

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. KESIMPULAN

Hasil interpretasi tanda dalam *Corporate* Iklan Djarum Beasiswa Bulutangkis 2014, menunjukkan bahwa penggambaran Bakti Pada Negeri sebagai bentuk nasionalisme yang merupakan wujud dari visi, misi, dan tujuan program *Corporate Social Responsibility* yang diadakan oleh Djarum. Tujuan diadakannya Djarum Beasiswa Bulutangkis adalah untuk membantu persatuan Indonesia dan meningkatkan martabat bangsa melalui kejayaan bulutangkis.

Martabat bangsa ditunjukkan dengan tampilnya Alan Budi Kusuma dan Christian Hadinata yang keduanya menjadi atlet kebanggaan Indonesia karena prestasi yang diraihinya, pada eranya masing-masing. Candi Borobudur mendapat pengakuan dan perlindungan UNESCO sebagai warisan budaya dunia. Monumen Selamat Datang yang dibangun untuk menyambut para atlet dunia yang datang ke Indonesia. Hiasan tanduk kerbau yang menunjukkan status ekonomi dan sosial suku Toraja. Semua tanda ini digunakan dalam Iklan TVC Djarum Beasiswa Bulutangkis 2014 untuk menggambarkan Bakti Pada Negeri lewat

pemahaman nasionalisme yang menunjukkan keinginan akan prestige bangsa.

Kemudian Bakti Pada Negeri menurut Djarum Foundation adalah memajukan bangsa dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia, hal tersebut ditunjukkan melalui audisi yang mengundang anak dari seluruh wilayah di Indonesia, dengan menghadirkan *shuttlecock* yang terlihat seperti hujan dari awal hingga akhir penanyangan iklan. Dan ditunjukkan juga dengan hadirnya Alan Budi Kusuma dan Christian Hadinata, sebagai sumber daya manusia yang berkualitas dari Indonesia.

V.2.1 Saran Akademik

Saran bagi penelitian selanjutnya, khususnya pada konsentrasi komunikasi korporasi, penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengkaji fenomena ini dengan metode penelitian lainnya, seperti dengan metode *receptions analysis*. Sehingga perusahaan dapat mengetahui pendapat publik mengenai iklan yang ditayangkan, karena melalui metode tersebut *corporate advertising* dapat diperoleh pendapat langsung dari perwakilan publik.

V.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan yang ingin menampilkan *corporate advertising*, sebaiknya lebih memperhatikan unsur verbal dan non-verbal dalam iklannya. Sehingga penyampaian pesan melalui iklan TVC, semakin hari semakin bertambah baik dan bermakna membangun serta mendidik masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Apter, David E. (1967). *The Politics of Modernization*. Chicago: University of Chicago Press
- Baran, Stanley J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problems Ikonitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harrison Shirley. 1995. *Marketers Guide To Public Relations*. New York: John Willy and Son.
- Hertz, Friedrich. (1966). *Nationality in History and Politics*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Ismiati, Nanik. (2000). *Slogan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relation*. Jakarta: PT. Aksara Pratama.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Lee-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Michael A, Riff. (1995). *Kamus Ideologi Politik Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenasa Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Martono., Daniel, T.S., Priyatmoko., Haryadi., Wisnu, P., Gitadi, T.S., Joko, H. (2011). *Hidup Berbangsa dan Etika Multikultural*. Surabaya: Forum Rektor Simpul Jawa Timur Universitas Surabaya
- Navarro, Joe. (2014). *Cara Cepat Membaca Bahasa Tubuh*. Jakarta Selatan: PT.Prima Ufuk Semesta.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relation*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Ritter, Herry. (1986). *Dictionary of Concepts in History*. New York: Greenwood Press.
- Ruliana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Samovar, Larry A dan Richard E. Potter. (1991). *Communication Between Cultures*. Belmont, California: Wadsworth.
- Sartono Kartodirdjo. (1999). *Multidimensi Pembangunan Bangsa: Etos Nasionalisme dan Negara Kesatuan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Shafer, Boyd C. (1955). *Nationalism Myth and Reality*. New York: A Harvest Book Harcourt
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi – Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Smith, Anthony D. (2003). *Nasionalisme: Teori, Ideologi, dan Sejarah*. Jakarta Erlangga.
- Snyder, L.L. (1964). *The Dynamic of Nasionalism*. Princeton: D.Van Nostrand Co.Inc.
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukardi. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
(2013). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tinarbuko, Sumbo.(2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- Widyatama, Redra. (2006). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta:Media Pressindo.

JURNAL

- Nurdini Prihastiti dan Yatri Indah Kusumastuti. 2012. Analisis Pembentukan Citra Perusahaan Listrik Negara Melalui Implementasi Community Relations.Fakultas Ekologi Manusia, IPB.

INTERNET

- Padamu Negeri. Kompasiana.com (on-line). Diakses pada tanggal 14 April 2016,pukul 20.15 WIB dari

http://www.kompasiana.com/masgitocamp.wordpress.com/pada_munegeri_550879a9a33311c0482e3936

- Djarum Foundation-Audisi Umum Beasiswa Bulutangkis 2014 (online). Diakses pada tanggal 20 Desember 2015, pukul 10.26 WIB dari <http://indonesiacrsociety.com/audisi-umum-djarum-beasiswa-bulutangkis-2014/>
- Pipiet, T.N. Per Jam 46 Orang Meninggal Akibat Rokok. Viva.co.id (online). Diakses pada 3 Mei 2016, pada pukul 10.10 WIB dari <http://metro.news.viva.co.id/news/read/62660-sehari-1-127-orangmeninggal-akibat-rokok>