

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah mengkaji dan menginterpretasikan foto iklan rokok Gudang Garam Djaja Edisi Rahasia Djaja Tahun 2015 dengan mencari makna yang terkandung dalam foto iklan tersebut, Penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah mengkaji foto iklan rokok dalam pemaknaan denotatif yaitu makna yang sesungguhnya atau bisa dikatakan ini merupakan makna harfiah. Makna tersebut terlihat jelas secara tersurat dalam setiap foto iklan rokok tersebut.
2. Dalam pemaknaan konotatif, makna foto iklan rokok yang didapat adalah makna yang tidak langsung atau bisa dikatakan merupakan makna tersirat. Setiap makna yang terkandung dalam foto iklan rokok tersebut dapat diserap dari berbagai pemikiran dan interpretasi. Makna ini timbul dari keterkaitan tanda-tanda yang terbentuk dari setiap subjek yang ada di dalam foto iklan tersebut.
3. Sifat maskulinitas yang paling dominan dalam foto iklan rokok Gudang Garam Djaja tersebut adalah *Be a Sturdy Oak*. Pada umumnya, laki-laki yang memiliki sifat tersebut akan lebih disegani dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia.
4. Dalam foto iklan rokok tersebut, didapatkan pemaknaan mengenai laki-laki. Konsep maskulin yang dihadirkan tersebut umumnya sejalan dengan stereotip seorang laki-laki dalam masyarakat Indonesia.

Stereotip ini menebal menjadi mitos maskulinitas di tengah masyarakat Indonesia.

5. Bagi produsen rokok, konsep iklan yang digunakan menjadi sebuah *win-win solution* agar mereka tetap bisa mengiklankan produknya di tengah masyarakat tanpa melanggar larangan yang ada.

B. Saran

Dari kesimpulan hasil analisis data diatas peneliti mengungkapkan beberapa saran yang bermanfaat, yaitu keterbatasan dalam penelitian berupa data yang kurang lengkap serta kurangnya referensi mengenai konsep maskulinitas. untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk membahas kajian fotografi menggunakan metode semiotika, khususnya metode semiotika konotasi, agar memperluas dan memperdalam referensi yang dibutuhkan untuk pemaknaan fotografi. Dengan memahami metode semiotika, kajian yang akan dilakukan dapat diinterpretasikan sesuai dengan kemampuan dan cara pandang masing-masing dan ini memungkinkan terjadi perbedaan dengan orang lain. Selain itu, untuk peneliti selanjutnya yang hendak menggunakan konsep maskulinitas, agar memperdalam referensi mengenai maskulinitas.

Akhirnya temuan dari studi ini tidak lain adalah jawaban dari rumusan masalah sebelumnya. Menyadari banyaknya kekurangan dalam penelitian ini, diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik dan berguna bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdilah, Ubed S. 2002. *Politik Identitas Etnis Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Magelang: IndonesiaTera
- Abdi, Yuyung. 2012. *Photography from My Eyes*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Barthes, Roland. 1977. *Image Music Text*. London: Harper CollinPublisher
- _____. 1983. *Mitologi, terj.* Nurhadi dan A. Sihabul Millah. Rev.Ed. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Christomy, Tommy. 2004. *Semiotika Budaya*, Depok: PPKB Universitas Indonesia
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*, Yogyakarta : Jalasutra
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Harsanto, Prayanto W. 2016. *Retorika Visual Fotografis dalam Iklan Koran*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius
- Jacobs Jr., Lou. 2010. *Professional Commercial Photography: Techniques and Images from Master Digital Photographers*. New York: Amherst Media Inc.
- Levine, Martin P. 1998. *Gay Macho*. New York: New York University Press.
- Mulyana, Dedy. 2002. *Metode Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Cetakan Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Soedjono, Soeprapto. 2007. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuningsih, Sri, 2013. *Desain Komunikasi Visual*, Bangkalan, UTM Press.
- Wibisono, Nuran dan Benny Prasetyo. 2014. *Kretek: Kemandirian dan Kedaulatan Bangsa Indonesia*, Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Jurnal dan Skripsi

- Ansori, Muhammad Toyib. *Representasi Pria Dalam Iklan Vaseline for Men Versi Ariel Noah (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2014
- Hamidah, Lilik dan Chalimatus Sa'diyah. *Analisis Simbol Iklan Rokok Dji Sam Soe Gold Edisi Halus dan Mantap (Kajian Analisis Semiotik Pendekatan Roland Barthes)*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No.2 (Oktober 2011)
- Jewitt, C. *Images of Men: Male Sexuality in Sexual Health Leaflets and Posters for Young People*, Sociological Research Online, vol. 2, no. 2, <<http://www.socresonline.org.uk/2/2/6.html>>
- Kurnia, Novi. *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 8, Nomor 1 (Juli 2004)
- Priambodo, Yudho. *Denotasi dan Konotasi dalam Karya Fotojurnalistik Bencana Alam Tanah Longsor di Banjarnegara pada Hariian Kompas Edisi 13-18 Desember 2014*. Skripsi Sarjana, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bantul, 2015.
- Priyatin, Deni. *Kajian Semiotika Foto Headline Peristiwa Seni Budaya di SKH Kedaulatan Rakyat (Periode Oktober 2015)*. Skripsi Sarjana. Jurusan Fotografi, Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2016
- Saputra, Indra. *Analisis Semiotik Wacana Iklan Rokok A Mild Edisi Go Ahead Versi Gapai Mimpi Go Ahead, Setia Kawan Go Ahead, Dan Pikir Pendek Go Ahead*. Skripsi Sarjana, Jurusan Bahasa dan Seni, Program Studi Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah, Universitas Mataram, Mataram, 2012.

Pustaka Laman:

- Dimas. *Pengenalan Jenis-Jenis Rokok Yang Umum Dijual di Indonesia* (<http://reviewrokok.blogspot.co.id/2015/08/pengenalan-jenis-jenis-rokok-yang-umum.html>, Diakses 18 Februari 2017)
- _____. *Gudang Garam Djaja, Skt Value For Money Dari Gudang Garam* (<http://reviewrokok.blogspot.co.id/2016/11/gudang-garam-djaja-skt-value-for-money.html>, Diakses 8 Juli 2017)
- http://www.gudanggaramtbk.com/investor/laporan_tahunan (Diakses 8 Juli 2017)
- http://www.gudanggaramtbk.com/tentang_kami (Diakses 8 Juli 2017)
- <http://berakar.com/about/> (Diakses 7 Juli 2017)

Handoko, Aran. (<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/Aran%20Handoko,%20S.Sn.%20M.Sn./Fotografi%20iklan.pdf>, akses 18 Februari 2017)
(*Pengertian Fotografi Desain*, <http://elearning.uns.ac.id/course/info.php?id=585>,
Diakses 19 Februari 2017, 23:22 WIB).

