

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis semiotika pada penelitian yang penulis lakukan dengan judul **DINAMIKA ISU-ISU MULTIKULTUR DALAM IKLAN TELEVISI COCA-COLA PERIODE 1990-2010 (Analisis Semiotik Isu Kelompok Minoritas Dalam Iklan Televisi / TVC Coca-Cola Versi Budaya Indonesia, Versi Kabayan, dan Versi Piala Dunia 2010)**, maka peneliti menemukan beberapa hasil penelitian bahwa iklan televisi (TVC) Coca-Cola tahun 1990 sampai 2010 telah menampilkan banyak tema multikultur dalam iklannya. Keberagaman kultur yang ditampilkan dapat dipadukan dalam suatu tayangan iklan secara baik.

Ditampilkannya multikultur dalam iklan televisi Coca-Cola seperti dua sisi koin. Satu sisi, multikultur dalam iklan televisi Coca-Cola dapat menjadi salah satu wadah dalam rangka menampilkan berbagai macam keberagaman yang ada, akan tetapi di sisi lain juga akan memunculkan polemik baru. Salah satu polemik tersebut yaitu dengan ditampilkannya multikultur, akan terlihat jarak yang sangat jelas antara kelompok mayoritas dengan minoritas. Menampilkan sosok dari kelompok minoritas akan memunculkan pengartian yang berbeda-beda bagi audiens.

Sosok – sosok kelompok minoritas dalam iklan televisi Coca-Cola tersebut mengalami suatu dinamika. Kulit hitam sebagai kelompok minoritas

sudah seringkali diangkat dalam berbagai macam media. Di Indonesia, Etnis Papua telah sering mendapat jatah tersendiri sebagai kelompok minoritas. Dalam iklan televisi Coca-Cola, Etnis Papua ditampilkan sebagai kelompok minoritas yang sangat berbeda dengan etnis lain sebagai etnis mayoritas. Lelaki dari Etnis Papua dalam iklan versi Budaya Indonesia digambarkan sebagai pelengkap dari Etnis Jawa dan Bali. Pada iklan tersebut, Etnis Jawa dan Bali ditampilkan sebagai *point of interest* dengan posisi yang lebih dominan daripada dengan lelaki Etnis Papua.

Selain sebagai pelengkap dari kelompok mayoritas, kelompok minoritas juga ditampilkan dengan citra yang tampak jauh di bawah kelompok mayoritas. Lelaki dari Etnis Papua ditampilkan dengan segala keprimitifannya. Ditampilkan dengan porsi yang dominan, keprimitifan Etnis Papua terlihat jelas di antara kebudayaan tradisional yang lebih terlihat sopan dan modern yang ditampilkan oleh Etnis Minang, Etnis Bali dan Etnis Jawa.

Kelompok minoritas kulit hitam Afrika juga seringkali dijadikan sebagai salah satu pilihan ke tiga yang ditampilkan oleh banyak media di dunia. Dalam banyak film hollywood, etnis kulit hitam Afrika sering mendapat peran sebagai orang yang lemah, bodoh, primitif, serta menjadi pemeran yang antagonis. Lain halnya dengan yang sewajarnya, etnis kulit hitam Afrika dalam iklan versi Piala Dunia 2010 ditampilkan sebagai tokoh utama. Mengangkat selebrasi sensasional yang dilakukan oleh pemain Afrika Roger Milla, selebrasi dengan menari yang dilakukan pertama kali oleh Roger Milla hingga saat ini terus berkembang dan masih dilakukan oleh banyak

pesepakbola dunia. Etnis minoritas dalam iklan tersebut mampu memberi inspirasi dan menjadi seorang *trendsetter* bahkan menjadi salah satu orang yang berpengaruh di jagad sepakbola dunia. Hal ini menunjukkan bahwa orang dari kelompok minoritas yang tidak diperhitungkan bahkan diremehkan keberadanya mampu menunjukkan bahwa dirinya juga bias memiliki peran yang besar di dunia.

Tidak melulu tentang kulit hitam, kelompok minoritas lain yang diangkat oleh Coca-Cola adalah orang kampung yang baru pertama kali datang ke kota besar. Orang kampung Sunda yang baru pertama kali datang ke kota besar menjadi etnis minoritas dalam iklan versi Kabayan. Dia (Kabayan) dianggap sebelah mata dan diacuhkan oleh kelompok mayoritas (orang kota) karena jarak yang sangat berbeda antara kelompok mayoritas dengan minoritas. Bodoh, kurang pendidikan, kampungan, menjadi beberapa faktor lain yang menyebabkan pengacuhan tersebut.

Tidak selalu digambarkan sebagai sosok yang lemah, Kabayan sebagai kaum minoritas juga punya kemampuan untuk membela diri dari peremehan dan pengacuhan yang dilakukan kaum mayoritas. Kabayan sebagai minoritas juga mempunyai kemampuan untuk membela diri. Hal tersebut dilakukan oleh Kabayan karena kelompok mayoritas terlalu banyak mengacuhkan dan memandang sebelah mata dirinya sebagai kaum minoritas, sedangkan sesungguhnya kelompok minoritas juga punya hak yang sama dengan kelompok mayoritas, termasuk hak untuk dihormati, dilayani dengan baik, dan hak-hak yang lain.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak celah dan kekurangan dalam segala aspek. Akan tetapi dari hasil penelitian ini dapat dimunculkan saran untuk berbagai pihak, antara lain :

1. Pelaku Periklanan

Dengan penelitian ini, penulis memberikan saran untuk para pelaku periklanan, terutama para pembuat iklan khususnya iklan televisi (TVC) agar lebih obyektif lagi dalam mengangkat isu multikultur terutama dalam menampilkan etnis minoritas. Tema multikultur harusnya bisa mengakomodir secara adil kelompok minoritas dan kelompok mayoritas. Porsi dalam peran agar lebih diperhitungkan lagi terutama untuk etnis minoritas karena etnis minoritas punya hak dan kedudukan yang sama dengan etnis mayoritas dan jangan ada lagi pendiskriminasian kepada kelompok minoritas.

2. Perusahaan Coca-Cola

Dengan penelitian ini, penulis memberikan saran kepada Coca-Cola agar tetap melakukan pendekatan lokal dalam materi promosinya terutama dalam hal periklanan. Hal tersebut juga perlu dikembangkan dalam variasi tema – tema iklan Coca – Cola tentang multikultur masyarakat di Indonesia.

3. Peneliti

Dengan penelitian ini, penulis memberikan saran kepada para peneliti terutama peneliti dalam kajian semiotika dan multikultur, khususnya kajian etnis minoritas, agar dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mengeksplor lebih luas lagi dengan menggunakan metode – metode lain. Masih banyak yang dapat diteliti tentang multikultur dalam iklan. Misalkan kearifan lokal, keterwakilan perempuan, maskulinitas dan feminisme, serta kajian-kajian yang lain. Selain itu, penelitian – penelitian dengan kajian kritis tentang multikultur khususnya tentang isu-isu kelompok minoritas selanjutnya, diharapkan agar lebih mampu merubah cara pandang masyarakat terhadap kelompok minoritas, memberikan pembelaan terhadap kelompok minoritas, serta mampu mengangkat hak – hak kelompok minoritas.