjukkan gawainya kepada pria tua. Kemudian kamera berpindah menunjukkan isi layar gawai tersebut dimana dapat terlihat tampilan sebuah aplikasi *e-commerce* dan iklan *pop up*. Dalam iklan terlihat teks “belanja bareng” dan “jual produk segar”. Kamera kemudian berpindah ke tempat lain.

Dalam adegan kedua dapat terlihat seorang pria dan seorang pemuda yang duduk didepan sebuah bangunan. Dibelakangnya tampak sesuatu yang tergantung. Pemuda tersebut menunjukkan gawainya kepada sang pria dan ia menganggukkan kepala sambil tersenyum. Pada adegan ini terlihat juga iklan sembulan yang bertuliskan “pengiriman 1x24 jam & jadi agen pengiriman”.

Setting ini kemudian berpindah ke tempat lain dimana terlihat sebuah bangunan yang terbuka. Didalamnya terlihat beberapa piring makanan yang diletakkan didalam sebuah lemari

kaca. Selain itu terlihat pula dua orang wanita yang duduk didepannya. Salah satu wanita menunjukkan gawainya dan wanita lain tersenyum sambil menganggukkan kepala. Kamera kemudian berpindah untuk menunjukkan tampilan layar gawai. Terlihat aplikasi sebuah perusahaan *e-commerce* serta iklan sembulan yang bertuliskan “jual produk virtual” dan “pendapatan tambahan hingga 100%”.

Hal ini terjadi juga pada adegan lain dimana terlihat seorang pemuda dan wanita yang duduk didepan pintu sebuah bangunan. Wanita tersebut memegang sebuah gawai, sedangkan pemuda tampak menunjukkan sesuatu. Kamera kemudian berpindah untuk menunjukkan layar gawai tersebut dan terlihat tampilan sebuah aplikasi serta iklan sembulan yang bertuliskan “Bayar Tempo” dan “modal tambahan untuk warung”. Kemudian keduanya ditangkap dengan teknik close up untuk memperlihatkan ekspresi bahagia keduanya.

Kamera kemudian berpindah lokasi untuk mengambil gambar sebuah motor dengan kotak berwarna magenta yang melintas menyusuri sawah. Pada kotak tersebut terlihat logo sebuah perusahaan. Disisi lain, terlihat pula sebuah mobil dengan logo perusahaan disampingnya yang sama-sama menyusuri sawah. Selama perjalanan tidak tampak hal lain kecuali kendaraan tersebut.

Kajian konotasi

Dalam *setting* ini terlihat beberapa orang pemuda yang mengajarkan teknologi perdagangan digital (*e-commerce*) pada sejumlah masyarakat desa melalui gawai. Selama belajar, masyarakat desa tampak menunjukkan ekspresi bahagia yang menggambarkan semangat serta antusias mereka dalam mempelajari teknologi tersebut. Kehadiran masyarakat kota juga turut memberikan makna bahwa adanya ketergantungan masyarakat desa untuk meningkatkan perekonomian. Mereka cenderung harus diajari terlebih dahulu sehingga memiliki motivasi serta inovasi dalam menjalankan usahanya.

Kajian kode

Dalam iklan terlihat tim Bukalapak yang mengajarkan teknologi (aplikasi Bukalapak) kepada masyarakat desa. Namun mereka menunjukkan ekspresi bahagia dan mengangguk-angguk. *Gesture* tersebut tidak hanya menggambarkan kebahagiaan, namun juga sebagai ungkapan pemahaman terhadap sesuatu yang baru dalam desa. Hal ini janggal karena masyarakat desa, apalagi orang tua seharusnya kesulitan menggunakan teknologi tersebut.

Dalam pengkodean Barthes, fenomena ini termasuk kode hermeneutik. Pengiklan seolah-olah memberi teka-teki kepada audiens “*apakah ternyata mereka sudah menggunakan gawai sehingga terbiasa?*”

Selain ungkapan kebahagiaan, masyarakat desa tampak melakukan *gesture* menganggukkan kepala. Pertama, *gesture* tersebut dapat bermakna pemahaman. Namun bisa dikatakan pula sebagai simbol kebahagiaan karena ada harapan baru yang diberikan oleh masyarakat desa untuk memajukan usaha mereka. Teknologi tersebut ‘seolah-olah’ merupakan sebuah inovasi yang menjamin untuk mendapat penghasilan tambahan secara instan. Hal ini termasuk kode semantik.

Dari segi visual, kode simbolik terlihat pada kontras yang lebih tinggi serta warna panas yang mencolok, menggambarkan suasana optimisme pada masyarakat pedesaan. Selain itu, dapat pula dikatakan sebagai warna dari logo Bukalapak yang identik dengan magenta. Selain kontras dan warna, suasana kehangatan, keakraban, dan kebahagiaan dalam *scene* ini juga didukung oleh ekspresi dari para tokoh. Keakraban dapat terlihat ketika mereka duduk bersebelahan, layaknya seorang mitra sehingga adegan dapat terlihat lebih natural.

Kajian mitos

Masyarakat desa umumnya tidak mengenal teknologi. Oleh sebab itu, masyarakat kota hadir untuk mengajari mereka mengenai teknologi, utamanya perdagangan digital. Fenomena ini menggambarkan bahwa masyarakat desa memiliki ketergantungan terhadap masyarakat kota, salah satunya melalui pengenalan teknologi. Masyarakat desa bahkan menunjukkan ekspresi bahagia sebagai wujud optimisme serta harapan baru dalam kemajuan usahanya.

Setting 6





Gambar 5. 14 Setting 6

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Kajian denotasi

Pada awal adegan ini terlihat sebuah bangunan yang didalamnya ada berbagai barang. Diatasnya terlihat sebuah banner yang bertuliskan logo Mitra Bukalapak, nama toko “Warung Tono” dan daftar produk. Dalam bangunan tersebut terlihat seorang pemuda dan wanita yang memegang tablet (gawai). Disekitarnya juga terdapat beberapa orang lainnya yang datang dan keluar. Ibu tersebut tersenyum dan mengatakan *”sekarang warung ini untungnya naik 3x lipat. Terimakasih yo mas. Aku jadi ndak perlu ninggalin Tono lagi.”* dan dijawab *”sama-sama”*.

Disaat yang bersamaan, terdengar suara seseorang, yaitu seorang anak laki-laki dengan menggunakan kemeja putih dan celana biru sambil berkata *”mas Iwan! Apik toh mas warunge. Seng penting ibuku rasido keluar negeri meneh. Walau kita rumahnya cuma di desa.”* Pemuda tersebut kemudian menundukkan badannya menjawab *”Ton, kamu itu punya kita.”*. Kamera kemudian mengambil gambar kaos pemuda tersebut dengan teknik *close up* yang kemudian disusul dengan adegan mereka berpelukan.

Anak tersebut kemudian mengeluarkan sebuah layangan merah dari tasnya. Kamera kemudian menangkap gambar pemuda yang menggerakkan kepalanya kesamping dengan teknik *close up*. Adegan kemudian berpindah lokasi dimana mereka berlari menyusuri sawah. Pemuda tersebut kemudian memegang sebuah layangan merah, sedangkan sang anak memegang tali layangan. Layangan kemudian berhasil terbang dan pemuda tersebut tampak menengadah sambil bertepuk tangan dengan ekspresi bahagia. Tampak layang-layang yang memenuhi hampir setengah *frame*, sedangkan setengahnya diisi oleh hamparan sawah dan mereka yang memandang keatas.

Kajian konotasi

Bangunan yang ramai dengan barang diasosiasikan sebagai sebuah warung. Diluarnya tampak sebuah papan yang berfungsi untuk mengidentifikasi nama toko serta daftar produk virtual. Didalamnya terdapat seorang wanita dan pemuda yang melayani pelanggan. Selama berjaga, ibu tersebut terlihat memegang tablet (gawai) sambil menerima sejumlah uang dengan ekspresi bahagia yang menggambarkan peningkatan kesejahteraan.

Sebuah suara tiba-tiba terdengar ketika seseorang memanggil “*Mas Iwan!*”. Pemuda tersebut kemudian menemui sumber suara dan ternyata seorang anak laki-laki memanggilnya. Anak tersebut menggunakan kemeja putih dan celana biru yang identik dengan seragam sekolah tingkat SMP. Mereka kemudian bercengkrama dan pemuda tersebut menundukkan badannya sambil berkata “*Ton, kamu itu punya kita*” yang menggambarkan konsep kekeluargaan. Kamera kemudian mengambil gambar kaos pemuda yang bertuliskan Bukalapak dengan teknik *close up* untuk memberikan fokus. Kemudian terlihat adegan mereka berpelukan yang menggambarkan konsep kedekatan antara Bukalapak serta masyarakat pedesaan.

Anak laki-laki tersebut kemudian mengeluarkan sebuah layangan merah dan pemuda tersebut menggerakkan kepalanya kesamping yang berarti bahwa menyetujui ajakan untuk bermain. Layang-layang yang diterbangkan tinggi seolah mewakili cita-cita dan harapan generasi muda di desa melalui sikap optimisme akan kesuksesan di masa yang akan datang. Figur tim Bukalapak seolah-olah mewakili peran perusahaan dalam mendukung masyarakat desa dalam meraih kesuksesan tersebut.

Kajian kode

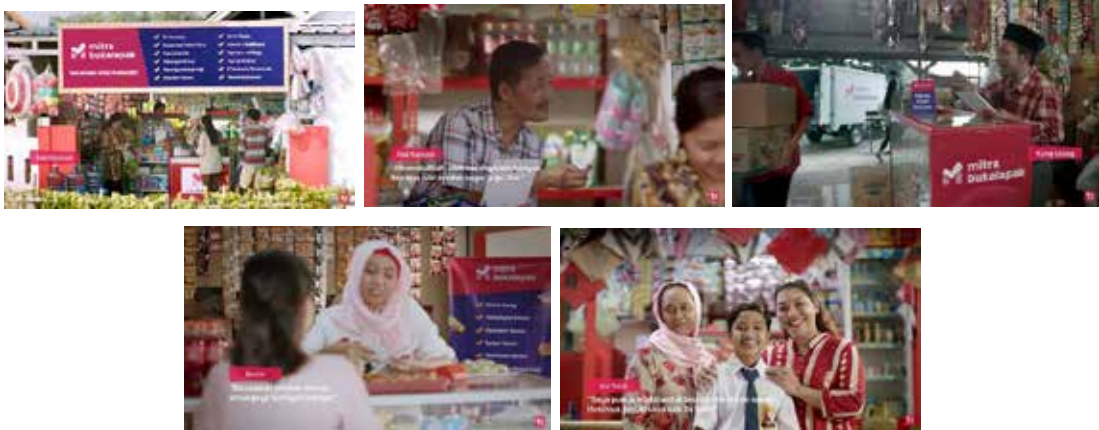
Adegan ini memuat kode-kode hermeneutik, semantik, simbolik dan proairetik. Kode hermeneutik dapat terlihat dari ramainya kunjungan pada warung tersebut. Audiens dibuat penasaran mengenai alasan warung tersebut yang tiba-tiba lebih ramai dari sebelumnya. Selain itu terlihat pula ibu yang menggunakan tablet (gawai). Selain menggambarkan kemampuannya membeli *gadget*, hal ini juga menggambarkan bahwa ia mudah untuk mempelajari teknologi tersebut.

Banyaknya jumlah barang yang dijual dari sebelumnya merupakan kode semantic. Hal ini menggambarkan kejayaan pada warung tersebut serta kemahiran pemilik usaha untuk mengelola keuangannya sehingga mampu menambah persediaan produk. Meskipun sempit, namun warung tersebut dapat menjual beraneka ragam barang yang disusun sedemikian rupa. Dalam kode simbolik, sang penjaga warung terlihat lebih ramah dan rapi dalam melayani pembeli, yang menggambarkan peningkatan kualitas pelayanan serta meningkatkan citra usahanya.

Kajian mitos

Dalam bannernya terlihat nama warung serta daftar produk virtual. Hal ini menggambarkan bahwa sebenarnya masyarakat pedesaan sudah mengenal serta menggunakan teknologi karena disana dijual produk virtual. Selain itu, kemahiran penggunaan teknologi dapat terlihat ketika sang ibu menggunakan tablet (gawai) selama melayani pelanggan. Konsep kesejahteraan lainnya dapat terlihat pada gaya berpakaian mereka dimana terlihat lebih rapi dari sebelumnya. Bahkan sang anak menggunakan gel penata rambut sebagai simbol kehidupan masyarakat perkotaan.

Setting 7



Gambar 5. 15 Setting 7

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2XarF65smX8&t=29s>)

Kajian denotasi

Tampak sebuah bangunan yang berisi banyak barang. Diatas bangunan tersebut terdapat sebuah papan yang bertuliskan “Warung Pak Ramadi”, logo Mitra Bukalapak, dan daftar produk. Didalam bangunan tersebut terdapat seorang pria tua yang memegang tablet (gawai) serta menerima sesuatu dari orang lain. Disekitar bangunan tersebut terlihat orang lain yang keluar masuk bangunan tersebut.

Adegan kemudian berpindah lokasi di bangunan lain. Tampak seorang pria tua lainnya yang memegang tablet (gawai). Disekitarnya terlihat berbagai barang yang tergantung, diletakkan di sebuah lemari kaca atau rak dibelakangnya. Diatas lemari kaca terdapat sesuatu yang bertuliskan “terima kirim barang”. Beberapa orang tampak keluar masuk bangunan tersebut dan pria tua mengawasinya. Diluar bangunan terdapat sebuah truk dengan logo sebuah perusahaan disampingnya. Didalam truk tersebut terdapat beberapa kardus.

Kemudian terlihat sebuah bangunan lain yang terbuka. Diatas bangunan tersebut terdapat sebuah papan yang bertuliskan “Warkop Bu Lis”, logo Bukalapak, dan daftar produk. Bahkan didalamnya juga terdapat x-banner. Didalam bangunan tersebut terdapat lemari kaca yang berisi barang-barang serta rak yang berada di dinding. Selain itu, terdapat pula seorang wanita yang memegang tablet (gawai) sambil menerima sesuatu dari orang lain. Wanita tersebut diambil dengan teknik *close up* dan *over shoulder* untuk menunjukkan perbincangan antara wanita tersebut dengan orang lain.

Kajian konotasi

Dalam setting ini terlihat bangunan yang dipenuhi dengan barang-barang serta sebuah banner di atasnya yang diasosiasikan sebagai warung. Tiga warung diantaranya tampak ramai dengan beberapa orang yang terlihat keluar masuk. Didalamnya terdapat seseorang yang diasosiasikan sebagai pemilik warung. Selama melayani pembeli, ketiganya tampak menggunakan tablet (gawai) sambil menerima sejumlah uang. Mereka juga menunjukkan ekspresi bahagia dengan tersenyum kepada para pelanggannya. Bahkan terlihat mereka juga bercengkrama singkat.

Diakhir adegan tampak seorang nenek, ibu, dan anak laki-laki yang berdiri. Dibelakangnya tampak sebuah warung. Dengan teknik *medium shot*, digambarkan mereka yang tampak tersenyum ke arah kamera serta Ibu yang memeluk anaknya dari samping.

Kajian kode

Adegan-adegan ini memuat kode hermeneutik dan kode semantik. Kode hermeneutik dapat terlihat dari daftar produk digital yang terdapat pada banner warung tersebut. Hal ini menimbulkan teka-teki bahwa sebenarnya masyarakat desa sudah familiar dengan teknologi, sehingga dalam warung tersebut disediakan jasa berupa produk digital. Kode semantik dalam iklan ini terlihat pula dari bagaimana modernisasi telah memengaruhi masyarakat desa, bahkan kini menjadi kebutuhan yang terlihat dari penggunaan tablet (gawai) pada ibu penjaga warung.

Kajian mitos

Dengan adanya kehadiran teknologi modern, masyarakat desa tampak memiliki motivasi serta optimisme terhadap usahanya. Mereka meyakini dengan adanya teknologi tersebut, usahanya akan semakin berkembang dan memenangkan persaingan pasar. Namun pada kenyataannya belum tentu demikian mengingat adanya minimarket atau swalayan modern yang menjamur di pedesaan. Suasana penuh senyuman menggambarkan optimisme serta menggambarkan bahwa kesuksesan dapat terjadi tanpa harus pergi ke luar kota atau luar negeri.

BAB VI

PEMBAHASAN

Semiotika merupakan ilmu yang dapat digunakan untuk mengkaji kebudayaan masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap simbol-simbol dalam sebuah karya visual. Setiap tanda memiliki makna berbeda, tergantung pada bagaimana konteks penggunaannya. Namun secara sederhana tanda tersebut dapat dimaknai secara umum karena terdapat kesepakatan dalam sebuah masyarakat. Oleh sebab itu, dapat pula dikatakan bahwa tanda memiliki sifat konvensi sebagai hasil kesepakatan bersama.

Dalam persektif semiotika, budaya merupakan pola tingkah laku yang menjadi ciri khas sebuah kelompok yang terbentuk dari proses produksi dan pertukaran makna. Manusia dengan latar belakang berbeda yang saling berinteraksi dapat menghasilkan budaya baru. Latar belakang tersebut dapat berupa Pendidikan, ekonomi, politik dan sebagainya. Budaya-budaya ini dapat dikaji melalui teori semiotika.

Visual image dapat dikatakan sebagai *visual culture* ketika visual tersebut menjadi bagian dari kehidupan sosial bermasyarakat. Tidak hanya bagaimana visual diproduksi, budaya visual juga melihat bagaimana visual tersebut terlihat (Rose dalam Ida, 2014:74) atau bagaimana imaji, budaya, dan penonton saling berkaitan (Jenks, Patrick Fuery dan Kelli Fuerry dalam Rio, 2017: 197). Oleh sebab itu, tidak ada kesimpulan yang tepat untuk menjelaskan sebuah fenomena dalam karya visual karena hal itu tergantung pada bagaimana simbol digunakan dan bagaimana kondisi audiens.

Tanda memiliki struktur yang disebut teori strukturalis tanda. Dalam hal ini, audiens dianggap memiliki pola untuk mengamati sebuah visual. Pola ini digunakan untuk memudahkan audiens dalam membaca serta memaknai sebuah tanda dan kaitannya dengan tanda lainnya. Dalam melihat tanda, manusia memiliki dua cara, yaitu sintagmatik (tanda dapat dikenali jika diamati sesuai urutan, namun akan memiliki makna lain jika susunannya diacak) dan asosiatif (hubungan tanda secara tidak langsung). Tanda juga memiliki sifat dikotomis dimana terdapat relasi antar tanda yang membentuk suatu pembeda.

Salah satu bentuk karya visual adalah iklan. Selain bertujuan untuk mengomunikasikan pesan, iklan juga dapat digunakan untuk mengomunikasikan sebuah pesan. Selain melalui estetika, pesan tersebut dapat disampaikan melalui tanda-tanda yang memiliki makna tersembunyi. Namun dalam periklanan, tidak ada istilah ‘makna pasti’, karena setiap orang

memiliki pengaruh dan latar belakang yang berbeda. Makna dapat dikatakan ‘sesuai’ apabila dapat diterima oleh akal pikiran.

Iklan Bukalapak versi “Berkawan dengan Zaman” merupakan salah satu iklan yang digunakan untuk mengomunikasikan pesan kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat terlihat melalui beragam simbol dalam iklan. Dalam hal ini, iklan Bukalapak mencerminkan kehidupan masyarakat desa di era modern. Masyarakat desa memiliki ciri khas yang berbeda antar wilayah yang dipengaruhi oleh budaya dan wilayah. Namun budaya ini tidaklah bersifat kekal, melainkan dapat terus berubah karena adanya pengaruh dari pihak lain.

Simbol-simbol masyarakat desa dapat terlihat dari bahasa, mata pencaharian, serta tingkah laku. Dalam iklan Bukalapak versi “Berkawan dengan Zaman”, simbol-simbol tersebut dapat terlihat dari...Selain itu, simbol masyarakat desa dapat terlihat dari penggunaan bahasa tradisional, yaitu Jawa. Setiap simbol tersebut memberikan makna yang berkaitan dengan identitas masyarakat pedesaan.

Iklan ini menceritakan seputar kehidupan keluarga, dimana seorang ibu bekerja di luar negeri sebagai TKI, sehingga ia hanya memiliki sedikit waktu untuk keluarganya. Namun selama bekerja, sang anak juga turut membantu perekonomian keluarganya dengan berjualan layanan di warungnya. Iklan ini menjadi menarik karena walau ia kekurangan kasih sayang dari orang tuanya, ia tetap patuh dan tidak bertindak kriminal, sebagaimana yang sering digambarkan dalam kehidupan masyarakat kota. Bahkan anak desa digambarkan merupakan sosok yang mandiri melalui sikap dewasanya.

Dalam hal mata pencaharian, masyarakat desa identik dengan istilah ‘masyarakat agraris’, yang mana berarti mereka bergantung pada alam untuk bekerja (Anwar, Isnaini dan Utami, 2019: 2). Perkebunan, pertanian, peternakan menjadi contoh dari bidang profesi mereka. Namun dalam iklan ini terlihat bahwa perdagangan menjadi profesi mayoritas dalam sebuah desa, sedangkan hanya satu orang digambarkan sebagai petani. Ini menunjukkan bahwa modernisasi telah memengaruhi pola pikir mereka terhadap profesi sehingga menyerupai pekerjaan pada masyarakat kota.

Simbol-simbol perilaku masyarakat desa dapat terlihat pada etos kerja, dimana mereka bekerja dipagi hari. Bahkan salah satunya digambarkan bekerja hingga malam hari. Dalam budaya pedesaan dikenal pepatah “rezeki dipatok ayam”, yang bermakna untuk memotivasi orang agar bangun pagi dan mulai bekerja, sebab jika tidak maka rezeki akan hilang. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat desa memiliki semangat serta sifat rajin yang tinggi demi

mencari nafkah. Bahkan digambarkan pula bahwa semangat tertinggi ada pada orang dengan usia paling tua. Hal ini membuktikan bahwa usia tidak membatasi seseorang untuk bekerja.

Tidak hanya itu, dalam iklan juga digambarkan sosok wanita yang memiliki peran ganda. Selain menjadi ibu rumah tangga, wanita juga seolah-olah dituntut untuk melakukan pekerjaan domestik. Hal ini dilakukan demi meningkatkan perekonomian keluarganya. Padahal, seharusnya pekerjaan tersebut dilakukan oleh sosok pria sebagai kepala keluarga. Ketidak hadirannya sebagai kepala keluarga dalam iklan ini dapat memberi makna bahwa pria tersebut telah meninggal atau bercerai, sehingga wanita tersebut dituntut untuk dapat hidup mandiri.

Selain dibidang profesi, modernisasi dalam masyarakat desa juga memengaruhi sikap dan tata krama, khususnya kaum milenial. Mereka menjadi tidak santun kepada orang tua yang terlihat dari beberapa adegan. Pertama, ketika ia pergi melewati warung, dimana neneknya bertanya tujuan kepergian, namun ia tidak menjawabnya. Bahkan ia tidak pamit dan langsung berlari meninggalkan rumahnya. Kedua, ditengah perjalanan ia bertemu dengan dua orang pria yang lebih tua. Mereka bertanya kepada sang anak namun ia menjawab sambil berlari, dimana tidak mencerminkan sopan santun pada masyarakat desa.

Pengaruh modernisasi dapat diakibatkan beberapa faktor. Pertama, digambarkan melalui kemudahan mobilitas, dimana masyarakat desa dapat pergi ke kota dan sebaliknya. Mobilitas ini tentu dapat memengaruhi antara satu dengan lain, tergantung kelompok yang mendominasi. Tidak hanya mobilitas, pengaruh teknologi juga dapat memengaruhi karakteristik masyarakat desa, salah satunya melalui tayangan televisi. Dalam adegan nenek menjaga warung terlihat adegan yang identik dengan sinetron, yang mana umumnya mencerminkan adegan-adegan yang kurang sesuai dengan tata krama. Paparan yang terus menerus membuat masyarakat desa secara tidak sadar mengikutinya sebagai sesuatu yang dianggap menarik.

Kemudahan mobilitas tersebut juga dapat terlihat dari masyarakat kota yang diwakilkan oleh Tim Bukalapak yang mengunjungi desa. Mereka berpencar untuk mengamati kondisi desa serta berinteraksi dengan masyarakat. Bahkan terlihat pula bahwa walau pertama kali hadir, mereka dapat membaur dengan masyarakat desa. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat kota dianggap memiliki kedudukan yang tinggi daripada masyarakat desa, sehingga ketika mereka datang, masyarakat desa menyambutnya dengan baik.

Simbol lain dari iklan ini dapat terlihat ketika masyarakat kota hadir dan mendengar keluhan masyarakat desa. Namun hal ini bukan sekadar kunjungan biasa, namun observasi

lapangan. Mereka mengumpulkan sejumlah data untuk menyelesaikan masalah di desa. Padahal seharusnya saat itu bukan merupakan jam kerja. Kedua, terlihat saat tim Bukalapak berdiskusi hingga tengah malam. Bahkan salah satunya tertidur disamping laptop yang menyala. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat kota memiliki keseriusan dan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat desa.

Tidak hanya mendengarkan, mereka bahkan memberi solusi dan pendampingan berupa pelatihan teknologi perdagangan digital sehingga usaha masyarakat desa semakin berkembang. Melalui kehadiran teknologi tersebut, masyarakat desa digambarkan memiliki motivasi yang lebih besar serta sikap optimisme terhadap kesuksesan usahanya. Dengan adanya fenomena ini dapat dibuktikan bahwa masyarakat desa memiliki ketergantungan terhadap masyarakat kota. Mereka harus diajarkan teknologi terlebih dahulu baru bisa menggunakannya. Selain itu, mereka juga menjadikan keadaan masyarakat kota sebagai patokan kesuksesan, sehingga apapun yang dilakukan di kota diyakini akan berhasil. Padahal belum tentu demikian, mengingat minimarket modern juga mulai menjamur di wilayah pedesaan.

Dalam bidang perekonomian, masyarakat desa cenderung memiliki kepercayaan bahwa bekerja diluar desa, utamanya luar negeri dapat meningkatkan penghasilan. Mereka bahkan rela meninggalkan keluarganya untuk jangka waktu yang panjang. Ini dilakukan karena mereka hanya memiliki pengetahuan dan kemampuan yang minim serta sulit untuk mencari pekerjaan lain. Menjadi pembantu seolah-olah merupakan pilihan satu-satunya untuk bekerja. Padahal dengan menjadi TKI, seseorang dapat dihadapkan dengan sejumlah permasalahan, seperti kekerasan atau penipuan yang kerap kali muncul di berita televisi.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dari iklan Bukalapak versi “Berkawan dengan Zaman”, terdapat tanda atau pesan yang dapat dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Tanda tersebut dapat terlihat melalui verbal maupun non verbal. Melalui teori semiotika Roland Barthes dapat ditemui tanda-tanda yang menggambarkan masyarakat desa serta perjuangan mereka dalam beradaptasi dengan kehidupan modern, salah satunya melalui teknologi perdagangan digital.

Gambaran kehidupan masyarakat pedesaan dalam era modern pada iklan tersebut dapat terlihat dari simbol-simbol. Dari segi mata pencaharian, budaya masyarakat modern mulai memasuki desa. Hal ini terlihat dari profesi mayoritas dalam iklan yang menggambarkan perdagangan. Secara general, profesi tersebut juga dilakukan oleh masyarakat desa. Namun pada iklan ini terlihat bahwa produk yang dijual merupakan hasil olahan pabrik, bukan hasil alam, yang mana menggambarkan bahwa produk perkotaan telah memasuki wilayah pedesaan.

Selain itu, masyarakat desa juga percaya bahwa bekerja diluar desa, apalagi hingga keluar negeri dapat meningkatkan perekonomian. Namun pada kenyataannya belum tentu demikian. Apalagi dengan adanya pengetahuan dan kemampuan yang minim, mereka berpotensi untuk mengalami berbagai tindak kejahatan, seperti penipuan, penganiayaan, dan kasus lainnya. Padahal dalam iklan tersebut terlihat bahwa sebenarnya kehidupan mereka bukan berasal dari kaum kelas bawah. Mereka seolah-olah bekerja hingga keluar negeri untuk dapat meningkatkan kelas sosialnya sehingga dipandang oleh masyarakat lain.

Dalam hal etos kerja, masyarakat desa memiliki semangat bekerja yang tinggi. Hal ini digambarkan dari durasi bekerja, dimana mereka bekerja dari pagi hingga malam. Hal ini tentu tidak dilakukan oleh masyarakat kota yang memiliki jam kerja tertentu. Adanya pepatah “rezeki dipatok ayam” juga turut memperkuat alasan mereka untuk lebih rajin bekerja. Selain untuk menghasilkan uang, mereka juga percaya bahwa rezeki akan datang jika ia bekerja dengan lebih giat.

Dari segi perekonomian, masyarakat desa memiliki ketergantungan terhadap masyarakat desa. Mereka beranggapan bahwa kesuksesan pada wilayah perkotaan merupakan patokan keberhasilan yang sebenarnya. Selain itu, dengan kehadiran masyarakat kota dengan teknologinya membuat masyarakat desa semakin optimis bahwa usaha mereka akan semakin

berkembang. Padahal hal tersebut belum tentu terjadi, mengingat maraknya minimarket modern yang memiliki fasilitas lebih baik dari warung-warung tersebut.

Dari segi budaya, modernisasi telah memengaruhi tata krama, utamanya terhadap kaum milenial. Mereka digambarkan tidak memiliki kepekaan terhadap sopan santun dan tata krama terhadap orang yang lebih dewasa. Hal ini bisa terjadi karena berbagai faktor, salah satunya tayangan televisi. Walau tidak secara langsung terlihat, namun kebiasaan nenek dalam menonton televisi, utamanya tayangan sinetron dapat memberikan alasan dari perubahan budaya tersebut. Sinetron yang digambarkan merupakan tayangan favorit masyarakat desa umumnya menampilkan adegan yang kurang sesuai dengan budaya tradisional, sehingga berpotensi untuk ditiru oleh anak-anak.

7.2. Saran

Untuk memahami sebuah iklan, tentu tidak hanya dapat dilakukan menggunakan teori semiotika, utamanya semiotika Roland Barthes. Ada banyak alat lainnya yang dapat digunakan untuk melakukan analisa terhadap karya visual. Untuk dapat mengamati kehidupan masyarakat desa, tentu perlu menggunakan alat lainnya sehingga dapat menghasilkan analisa yang lebih lengkap.

Dalam hal semiotika, pengetahuan serta pengalaman peneliti sangat dibutuhkan. Kepekaan dalam menganalisa dapat memberikan pengaruh serta kualitas pada hasil analisa. Penelitian ini tentunya masih memiliki keterbatasan, baik dari pengalaman maupun keilmuan, seperti pedesaan, sosiologi, komunikasi, desain, dan sebagainya. Oleh sebab itu, peneliti berharap bahwa kedepannya penelitian ini dikembangkan menjadi hal yang lebih dalam baik seputar kehidupan masyarakat desa maupun iklan perusahaan *e-commerce*.