

BAB V.

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dikemukakan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa metode dengan menggunakan 2 (dua) tahap, yaitu semiotika struktural dan postruktural efektif untuk memahami makna Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang diproduksi oleh DINI Advertising dan dimuat di Jawa Pos – Radar Jogja tahun 2004-2007. Semiotika struktural mengacu pada terminology Peirce dengan mengidentifikasi adanya kategori tanda dalam iklan berdasarkan ikon, indeks, dan simbol. Tahap kedua dilanjutkan dengan semiotika postruktural mengacu pada terminologi Roland Barthes melalui kode-kode, yaitu Kode Proairetik (Narasi), Kode Hermeneutik (Teka-Teki), Kode Semantik (Konotasi), Kode Kultural (Budaya), dan Kode Simbolis. ILM, sebagai salah satu karya seni dan sarana komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai keadaan sosial yang tengah berlangsung, mempersuasi, atau mendidik khalayak untuk bersama-sama mencari solusi guna memperbaikinya. Melalui identifikasi adanya kategori tanda, menggunakan terminologi Charles Sanders Peirce yaitu ikon, indeks, dan simbol maka diperoleh uraian unsur-unsur yang menjadi bagian dari Iklan Layanan Masyarakat yang diproduksi oleh DINI Advertising ini. Unsur-unsur yang diperoleh ini memudahkan pemahaman mulai dari konteks, kronologi, simbolisasi dan sasaran kritik yang merepresentasikan kondisi aktual pada saat iklan tersebut dibuat.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan metode analisis semiotika struktural kemudian dilanjutkan dengan semiotika postruktural, lebih mempermudah pemahaman mengenai isi pesan dari ILM tersebut, karena lebih sistematis dan terstruktur, terurai satu per satu berdasarkan identifikasi kategori tanda-tanda, konotasi-konotasi yang diperoleh, serta relasi antar tanda yang tercipta sebagai kronologi ke arah konteks dan makna.

5.2. Saran

Iklan Layanan Masyarakat merupakan salah satu media pendukung pemerintah untuk menggambarkan kondisi sosial yang sedang berlangsung, menghimbau kepada masyarakat, serta mendidik untuk menjadi lebih baik. Analisis semiotik dengan mengambil sampel ILM yang diproduksi oleh DINI Advertising dan dimuat di Jawa Pos – Radar Jogja tahun 2004-2007 ini hanyalah mengungkap sebagian kecil dari makna sebenarnya yang sangat luas. Untuk itu, alangkah baiknya apabila pada kesempatan lain juga dilakukan analisis semiotik yang lebih luas dan signifikan dengan deskomvis, sehingga akan lebih banyak bahasan untuk menambah wawasan bersama.

Selain itu, dalam kaitannya dengan pembahasan mengenai semiotika dalam bidang desain komunikasi visual yang dirasa belum cukup memadai, hendaknya secara akademis mendapat porsi yang cukup besar, kalau bisa dijadikan sebagai Mata Kuliah Pilihan, mengingat begitu banyak karya ilmiah yang menggunakan semiotika sebagai metode analisisnya, namun pada kegiatan akademisnya sendiri, semiotika tidak didapat dan tidak bisa dipelajari dengan maksimal. Dengan kata lain, pemahaman mengenai semiotika didapat melalui

proses belajar secara otodidak. Sehingga, dengan adanya mata kuliah tersendiri mengenai semiotika, setidaknya menjadi tambahan bekal ketika selesai menjalani proses belajar di Jurusan Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta ini.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Budiman, Kris. 1998. *Semiotika Visual*. LKIS, Yogyakarta.
- . 1999. *Kosa Semiotika*. LkiS, Yogyakarta.
- Darmawan, Ferry. 2009. *Dunia dalam Bingkai ; Dari Fotografi Film hingga Fotografi Digital*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Djalaludin, Rakhmat. 1989. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Remadja Karya, Bandung.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Erlangga, Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan ; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*". PT. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Narbuko, Cholid, Drs. 2007. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Nuradi. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Pateda, Mansoer, Prof. 2001. *Semantik Leksikal*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Piliang, Yasraf Amir. 1999. *Sebuah Dunia yang Dilipat; Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Mizan, Bandung.
- . 2003. *Hipersemiotika ; Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jelasutra, Yogyakarta.
- . 2004. *Dunia yang Dilipat ; Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Jelasutra, Yogyakarta.
- PPPI. 2004. *Reka Reklame " Sejarah Periklanan Indonesia 1774-1984"*. Galangpress, Yogyakarta.
- Riyanto, Bedjo. 2000. *Iklan Surat Kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial*. Tarawang, Yogyakarta.

- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2005. *Dasar-dasar Tata Rupa dan Desain (Nirmana)*. Arti Bumi Intaran, Yogyakarta.
- . 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Dimensi Pers, Yogyakarta.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media, "Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing"*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- . 2004. *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sudjiman, Panuti dan Aart van Zoest. 1996. *Serba-serbi Semiotika*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, Dr. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Jakarta.
- Susanto, Mikke. 2002. *Diksi Rupa*. Kanisius, Yogyakarta.
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.
- Williamson, Judith. 2007. *Decoding Advertisements : Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Zapft, Herman. 1970. *Manuale Typhographicum*. The MIT Press, London.

Non buku :

- Cakram Komunikasi. 1996. *Bingkai Zaman*. PT. Balaicitra Inti, Jakarta.
- . 2004. *Kreativitas yang Serius*. PT. Balaicitra Inti, Jakarta.
- . 2005. *Laporan Eksklusif : Demi Industri*.

Rakyat, Kedaulatan. 2004. *Kejarlah Award, Publisitas Kau Kutangkap*. Artikel dalam Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat.

Wisnugroho, Bayu Aji. 2005. *Skripsi " Sikap Adperson terhadap Kreatifitas Karya Iklan Media Cetak*. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

Website :

www.jawapos.com

www.wikipedia.org

www.puslit.petra.ac.id/journals/design



BERITA ACARA BIMBINGAN TA SEMESTER GENAP 2007 – 2008**Kode MK** : KB 23200**S K S** : 6 SKS**Dosen Pembimbing** : Pemb. I. Drs. I. T. SUMBO TINARBUKO, M. Sn.
Pemb. II. Dra. TH. SUWARNI**Mahasiswa** : Meirina Lani A.**N I M** : 021 1321 024**Judul TA** : “ Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Yang
Dimuat di Jawa Pos dan Diproduksi oleh DINI Advertising
Tahun 2004 – 2007 ”

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Ttd. Dosen Pemb.
	14/4 '08	Proposal Fix.	
	18/4 '08	Revisi Bab I: Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, manfaat penelitian. Analisis Iklan: tambahan unsur DKV.	
	15/5 '08	Bab II: Teknik Kutipan, penulisan footnote Bab I: - Selaraskan antara perumusan & tujuan masalah. - Judul dipersingkat -	
	19/10 '08	Tentukan tehnik sampling Penulisan footnote dicek, disamakan.	
	14/5 '09	Bab III, fix, Lanjut analisis BAB IV	
	20/5 '09.	- Sebelum mulai menganalisis, jelaskan terlebih dahulu, teori siapa saja yg akan digunakan, teori yg dipakai.	

BERITA ACARA BIMBINGAN TA SEMESTER GENAP 2007 – 2008

Kode MK : KB 23200
S K S : 6 SKS
Dosen Pembimbing : Pemb. I. Drs. I. T. SUMBO TINARBUKO, M. Sn.
 Pemb. II. Dra. TH. SUWARNI
Mahasiswa : Meirina Lani A.
N I M : 021 1321 024
Judul TA : “ Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Yang Dimuat di Jawa Pos dan Diproduksi oleh DINI Advertising Tahun 2004 – 2007 ”

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Ttd. Dosen Pemb.
	28/5 '09.	- Tidak semua kode Barthes ditemukan dalam sebuah ILM, pilih yg dominan.	
	4/6 '09.	- Analisis struktural & poststruktural.	
	8/6 '09	- Lihat kembali Rumusan & tujuan masalah untuk menarik kesimpulan.	
	10/6 '09.	- Saran ditambah dg yg lebih sesuai pada apa yg dianalisis.	
	11/6 '09	ace v/lan (Pemb. I.: Drs. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn).	
	12/6 '09.	ace " " (Pemb. II : Dra. TH. Suwarni)	

KETUA PROGRAM STUDI,


Hariyanto

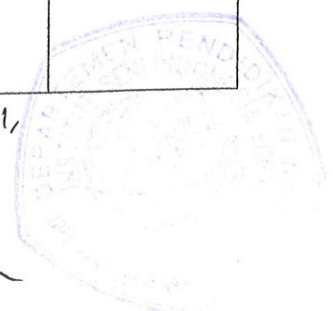
BERITA ACARA BIMBINGAN TA SEMESTER GENAP 2007 – 2008

Kode MK : KB 23200
S K S : 6 SKS
Dosen Pembimbing : Pemb. I. Drs. I. T. SUMBO TINARBUKO, M. Sn.
 Pemb. II. Dra. TH. SUWARNI
Mahasiswa : Meirina Lani A.
N I M : 021 1321 024
Judul TA : “ Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Yang Dimuat di Jawa Pos dan Diproduksi oleh DINI Advertising Tahun 2004 – 2007 ”

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Ttd. Dosen Pemb.
	13/3-'08	proposal: referensi untuk tata tulis semiotika.	B.
	18/3-'08	Bab I: Pendahuluan: tata tulis referensi yg kapa semiotik	B.
	20/3-'08	Cari sumber langsung untuk analisis siapa yg dipala.	B.
	19/03-'08	Metode pen. : teknik sampling analisis semiotik yg di gunakan → keri siapa.	B.
	14/05-'09	tata tulis: referensi pada cetak kahi + daftar pustaka	B.
	22/05-'09	metode pengumpulan data dari objek pen. metode analisis < cara alat.	B. B.
	5/06-'09	Keri siapa yang anda pakai untuk analisis	B.
	10/06-'09	lihat rumusan, tujuan & kesimpulan	B.
	11/06-'09	lanjutan ke bab berikutnya	B.

KETUA PROGRAM STUDI,


 HANUN SUWARNI





SURAT KETERANGAN PENELITIAN SKRIPSI

Nomor : 001/DMP/A.3/VII/2009

Bersamaan dengan surat ini, kami memberitahukan bahwa nama yang tercantum di bawah ini :

Nama : Meirina Lani Anggapuspa
NIM : 021 1321 024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul : Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat di Media Massa

Benar-benar telah melakukan penelitian sesuai dengan keperluan skripsi di DINI Mediapro, Jl. Pleret Km. 1,5 Genengan Potorono Banguntapan Bantul Yogyakarta. Untuk menyelesaikan studinya di S1 Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia tahun 2009.

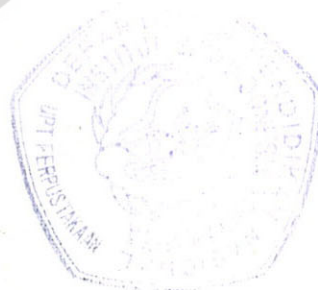
Penelitian tersebut dilakukan sejak tanggal 19 Maret – 16 Juli 2008 , dengan baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak terkait.

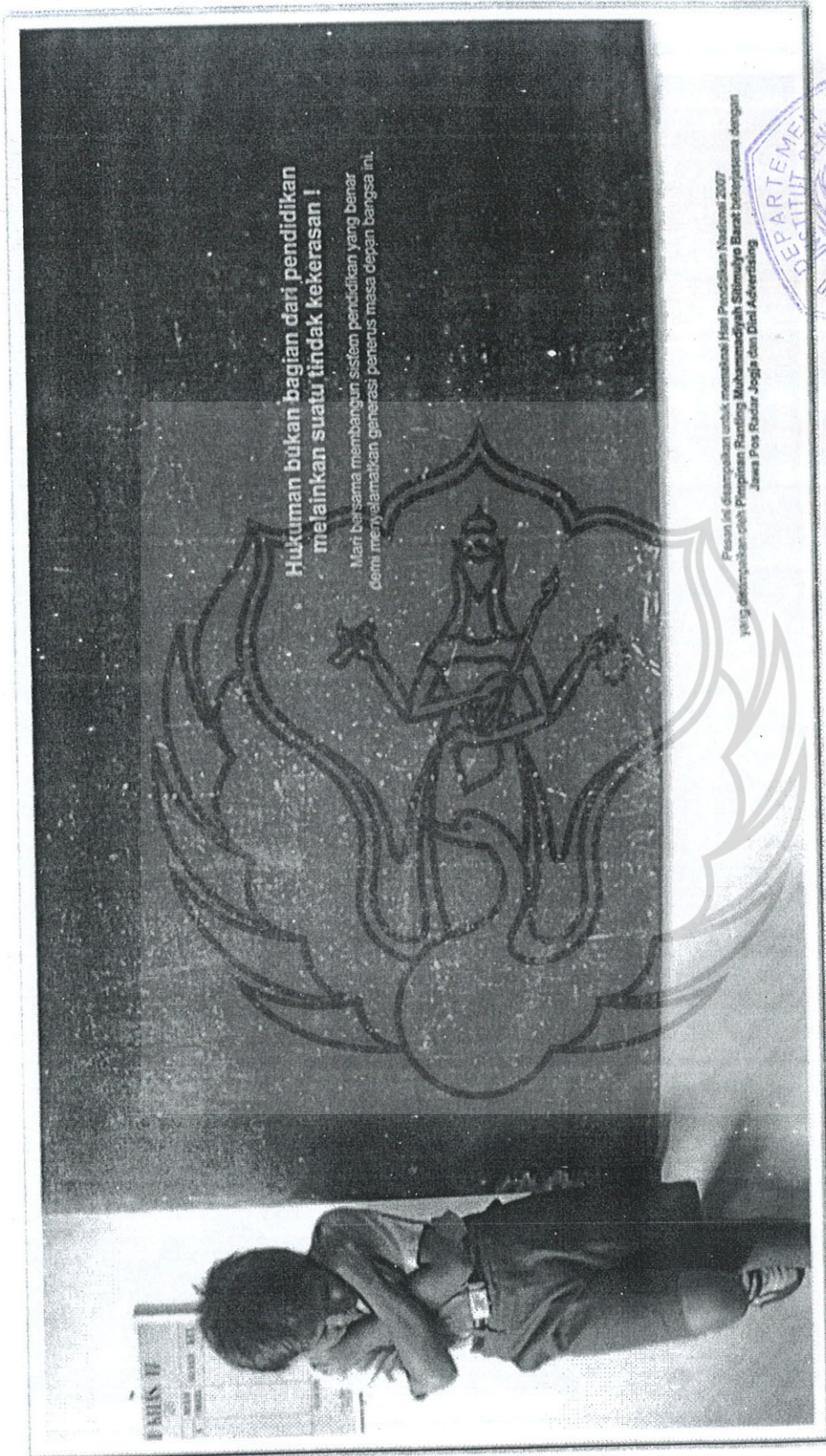
Demikian surat pemberitahuan ini, atas perhatian dan kerja sama yang terjalin, kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,
DINI Mediapro




Taufik Ridwan
Direktur





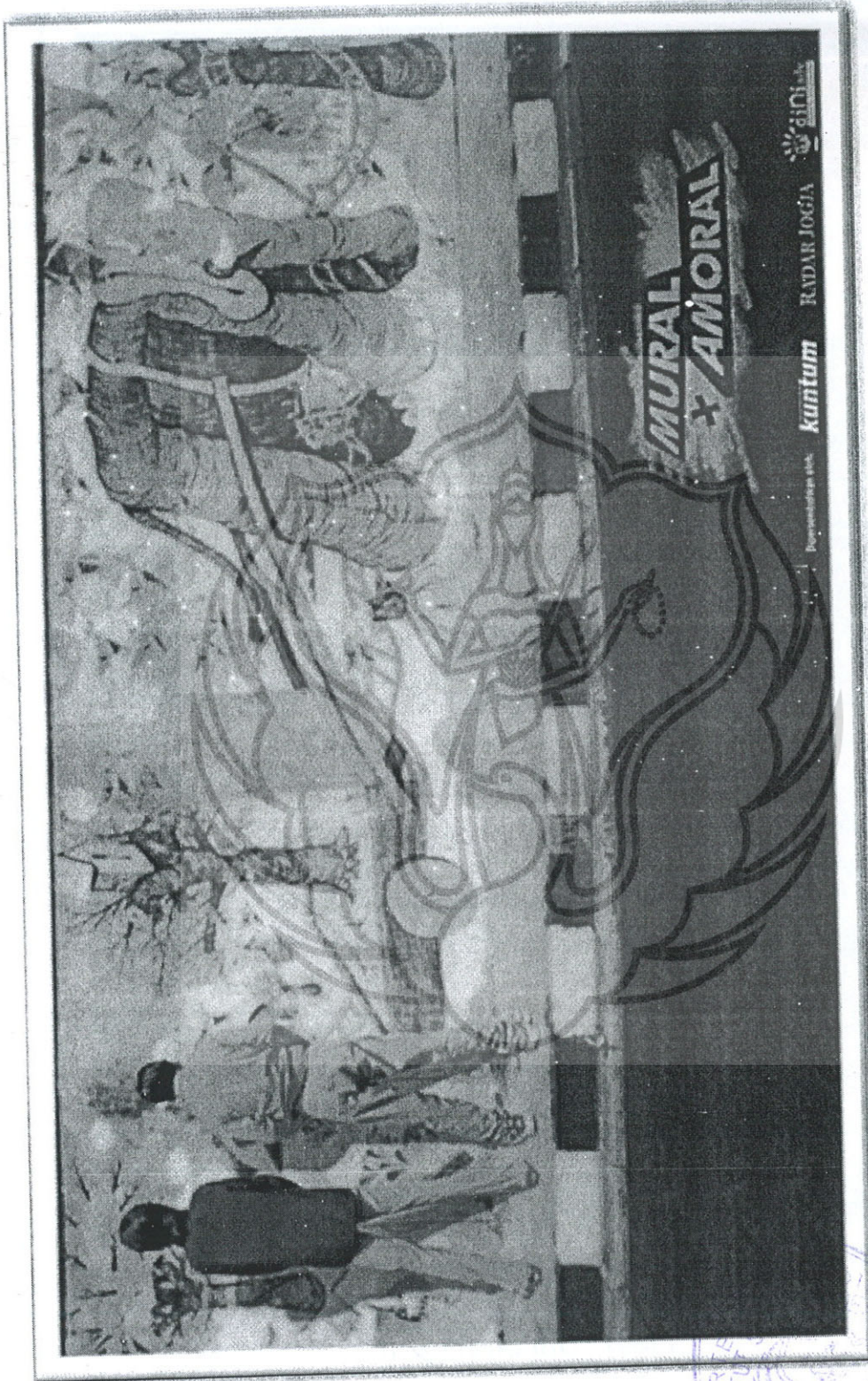
Hukum bukan bagian dari pendidikan
melainkan suatu tindak kekerasan !

Mari bersama membangun sistem pendidikan yang benar
dan menyelamatkan generasi penerus masa depan bangsa ini.

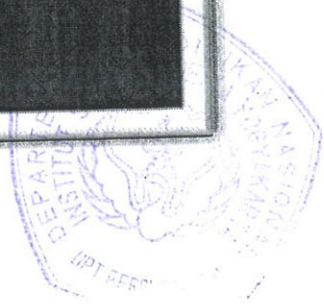
Prasasti ditandatangani untuk memperingati Hari Pendidikan Nasional 2007
yang dirumuskan oleh Pimpinan Panitia Muhimmadiyah Siliwangi Barat bekerjasama dengan
Jawa Pos Rastar Jogja dan Dita Advertising



ILM “STOP KEKERASAN DALAM PENDIDIKAN”

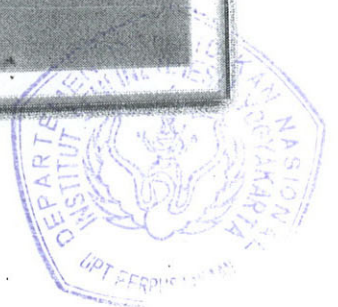


ILM “ MURAL VS AMORAL ”





ILM “ HARI IBU “ versi 1





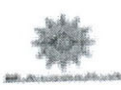



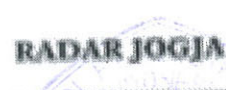
ILM “ PILKADA “



BOSS... jangan makan "BOS" kami dong!

Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) sudah lunas, mari bersama-sama mengawasi penggunaannya agar tepat sasaran dan jangan sampai disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Laporkan segala tindakan dan bentuk penyelewengan penggunaan dana "BOS" kepada TIM KERJA Anti Korupsi Muhammadiyah DIY
 Telp : (0274) 7418385 Fax : (0274) 411293
 E mail : antikorupsi@muhammadiyah.or.id

dimanfaatkan oleh :

ILM " BOS "

