

BAB V

PENUTUP

V.I. Kesimpulan

Iklan rokok Djarum 76 versi “matre” merupakan sebuah inovasi baru dalam dunia periklanan Indonesia, yang mengangkat budaya Jawa dalam konsep iklannya. Serta terdapat konteks implisit, mengenai hubungan antara target pasar rokok Djarum dengan kelas sosial budaya Jawa. Selain itu, masyarakatnya susah di pengaruhi untuk mengikuti perkembangan teknologi, karena dianggap masih mempercayai hal-hal yang mistis dan *ghaib*. Ilmu yang di dapat pun berasal dari ruh nenek moyang secara turun temurun, yang kemudian ruh nenek moyang tersebut di percaya untuk melindungi keluarga yang masih ada di bumi. Ruh nenek moyang akan datang jika di panggil melalui upacara adat Jawa.

Berdasarkan analisis dari bab 4, yang menjadi fokus penelitian ini ialah tidak adanya kelas sosial antar budaya. Namun, kelas sosial itu sendiri akan ada di dalam budaya itu sendiri khususnya budaya Jawa. Kelas sosial yang ada di dalam budaya Jawa ialah kelas sosial golongan *Priyayi*, *Bndoro* dan *Wong Cilik*.

V2. Saran

Penulis membagi saran untuk penulis ini dengan menggunakan dua aspek yaitu secara akademis dan secara praktis. Saran yang diberikan pada penulisan ini adalah sebagai berikut:

V21. Saran Akademis

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan ini. penulis

berharap agar penulis selanjutnya dapat lebih menggali filosofi dan makna pada simbol-simbol yang ada di dalam budaya Jawa. Selain itu, juga lebih banyak mencari tahu dengan cara bertanya dan mencari data-data yang akurat mengenai budaya Jawa tersebut.

V22. Saran Praktis

Saran dari penulis yang bisa diberikan ialah, untuk pihak Djarum 76 tetap mempertahankan unsur komedi dan *relate* dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Sehingga masyarakat akan merasa dekat dengan iklan yang ditampilkan dan pesan yang di bawa juga tersampaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alex Sobur, 2015. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Rosda.
- Anastasia Yuni Widyaningrum. 2018. *Material Reading: Psikologi Komunikasi*. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Burhan, Bungin. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta
- Chandler, Daniel. (2007). *Semiotics The Basics*. USA dan Kanada: Routledge
- Dewi. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Penerbit Citra books Indonesia.
- Hall, Stuart. (2003). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Ed. Stuart Hall. London: Sage Publication.
- Hall, Stuart. (1997). *The Work of Representation. Theories of Representation: Ed. Stuart Hall*. London. Sage publication. Hal 10-11
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hertati, Kardha P.C.D, Indiwara M, & Yasmin D.I. 2017. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Koentjaraningrat. 1994. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kuntowijoyo. 2006. *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana. Jefkins, Frank. 1995. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

- Moleong L.J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Mulder, Niels. 1995. *Pribadi dan Masyarakat di Jawa*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Kertamukti R. 2017. *Stratergi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Moerdijati S. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Departemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga,
- Piliang, Yasraf. *Dia yang dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Jalasutra, 2004
- Saussure, Ferdinand de. 1972. *Pengantar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Gassing S.S & Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Widarmanto T. 2017: 10-12. *Pengantar Jurnalistik: Panduan Awal Penulis dan Jurnalis*. Yogyakarta: Araska Publisher.

Skripsi

- Dai Y. (2019). *Penggambaran Orang Papua pada Iklan Tokopedia (Disertai, Program Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya, Indonesia)*. Di dapat dari <http://repository.wima.ac.id.pdf>
- Garniefansafia, O. 2017. *Analisis Semiotika Visual Karakter Jin pada Iklan Rokok*

Djarum 76 “ Mawar Kembang Desa” untuk mempresentasikan budaya Jawa. Di dapat dari <http://repository.unika.ac.id/>

Hartono N. D. (2019). Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Axe versi *Dark and Gold* (Disertai, Program Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya, Indonesia). Didapat dari <http://repository.wima.ac.id.pdf>

Sanjaya K.I. (2019). Penggambaran Makulinitas Laki-Laki dalam Iklan Rokok Gudang Garam *Signature Versidarts* (Disertai, Program Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya, Indonesia). Didapat dari <http://repository.wima.ac.id.pdf>

Rahayu A M. (2011). Bahasa Jawa sebagai Media Komunikasi Keluarga Jawa Masa Kini (Disertai Program Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia). Didapat dari <https://core.ac.uk/download/pdf/11728299.pdf>

Internet

15 Alat Musik Gamelan Jawa Beserta Gambar dan Penjelasannya. (2019). Gasbanter.com [on-line]. Diakses pada tanggal 21 September 2020 dari <https://gasbanter.com/gambar-gamelan-jawa/>

Ambar (2018, 17 April). 8 Teori Representasi dalam Komunikasi Visual – Konsep dan Macamnya. Pakar Komunikasi [on-line]. Diakses pada tanggal 23 September 2020 dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-representasi-dalam-komunikasi-visual>

Daerah Penghasil Kayu Jati Terbesar di Indonesia. (2020). Inspiring.id [on-line]. Diakses pada tanggal 21 September 2020 dari <https://inspiring.id/daerah-penghasil-kayu-jati/>

Gilang Fauzi (2016, 31 Mei). Hikayat Kretek dari Roro Mendut hingga Djamhari.

Cnnindonesia.com [on-line]. Diakses pada tanggal 24 September 2020 dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160531103047-20-134659/hikayat-kretek->

[dari-ro-ro-mendut-hingga-djamhari](#)

Indah Saputri. 2012. Makna Dari Busana Adat diakses pada tanggal 12 November 2020 dari <https://www.patikab.go.id/v2/id/2011/02/09/makna-yang-tersirat-dalam--busana-a-dat-jawa/>

Nugroho, “Kebudayaan Jawa: Jenis, contoh dan sejarahnya”. Diakses pada 20 Oktober, 2018. <https://ilmuseni.com/seni-budaya/kebudayaan-jawa>

Pengertian Budaya Dan Kebudayaan (2018, November). Literasipublik [on-line]. Diakses pada tanggal 24 September 2020 dari <https://www.literasipublik.com/pengertian-budaya-dan-kebudayaan>

Safitri E. (2020, 31 Juli). Mengenal jarit, Jenis Kain Indonesia dari Tanah Jawa dan Ternyata untuk Acara Sakral. Pangandaran.id [on-line]. Diakses pada tanggal 21 September 2020 dari <https://pangandaran.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-10644120/mengenal-jarit-jenis-kain-indonesia-dari-tanah-jawa-dan-ternyata-untuk-acara-sakral>

Tergesernya Budaya Asli Indonesia Oleh Budaya Barat (2016, 03 Juni). Kompasiana [on-line]. Diakses pada tanggal 24 September 2020 dari <https://www.kompasiana.com/mochammadjimly/5750657bc723bde10ae99182/tergesernya-budaya-asli-indonesia-oleh-budaya-barat>

Tim Penulis B-Pikiran. (2019). Iklan. B-Pikiran.cekkembali [on-line]. Diakses pada tanggal 11 Febuari 2020 dari <https://b-pikiran.cekkembali.com/iklan/>

Triasih. (2018, 04 April). Mengenal Jenis-jenis Konde dan Maknanya. Rilis.id [on-line]. Diakses pada tanggal 21 September 2020 dari <https://rilis.id/mengenal-jenis-jenis-konde-dan-maknanya>

Tri Suharyati (2020, 03 Maret). Mengenal Suku Jawa, Sejarah, dan Kebudayaanya. Detik.com 2020-03 [on-line]. Diakses pada tanggal 24 September 2020 dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-4921040/mengenal-suku-jawa-sejarah-dan-kebudayaannya>

Vannisa (2018, 25 November). Pakaian Adat Jawa Tengah. Perpustakaan.id [on-line]. Diakses pada tanggal 21 September 2020 dari <https://perpustakaan.id/pakaian-adat-jawa-tengah/>

Jurnal

Ardianda, A., Sudrajat, R., & Nasionalitas, K. 2016. Representasi Kecantikan dalam Video Klip Bercahaya. E-Proceeding of Management volume 3 no. 2, Agustus 2016.

Budiwiyanto, J. 2013. Rumah Tradisional Jawa dalam Sudut Pandang Religi. Ornamen volume 10 no. 1, Januari 2013.

Hananto, F. 2020. Gamelan Sebagai Simbol Estetis Kebudayaan Masyarakat Jawa. Jurnal Representamen volume 6 no.1, April 2020.

Herniti, E. 2012. Kepercayaan Masyarakat Jawa terhadap Santet, Wangsit, dan Roh

Menurut Prespektif Ewards Evans Pritchards. *Thaqafiyat* volume 13 no.2, Desember 2012.

Hidayat, R., & Prasetio. 2015. Representasi Nasionalisme dalam Habibie Ainun. *Jurnal Visi Komunikasi* volume 14 no., Mei 2015.

Khatimah H. Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat. *Journal UIN Mataram*. Volume16, No. 1, Desember 2018.

Makmur, T., & Widyaningrum. Relasi Kuasa dalam Harmoni Budaya Jawa. *Jurnal Komunikatif* volume 8 no. 2, Desember 2019.

Maunah, B. 2015. Stratifikasi Sosial dan Perjuangan Kelas dalam Prespektif Sosiologi Pendidikan. *Taalum* volume 3 no. 1, Juni 2015.

Pah, T., & Darmastuti. 2019. Analisis Semiotika John Fiske dalam Tayangan Lentera Indonesia Episode Membina Potensi Para Penerus Bangsa di Kepulauan Sula. *Journal of Communication Studies* volume 6 no. 1, 2012.

Pertiwi, D., Santoso, H., & Lukmantoro. 2014. Representasi Orang Jawa dalam Iklan Televisi Djarum 76. *E-journal* volume 2 no.2, Januari 2014.

Puspita, D., & Nurhayati. 2018. Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Realitas Bias Gender pada Iklan Kisah Ramadhan Line Versi Adzan Ayah. *ProTVF* volume 2 No. 2, September 2018.

Ratnawati, A. 2016. Analisis Biaya Produksi Rokok Djarum di Kabupaten Kudus. *Economic Development Analysis Journal* volume 5 no.1, 2016.

Setyawan, A., & Musaffak. 2019. Mistisme Sebagai Bentuk Literasi Budaya di Kalangan

Masyarakat Jawa. Prosiding SENASBASA volume 3 no.1, 2019.

Suryadi, M. 2019. Potret Kekuatan Jawa dalam Bingkai Peralatan Tradisional Masyarakat

Jawa Pesisir Melalui Analisis Peran Semantis. NUSA volume 14 no.1, Februari 2019.

Utomo, T., & Subyantoro. 2012. Nilai Kearifan Lokal Rumah Tradisional Jawa.

Humaniora volume 24 no. 3, Oktober 2012