

BAB V

KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari bab IV, dapat disimpulkan bahwa penggambaran masyarakat perkotaan pada iklan Meikarta yang berjudul “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, digambarkan bahwa masyarakat perkotaan memiliki sifat individualisme. Hal ini sesuai dengan teori mengenai ciri-ciri masyarakat perkotaan, salah satunya adalah interaksi yang terjadi pada masyarakat perkotaan lebih didasarkan pada faktor kepentingan. Hal ini ditunjukkan melalui *scene* saat terjadi penjambretan, namun orang-orang hanya melewati tanpa menolong sama sekali. Selain itu, masyarakat perkotaan digambarkan memiliki pekerjaan yang dilakukan dalam perkantoran. Penggambaran yang terakhir adalah gaya hidup pada masyarakat perkotaan yang diadopsi dari budaya asing yang masuk ke Indonesia berupa kemajuan teknologi dalam masyarakat perkotaan, serta sifat konsumtif yang muncul di masyarakat perkotaan.

V.2 Saran

Berdasarkan gambaran masyarakat perkotaan pada iklan Meikarta ini, peneliti menyarankan agar penelitian ini tidak berhenti hanya sampai pada analisis semiotika Charles Sanders Peirce saja. Harapan peneliti, agar selanjutnya penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan metode lainnya, seperti penerimaan masyarakat, atau dengan metode semiotika lainnya milik Roland Barthes, maupun John Fiske. Selain itu, peneliti

menyarankan agar selanjutnya dapat dilakukan penelitian lain yang juga membahas mengenai masyarakat perkotaan dalam iklan Meikarta ini secara lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. PT CITRA ADITYA BAKTI : Bandung
- Ahmadi, H. Abu. 1997. *Ilmu Sosial Dasar*. PT RINEKA CIPTA : Jakarta
- Beling, & Totten. 1985. *Modernisasi: Masalah Model Pembangunan*. CV RAJAWALI: Jakarta
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. GRAHA ILMU: Yogyakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT REMAJA ROSDAKARYA: Bandung
- Hardiman, F. Budi. 2012. *Melampaui Positivisme dan Modernitas*. KANISIUS: Yogyakarta
- Hartomo, H. 2008. *Ilmu Sosial Dasar*. BUMI AKSARA : Jakarta
- Irina, Fristiana. 2017. *Metode Penelitian Terapan*. PARAMA ILMU : Yogyakarta
- Kasali, Rhenald. 1995. *MANAJEMEN PERIKLANAN: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PUSTAKA UTAMA GRAFITI : Jakarta

- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. PT FAJAR INTERPRATAMA: Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA : Bandung
- Mulyana, Deddy. 2016. *ILMU KOMUNIKASI: Suatu Pengantar*. PT REMAJA ROSDAKARYA : Bandung
- Pattis, S. William. 1993. *Karier Bisnis Dalam Periklanan*. DAHARA PRIZE SEMARANG : Semarang
- Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta
- Sarosa, Samiaji. 2012. *PENELITIAN KUALITATIF: Dasar-dasar*. PT INDEKS : Jakarta
- Schoorl, J. W. 1981. *MODERNISASI Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-negara Sedang Berkembang*. PT. GRAMEDIA: Jakarta
- Sobur, Alex. 2016. *Semiotika Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA : Bandung.
- Soemanagara Rd. 2012. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. CV ALFABETA: Bandung
- Suciati. 2017. *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. BUKU LITERA : Yogyakarta

Sunarto, Kamanto. 2012. *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta

Suwarsono; Alvin Y. So. 1991. *Perubahan Sosial dan Pembangunan Di Indonesia*. LP3ES: Jakarta

Suwatno. 2017. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. SIMBIOSA REKATAMA MEDIA : Bandung

Thomas, Colin Coulson. 1993. *PUBLIC RELATION: Pedoman Praktis Untuk PR*. PT BUMI AKSARA

Ufford, P. Q., Frans H., & Dirk K. 1989. *Tendensi dan Tradisi Dalam Sosiologi Pembangunan*. PT. GRAMEDIA: Jakarta

JURNAL :

Feralina, Novi. 2013. *Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal Dalam Iklan Class Mild Versi “ Macet “ Di Media Televisi*. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol 1 (4), 353-365

Rachmani, Nur. 2015. *Analisis Semiotika Iklan Ades Versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” Dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup*. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol 3 (2), 432-446

- Rachmawati, S. & Juwito. 2015. *Reception Analysis” Ibu Rumah Tangga Dalam Menonton Film Televisi “Sinema Pintu Taubat Siang” Di Televisi Indosiar*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 7 (2), 21-26
- Tunggul. 2015. *Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film 12 Menit Untuk Selamanya*. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol 3 (3), 301-310
- Windasari, A., Pratiwi, M. R. & Yusriana, M. 2017. *Pemaknaan Kecantikan Sebagai Putih Jepang Dalam Iklan Shinzui Body Cleanser*. INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi. Vol 47 (1), 35-50

WEBSITE :

- I.R., Jeko . Keren, Kulit Tangan Bisa Jadi Smartwatch dengan Teknologi Ini (2019, 25 April) . Diakses pada 2 Mei 2019 dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/3948980/keren-kulit-tangan-bisa-jadi-smartwatch-dengan-teknologi-ini?source=search>
- Begini Sejarah Sarinah, Department Store Pertama Indonesia yang Jadi Target Teroris (2016, 17 Januari) . Diakses pada 2 Mei 2019 dari <https://kabar24.bisnis.com/read/20160117/387/510374/begini-sejarah-sarinah-department-store-pertama-indonesia-yang-jadi-target-teroris>
- Enel Green Power North America: Control & Monitoring Room (2017, 4 Agustus) . Diakses pada 2 Mei 2019 dari https://www.youtube.com/watch?v=7Bx3_oWOGUw

FTV SCTV - OB Cantik Jadi Sekertaris Bos Galak (2016, 1 Juni) . Diakses pada 2 Mei 2019 dari

<https://www.youtube.com/watch?v=mQcIGmEX4-g>

Guess Boutique . Diakses pada 2 Mei 2019 dari

https://www.google.com/search?q=zara+tunjungan+plaza&safe=active&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjYv-Ofqv3hAhUHQq0KHV11AS8Q_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgsrc=3POe7T_2ftoCMM:

Kejahatan di Perkotaan . Diakses pada 2 Mei 2019 dari

<https://www.liputan6.com/search?q=kejahatan+di+perkotaan>

Meikarta. Diakses pada 2 Mei 2019 dari <http://meikarta.com/>

Monitoring Room . Diakses pada 2 Mei 2019 dari

https://www.google.com/search?q=monitoring+room&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj53sCw1aHiAhVMLo8KHfBdDo0Q_AUIDigB&cshid=1558065290297208&biw=1366&bih=657

Perampokan di Perkotaan . Diakses pada 2 Mei 2019 dari

<https://www.liputan6.com/search?q=perampokan+di+perkotaan&type=all>

Perkantoran . Diakses pada 2 Mei 2019 dari

https://www.google.com/search?safe=strict&biw=1366&bih=657&tbm=isch&sa=1&ei=LqbdXP_UKq7fz7sPu8Cq8Ag&q=perkantoran&oq=perkantoran&gs_l=img.3..0l8j0i7i30l2.4339.4339..5673...0.0..0.104.104.0j1.....1....1..gws-wiz-img.iI334A9UR8Y

Problem Izin Mega Proyek Meikarta (2017, 14 Agustus). Diakses pada tanggal 10 Agustus 2018 dari <https://www.youtube.com/watch?v=nQXxhiKJNwU>

PT. Lippo Cikarang. Diakses pada 2 Mei 2019 dari <http://www.lippo-cikarang.com/en/vision-mision/>

Purba, Fernando. Tingkat Kriminalitas di Bekasi Tertinggi Se-Jawa Barat (2017, 11 Januari) . Diakses pada 10 Agustus 2018 dari (<https://www.liputan6.com/news/read/2824102/tingkat-kriminalitas-di-bekasi-tertinggi-se-jawa-barat>)

Starbuck . Diakses pada 2 Mei 2019 dari https://www.google.com/search?q=starbuck+tunjungan+plaza&safe=strict&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjQsKr6qf3hAhVEAqwKHFwA1UQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=-

Touchscreen . Diakses pada 2 Mei 2019 dari <https://www.liputan6.com/search?q=touchscreen>

VIVAnews : Krisis Kepedulian Masyarakat Cina(2011, 2 November) . Diakses pada 2 Mei 2019 dari <https://www.youtube.com/watch?v=S75t7RDxdII>

Welcome To Meikarta – Visi Misi By Lippo (2017, 30 Juni) . Diakses pada 20 Agustus 2018 dari <https://meikartabylipponecity.com/2017/06/welcome-to-meikarta.html>

Waspada!! Berikut ini Beberapa Aksi Penjambretan yang Terekam CCTV -
BIS 30/10 (2017, 30 Oktober) . Diakses pada 2 Mei 2019 dari
<https://www.youtube.com/watch?v=3Vi0cUTQGI4>