

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebuah poster film bisa berbicara banyak ketimbang sekedar, “Saksikan film terbaru karya sutradara ini, berjudul itu, dengan bintang anu, dijamin seru, bla bla bla...!” Poster film bukan hanya media promosi sebuah film, dimana penghargaan dan apresiasinya tertuju pada karya film. Akan tetapi poster film sudah menjadi entitas karya seni yang berdiri sendiri, dengan penghargaan dan apresiasi tersendiri bagi para audience dan kolektornya.

Satu masalah mengenai pemilihan lingkup kajian yang bersifat ideologis adalah pembahasan berpotensi melebar dan seakan tanpa ujung pangkal meskipun masih dalam alur pemikiran yang sama. Bahwa keperluan komparasi antar ideologi juga tak terelakkan, padahal untuk mendeskripsikan satu ideologi terkait saja sudah menghabiskan ruang tersendiri. Akan tetapi komparasi perlu dilakukan karena kadang perwujudan ideologi tertentu menjadi mencolok ketika dia berbenturan dengan ideologi lain. Masalahnya, ketika satu ideologi menjadi dominan, nilai-nilai yang diterapkan seakan menjadi universal. Artinya, menghilangkan istilah ideologi itu sendiri, atau membiaskannya dalam skala-skala kecil cabang yang sebenarnya tidak memenuhi syarat sebagai sebuah ideologi. Ketika satu ideologi menjadi dominan, pemikiran lain yang menyelisihinya seakan menjadi tidak masuk akal dan tidak habis pikir orang mendengarnya.

Kajian ini bukan untuk membela satu ideologi tertentu dan menjelekkan lainnya, akan tetapi justru menempatkan ideologi sebagai ideologi secara proporsional yang memuat misi dan nilai tertentu dan tidak universal. Seseorang harus mempunyai pandangan bahwa “*there is another way*”, walaupun dia bisa saja bersikap, “*i’ll stand on this way*”. Satu kritik yang bisa disimpulkan dalam kajian ini, bahwa sebagaimana kita selama ini sudah banyak mencetuskan dan melakukan dialog antar agama, diskusi antar agama, kajian lintas agama, dan sebagainya, seharusnya hal yang sama dilakukan terhadap eksistensi ideologi. Kajian lintas ideologi perlu dilakukan dan secara ilmiah harus diakui oleh dunia akademis sebagai sebuah tradisi intelektual.

Ada banyak hal yang bisa ditarik dari suatu konteks realitas ideologi. Konsep-konsepnya, sistemnya, cara kerjanya, faktanya, tokoh-tokohnya, peradabannya, dan lain-lain. Poster *Lord of War* lebih banyak merepresentasikan ideologi Amerika Serikat dengan menampilkan hal-hal yang berkaitan dengan fakta atau realitas yang dihasilkan (*output*) dari penerapan ideologi tersebut. Poster ini menampilkan satu ilustrasi manusia peluru dengan *close up* sebatas kepala hingga bahu. Foto semacam ini mirip dengan foto pada kartu-kartu identitas. Diperkuat dengan tata letak teks informasi yang tidak lazim yaitu mengikuti bidang poster searah jarum jam, dari kiri, atas, hingga kanan, sehingga tampak seperti membingkai bidang poster, menegaskan pentingnya identifikasi sosok manusia peluru ini. Secara keseluruhan terbaca bahwa sosok manusia peluru itu adalah seorang yang

mendapat gelar *Lord of War* dengan slogan yang menunjukkan cara pandangnya, yaitu “*where there's a will, there's a weapon*”.

Setelah dilakukan interpretasi atas kedua poster dalam penelitian ini, dapat disimpulkan nilai-nilai ideologi yang terepresentasi dalam poster *Lord of War* adalah sebagai berikut;

1. Kapitalisme dengan sistem pasar bebasnya.
2. Peradaban material yang dihasilkan kapitalisme, dengan ukuran-ukuran material untuk mendefinisikan cita-cita dan kesuksesan.
3. Perang di sini hanya berarti penciptaan pasar yang membutuhkan senjata, sehingga muncul “*demand*” senjata dalam jumlah besar dan karenanya “*offer*” senjata bisa menjadi komoditas yang menguntungkan.
4. Sosok manusia peluru yang menjadi kunci mewakili Amerika Serikat digambarkan tengah mengalami pencapaian materi dan hegemoni yang luar biasa. Akan tetapi meskipun demikian digambarkan pula dibalik itu telah terjadi dehumanisasi yang fatal.

Poster *Rambo* di sisi lain lebih kepada menyingkap bagaimana sebuah ideologi bekerja di dalam sistemnya sendiri. Poster ini tidak mengandung secara tegas satu ideologi tertentu, akan tetapi lebih kepada ideologi Amerika secara umum yang digambarkan kuat, tidak terbantahkan, dan mampu memenuhi harapan setiap orang. Dapat disimpulkan nilai-nilai ideologi yang terepresentasi dalam poster *Rambo* adalah sebagai berikut;

1. Diplomasi kebudayaan dengan senjata 3-F, yaitu *food*, *fun*, dan *fashion* disediakan besar-besaran untuk konsumsi masyarakat

dunia sehingga masyarakat tanpa sadar merasa mempunyai dan menginternalisasikan nilai-nilai ideologi Amerika.

2. Industri hiburan, dalam hal ini film dengan segala pernik-perniknya merupakan salah satu ujung tombaknya.
3. Poster Rambo mengemban misi menyuplai harapan dan memberikan “mimpi” kepada masyarakat dunia untuk terus bergantung pada ideologi ini.
4. Sosok fiktif Rambo adalah personifikasi dari perjuangan dan kepahlawanan Amerika Serikat dalam menumpas ketidakadilan dan meluruskan berbagai penyimpangan yang tidak pernah ada habisnya terjadi di dunia ini.

B. Saran

Komunikasi adalah menyampaikan pesan, desain komunikasi visual adalah mengemas pesan secara visual supaya lebih menarik dan mudah dipahami. Pengertian ilmu tersebut adalah netral, tidak terikat nilai (*value-free*). Akan tetapi, kalau sudah bicara tentang pesan apa yang hendak disampaikan, maka pesan itu bisa memuat satu nilai tertentu. Permasalahannya, apakah seorang desainer komunikasi visual sebagai praktisi komunikasi yang –katakanlah- profesional, harus bersikap obyektif ekstrim atau bebas nilai (*value free*) sehingga bisa menyampaikan pesan apa saja dari siapa saja kemana saja? Idealnya tentu tidak begitu, karna pada fitrahnya tiap manusia akan membela suatu nilai tertentu yang diyakininya, apapun itu. Dan peradaban material sekarang merusak tatanan fitrah itu. Dengan menciptakan

suasana hedonistis yang tak ada bandingannya, manusia menjadi sangat tergantung dengan materi dan uang. Kompromi nilai terus dilakukan demi uang. Apakah fitrah manusia membela suatu nilai yang diyakini itu hilang dan menjadi tidak tepat? Tentu tidak, fitrah itu adalah sesuatu yang melekat dan tidak akan hilang. Artinya fitrah membela suatu nilai itu tidak hilang melainkan tanpa disadari bergeser pada membela nilai-nilai material, uang, harta dan perut sendiri.

Desainer komunikasi visual adalah pemegang peran penting bagaimana sebuah pesan tersampaikan dengan baik dan efektif dipahami. Yang penting di sini adalah bagaimana seorang desainer tidak menghabiskan potensi dirinya untuk menyampaikan pesan yang “pesanan”. Satu hal yang menjadi kunci adalah bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu yang membutuhkan wawasan yang sangat luas dan pikiran yang terbuka. Tidak ada satu bahasan yang *out of topic* dalam kacamata seorang praktisi ilmu komunikasi, termasuk desainer komunikasi visual. Bagaimana kita akan mengkomunikasikan sesuatu pesan sedang kita sendiri tidak memahami hakekat dari pesan tersebut?

Oleh karena itu lembaga akademis mempunyai peran penting untuk memprakarsai tradisi intelektual kajian antar ideologi. Paling tidak, lembaga desain komunikasi visual bisa mengadakan kuliah tentang wawasan umum. Budaya ilmu untuk ilmu dalam konteks desain komunikasi visual menurut hemat penulis kurang tepat. Komunikasi untuk komunikasi mengantarkan kita pada kebingungan sikap. Dengan tanpa menghilangkan sikap obyektivitas yang memang harus dijunjung tinggi, kajian tentang ideologi, kritik ideologi.

ataupun perbandingan ideologi, tetap harus digagas dan program studi desain komunikasi visual bisa memulainya.

Akhirnya, semoga kajian ideologi yang dilakukan dalam skripsi ini dapat diterima sebagai sebuah wacana desain komunikasi visual, memberi kontribusi berarti bagi khasanah keilmuan desain komunikasi visual, serta berguna bagi seluruh akademisi berikut generasi penerus program studi ini.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Athiyat, Ahmad. *At-Thariq*. Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2004.
- Barber, Benjamin R. *Jihad VS Mc World, Fundamentalisme Anarkisme Barat dan Benturan Peradaban*. New York: Ballantine Books, 2002.
- Efendy, Heru. *Mari Membuat Film Panduan Menjadi Produser*. Yogyakarta: Panduan, 2002.
- Fiske, John. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Fukuyama, Francis. *Kemenangan Kapitalisme dan Demokrasi Liberal*. Yogyakarta: Qalam, 2001.
- Husaini, Adian. *Wajah Peradaban Barat dari Hegemoni Kristen ke Dominasi Sekular Liberal*. Jakarta: Gema Insani, 2005.
- King, Emily. *Movie Poster*. London: Octopus Publishing Group Ltd, 2003.
- Pawito, Ph.D. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS, 2007.
- Nuradi dan tim Penyusun. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Utama, 1996.
- Rustan, Suriyanto. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Schumpeter, Joseph A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York dan London: Harper & Brothers Publishers, 1942.



Shimp, Terence. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga, 2001.

Sihombing, Danton. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia—Pustaka Utama, 2001.

Sobur, Alex. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya offset, 2006.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan bahasa. *Kamus Besar Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Y. Al-Barry, M. Dahlan, dan L. Lya Sofyan Yacub. *Kamus Induk Istilah Ilmiah*. Surabaya: Target Press, 2003.

Yusanto, Ismail. *Islam Ideologi, Islam dan Politik Global Barat Pasca Komunisme*. Bangil: Al-Izzah, 1998.

Makalah dan Jurnal :

Kurnia, MR. *Wawancara*. Jurnal Al-Wa'ie, Desember, 2006.

Wadjudi, Farid. *Ideologi Transnasional*. Jurnal Al-Wa'ie, Juni, 2007.

Zarkasy, Dr. Hamid Fahmi. *Pandangan Hidup Islam dan Kapitalisme Barat*. Makalah *Workshop* Pemikiran dan Peradaban. Yogyakarta, 15 April 2007

Surat Kabar

Iklan bergambar Harry Roesli, Kompas, 13 Juni 2005

Iklan bergambar Soe Hoek Gie, Kompas, 18 Juni 2005

Iklan bergambar Chairil Anwar, Kompas, 25 Juni 2005

Website :

<http://en.wikipedia.org>

<http://www.imdb.com>

<http://www.impawards.com>

<http://www.investorwords.com/713/capitalism.html>

<http://www.hizbut-tahrir.or.id>

