

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Dalam skripsi ini, peneliti menarik sebuah kesimpulan bahwa makna yang diciptakan adalah terlihat akan adanya “politinarsisme” melalui *sign* yang ada pada iklan poster ini. “Politinarsisme” ini muncul melalui penggantian Nikita Khrushcheva dengan sosok Wisnu Wardhana yang sarat akan propaganda melalui *transfer device*, adanya pemaksaan penyejajaran Wisnu Wardhana dan Ir. Soekarno, serta bagaimana Wisnu Wardhana diposisikan dalam iklan politik ini. Penggantian foto ini menyebabkan sejajarnya posisi duduk Wisnu Wardhana dengan Ir. Soekarno sehingga propaganda *transfer device* dapat berjalan lebih lancar, karena orang yang melihat akan menyandingkan Wisnu Wardhana dengan Ir. Soekarno, tidak hanya dari posisi namun dari kharisma, nilai, hingga citra. Penggabungan keduanya yang cenderung memaksa ini juga mengakibatkan kekerasan simbolik yang menghasilkan makna baru dari foto aslinya bersama Nikita Khrushchev.

Wisnu Wardhana dengan bahasa tubuh yang sedemikian rupa juga ditampilkan dengan wajah tersenyum, gestur tangan sebagai bahasa non-verbal, serta busana formal lengkap dengan pecinya menampakkan sebagai seorang elite politik yang bermartabat dan berkharisma. Komponen-komponen tersebut berdiri sebagai peneguhan jati diri sekaligus penunjukkan eksistensi diri dima

na ia semestinya diposisikan. Dan dalam hal ini, Wisnu Wardhana diposisikan layaknya seorang elite politik yang dapat menjadi tumpuan rakyat karena adanya upaya penampakan kharisma tersebut. Ia juga memosisikan diri sebagai elite politik yang menyanjung Ir. Soekarno sehingga Wisnu Wardhana mengikuti apa yang Ir. Soekarno galakkan dahulu kala. Citra yang dicoba dibangun cenderung instan tanpa adanya proses, sehingga *keseketikaan politik* dan *artifisialisme politik* dengan menjadikan Wisnu Wardhana sebagai sosok sebaik mungkin inilah yang mengindikasikan adanya politinarsisme pada iklan politik ini berdasarkan uraian Tinarbuko (2009).

Sedangkan teks yang muncul yaitu nama terang dan jabatan Wisnu Wardhana serta Ir. Soekarno di bawah gambar merupakan penegasan atas apa yang digambarkan pada gambar. Nama yang disertai oleh jabatan menunjukkan intelegensi serta kapabilitas mereka. Namun adanya kesamaan gelar sarjana disini membuktikan bukan hanya Wisnu Wardhana dan Ir. Soekarno merupakan seorang insinyur, tetapi juga menggambarkan makna bahwasanya karena mereka memiliki gelar sarjana serta latar belakang pendidikan yang sama, maka apa yang dapat dilakukan oleh Ir. Soekarno dapat pula dilakukan oleh Wisnu Wardhana.

Adapula jabatan dari Wisnu Wardhana sebagai Ketua Laskar Anti Korupsi Jawa Timur serta Ir. Soekarno sebagai presiden pertama Indonesia, yang sama-sama menetapkan keduanya pada tingkat kepemimpinan tertinggi dalam sebuah lingkup organisasi. Hal tersebut dapat diidentifikasi bahwa Wisnu Wardhana memiliki posisi yang penting dalam suatu organisasi selayaknya Ir. Soekarno. Ditambah dengan jargon yang ia serukan yang tertulis di bawahnya untuk menggalakkan nilai ketegasan,

keberanian, dan kejujuran yang ditunjukkan oleh Ir. Soekarno untuk diterapkan dalam membawa negeri ini pada perubahan. Hal yang dimaksud adalah untuk memberantas korupsi dengan menanamkan nilai-nilai luhur dari Ir. Soekarno. Dengan adanya jabatan Wisnu Wardhana sebagai ketua pada Laskar Anti Korupsi Jawa Timur, maka ia ingin diposisikan sebagai elite politik yang memiliki nilai lebih di mata masyarakat karena juga menjalankan perannya sebagai Ketua Laskar Anti Korupsi Jawa Timur. Segala bujuk rayu melalui katakata yang tertera pada poster iklan politik ini merupakan cerminan dari *politik reduksi* untuk meyakinkan citra Wisnu Wardhana selayaknya suatu kebenaran. Kamufase politik ini merupakan salah satu ciri politinarsisme pula.

Jadi, dapat terlihat pula adanya usaha Wisnu Wardhana dalam pencitraan politik pada dirinya sebagai seorang elite politik yang ingin diterima masyarakat. Terlebih lagi dengan terkaitnya Wisnu Wardhana dalam salah satu kasus korupsi BIMTEK pada tahun 2012. Fenomena ini juga terlihat pada saat ini dalam kebanyakan iklan politik berisikan sejumlah tulisan, baik berupa huruf, angka, maupun frase bahkan juga kalimat. Ia juga dilengkapi dengan nama beserta gelar kesarjanaannya. Nama beserta jargon atau slogan yang dicanangkannya menunjukkan ikatan politiknya. Hal ini relevan dengan pemikiran Barthes tentang kemungkinan pengertian gambar dan teks yang menyertainya. Pertama, teks membentuk pesan parasitits yang dirancang untuk mengonotasikan gambar. Bukan gambar yang menguraikan atau mewujudkan teks. Melainkan teks mensublimasikan atau merasionalisasikan gambar. Kedua, teks muncul untuk menduplikasi gambar dimana teks termasuk dalam denotasinya.

Iklan-iklan politik para elite politik ini digunakan untuk membangun sebuah citra politik, sebuah mesin propaganda yang pada akhirnya hanya akan mengumbar narsisme politik dalam kontstasi politik. Teks disini diarahkan untuk merasionalisasikan (membenarkan) atau mengukuhkan (meneguhkan) gambar berupa foto masing-masing diri elite politik tersebut.

Dalam penggunaannya, terdapat makna-makna yang sarat akan narsisme politik, pencitraan, serta propaganda. Hal ini dilihat pada penggunaan setiap tanda yang ada pada iklan tersebut. Tanda-tanda tersebut juga bertujuan persuasif melalui *halo effect* yang diharapkan dapat menumbuhkan perspektif serta citra positif pada Wisnu Wardhana kepada masyarakat. Efek-efek ini diharapkan membawa dampak lanjutan yaitu perubahan sikap mereka terhadap Wisnu Wardhana dengan mendukung aksi-aksinya di dunia politik Surabaya.

Kini peneliti, dengan menggunakan metode semiotika dapat membantu untuk menemukan makna di balik tanda-tanda yang ada dalam iklan politik tersebut. Dan tanda-tanda itu memberikan penjelasan tentang apa yang sebenarnya dimaksudkan serta tujuan dari pembuatan iklan politik yang cukup kontroversial ini.

IV.2 Saran

IV.2.1. Bagi Akademis

Dalam menginterpretasi sebuah teks, pada akhirnya memungkinkan untuk menghasilkan beragam hasil interpretasi. Dengan demikian, hasil interpretasi peneliti terhadap iklan politik Wisnu Wardhana bersama Ir. Soekarno merupakan salah satu

pemaknaan diantara banyaknya makna lain. Interpretasi ini bukanlah satu-satunya interpretasi yang benar. Selain itu, peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat lebih diperdalam dengan menggunakan ranah penelitian visual lainnya seperti *site of production* atau *site of audience* untuk mendapatkan hasil pemaknaan dari sudut pandang lainnya. Namun peneliti juga mengharapkan bahwa dengan adanya penelitian ini, maka dapat menjadi salah satu sumber baru dan pembanding terhadap tema penelitian yang sama pada iklan politik. Selain itu, peneliti mengharapkan bahwa pemaknaan yang dilakukan dapat memberikan gambaran lain mengenai aktivitas iklan politik yang saat ini sedang ramai digalakkan, terutama dalam kancah politik lokal.

IV.2.2. Bagi Masyarakat

Semiotika merupakan salah satu cara untuk melihat sebuah teks sebagai sesuatu yang terbuka. Ia kemudian dapat menimbulkan beragam interpretasi. Oleh karena itu, peneliti berharap bahwa dalam menelisik sebuah teks, terutama iklan politik, hendaknya kita lebih jeli dan membuka mata kita serta otak kita kepada pengetahuan serta nilai dan kultur yang melekat.

Apa yang kita lihat di awal tidak selalu benar. Akan lebih bijak untuk menentukan dan menilai seseorang tidak hanya dari persepsi awal. Khususnya pada kaum elite politik, yang rawan akan banyaknya permainan politik di dalamnya. Kemampuan ini sangat penting dimiliki, karena pesan-pesan di media merupakan sebuah konstruksi buatan atas kepentingan tertentu. Ia diciptakan dengan bahasa kreatif

untuk tujuan tertentu, seperti pengkonstruksian citra seseorang atau propaganda yang justru membawa sedikit manfaat kepada masyarakat.

