

METAFORA DAN IDIOLOGI FILM IKLAN MANDIRI SECURITAS

Handriyotopo¹, GR Lono Lastoro², SP Gustami³

¹Mahasiswa Program Doktor Sekolah Pascasarjana UGM Yogyakarta ²Dosen Sekolah Pascasarjana UGM Yogyakarta ³Dosen Sekolah Pascasarjana UGM Yogyakarta
handriyotopo@gmail.com¹

ABSTRACT

The Mandiri Securitas advertisement film is a corporate advertisement that contains a persuasive message to increase brand image as a leader in investment in the Stock Exchange or trusted banking investment in Indonesia. The metaphor in the Mandiri Securitas advertisement contains cinematographic images that borrow keris culture to be sided with banking culture. This qualitative descriptive study uses a semiotic approach to appropriate verbal and visual messages from the system of rhetorical marks "Minus One". The content of visual rhetoric and verbal rhetoric on the Mandiri Securitas advertisement was reviewed by Roland Barthes's semiotic theory, because it was considered capable of uncovering the relationship of the sign meaning behind the denotative marker system and connotative markers from the ideology of Mandiri Securitas advertisements with the theme of empu keris (keris maker). The results of this study prove that the application of the "Minus-One" method is very helpful to find and recognize the roles played by the constituent elements of a film construction. The Mandiri Securitas advertisement film is an example of the appropriation of the tradition world for the benefit of the modern world. The tradition world is not displayed in its entirety as it is, but is displayed partially and determined based on the image of the modern world wants to construct as an imagery form of advertising.

Keywords: *Metaphor, rhetoric, Semiotics, and ideology*

ABSTRAK

Film iklan Mandiri Securitas merupakan iklan korporat yang mengandung pesan persuasif untuk meningkatkan *brand image* sebagai *leader* dalam penanaman modal di Bursa Efek atau *investmen banking* terpercaya di Indonesia. Metafora pada iklan Mandiri Securitas mengandung citra sinematografis yang meminjam budaya keris untuk disandingkan dengan budaya perbankan. Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan pendekatan semiotik untuk melakukan apropriasi pesan verbal dan visual dari sistem tanda retorikanya secara "*minus one*". Konten retorika visual dan retorika verbal pada iklan Mandiri Securitas dikaji dengan teori semiotika Roland Barthes, karena dianggap mampu untuk membongkar hubungan makna tanda di balik sistem penanda denotatif dan petanda konotatif dari idnologinya iklan Mandiri Securitas yang bertema empu keris. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penerapan metode "*minus-one*" sangat membantu untuk menemukan dan mengenali peran-peran yang dimainkan oleh elemen-elemen penyusun suatu konstruksi film. Film iklan Mandiri Securitas merupakan contoh apropriasi dunia tradisi untuk kepentingan dunia modern. Dunia tradisi tidak ditampilkan secara utuh sebagaimana adanya, namun ditampilkan secara parsial dan ditentukan berdasarkan citra yang ingin dikonstruksi dunia modern sebagai bentuk *imagery* iklan.

Kata kunci: *Metafora, retorika, Semiotika, dan ideologi*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Iklan komersial Mandiri Securitas berusaha mengkomunikasikan bidang usahanya ke khalayak konsumen melalui media televisi. Film iklan Mandiri Securitas merupakan retorika filmis iklan yang bertujuan meningkatkan *brand image*. Retorika filmis iklan tersebut dibangun dengan menautkan dua bidang yang dalam kehidupan sehari-hari pada umumnya dipandang tidak berhubungan, berbeda jenis, tidak selingkup, yaitu pada ranah dunia perkerisan (empu dan keris) dan dunia perbankan. Citraan dua kubu inilah menjadi strategi kreatif visual *image* untuk mengkomunikasikan pesan audiovisual ke konsumen. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa film iklan Mandiri Securitas menerapkan strategi metaforis. Metafora dalam KBBI *online* adalah pemakaian kata atau kelompok kata bukan dengan arti yang sebenarnya, melainkan sebagai lukisan yang berdasarkan persamaan atau perbandingan yang merupakan majas dari bahasa. Lakoff dan Johnson berpendapat “esensi metafora adalah memahami dan mengalami satu hal melalui hal yang lain.” Mereka menjelaskan hal itu

lewat contoh pernyataan “argumen adalah perang.” (George Lakoff, dan Johnson Mark,.: 2003, 5).

Persoalan dalam film iklan Mandiri Securitas adalah kreativitas citraan yang bersifat persuasif, karena muatan pesan iklan yang ditawarkan ke konsumen memiliki nilai dari produk yang dipersepsi maknanya oleh konsumen. *The American Marketing Association* menggambarkan *brand* (merek) sebagai “nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari kesemuanya itu” yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan mereka dari para pesaing. (Flemming & Christensen, Lars Bech, 2003:12). Konstruksi narasi filmis iklan Mandiri Securitas sebagai alat penyampaian pesan diharapkan mampu membawa tujuan beriklan dengan *positioning* yang disimbolkan melalui kreasi iklan *moving image* dalam tiap *framing*, *scene*, dan *sequence*.

Film iklan yang dikonstruksikan adalah sebuah permainan tanda simbolik secara estetis memuat kode-kode kebudayaan. Film iklan komersial Mandiri Securitas mengambil citraan dunia perkerisan yang dikorelasikan dengan dunia

perbankan merupakan karya seni iklan yang memiliki muatan metafora retorika. Film iklan Mandiri Securitas memuat citra sinematografis yang menggabungkan budaya tradisional (keris) dengan budaya modern (perbankan), yang menggambarkan relasi dari entitas kebudayaan keseharian dalam dunia keris dengan dunia perbankan. Penyatuan dari unsur simbolik dalam iklan ini adalah nilai karya seni iklan dari Mandiri Securitas adalah karya desain iklan yang dikreasikan oleh kreator iklan, merupakan sebuah permainan kreativitas teks desain komunikasi periklanan memuat tanda visual, teks, dan audio dalam strategi retorika iklan yang bersifat metafora.

Kajian ini akan menemukenali konstruksi entitas relasi tanda dari perwujudan metafora retorika audiovisual sinematografi film iklan untuk menghasilkan rekomendasi konseptual bagaimana fenomena dunia keris dan dunia perbankan disusun secara kreatif untuk membentuk citra Mandiri Securitas. Hasil dari riset disertasi ini diharapkan dapat memperkaya kajian teks atas fenomena film iklan komersial dengan kajian metafora dan semiotika film iklan untuk mengungkap makna sinematografi film iklan yang mere-

presentasikan citra Mandiri Securitas yang menjalin hubungan antartanda melalui retorika visual dunia keris dan dunia perbankan (Mandiri Securitas).

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa ikon domain perkerisan dijadikan metafora retorika film iklan komersial Mandiri Securitas untuk mengkonstruksi citra dunia perbankan?
2. Bagaimana makna denotatif dan konotatif dari kode-kode kultural kedua domain tersebut dipertukarkan?
3. Ideologi apa yang tertampilkan dalam film iklan Mandiri Securitas tersebut?

C. Landasan Teori dan Metode

Memahami sistem tanda dalam teks semiotika film iklan Mandiri Securitas

Film Iklan Mandiri Securitas diciptakan memuat isi pesan dalam wujud filmis iklan berdurasi pendek. Memiliki kekuatan persuasi jika dapat dipahami bahwa durasi yang diciptakan meskipun hanya berdurasi 60", tetapi perlu waktu muatan pesan iklan tersebut dengan diputar berulang-ulang pada program acara televisi pada waktu tayang tertentu. Kekuatan iklan diben-

tuk dengan serangkaian tanda yang muncul yaitu tanda visual, audio, animasi teks, diakhiri dengan tanda dari merek perusahaan. Pemutaran film iklan pada jam tayang yang banyak ditonton oleh khalayak pada sebuah program televisi memberikan nilai positif atas terpaan iklan pada khalayak yang luas.

Produksi film iklan yang muncul memuat sistem pertandaan melalui kajian semiotika film dipahami sebagai rangkaian tanda yang perlu diterjemahkan maksud dari isi pesan yang diwakili oleh tanda (*signifier*) domain perbankan dan *signifier* domain perkerisan yang merepresentasikan citra perusahaan Mandiri Securitas. Sistem pertandaan inilah yang akan dibongkar maknanya dengan kajian semiotika Roland Barthes.

Sistem tanda yang dimuat dalam dua ranah domain metaforis yang saling berkelindan yaitu pemunculan retorika kedua ranah tersebut mampu memunculkan *added value* yang diharapkan oleh pemilik iklan tersebut atau tidak. Kekuatan unsur retorika visual yang didukung dengan sistem editing audiovisual yang baik barangkali makna pesan akan lebih dipandang sebagai sihir iklan yang memunculkan nilai *entertainment*, dan tidak

semata jualan produk secara lugas. Nilai *entertainment* dipandang sebagai permainan penanda (*signifier*) dari kedua klip film iklan yang berbeda entitas yang kemudian dirangkakan melalui editing filmis iklan sebagai daya tarik yang diinginkan. Jadi kedua domain visual iklan dimunculkan atau disandingkan memuat hubungan yang bertujuan untuk mempersuasi.

Membongkar makna tanda dalam pesan iklan Mandiri Securitas tidak semata-mata diterjemahkan secara verbal tetapi memahami bagaimana hubungan antar *signifier* itu bekerja pada domain perbankan dan domain perkerisan. Teori kajian semiotika untuk membongkar film iklan pada tanda-tanda film Mandiri Securitas berwujud teks audiovisual dalam sudut pandang semiotika Roland Barthes, dimana *signifier* dan *signified* beroperasi pada tataran kedua yaitu sistem tanda denotatif dan konotatif bekerja, sampai dengan mitos yang dimunculkan dalam kelindan keduanya dan bagaimana kode-kode kultural itu muncul.

Yasraf A. Piliang menyatakan dalam kajiannya tentang Semiotika Teks mengutip pernyataan Roland Barthes bahwa sesungguhnya 'denotasi' adalah tingkat pertandaan yang

menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung, dan pasti. Denotasi adalah tingkatan pertandaan yang paling konvensional di dalam masyarakat, yaitu elemen-elemen tanda yang maknanya cenderung disepakati secara sosial. 'Konotasi' adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran). Ia menciptakan makna-makna lapis kedua, yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan berbagai aspek psikologis, seperti perasaan, emosi atau keyakinan, yang disebut makna konotatif (*connotative meaning*). Berkaitan dengan mitos Roland Barthes sebagaimana dikutip Yasraf menyatakan terkait makna mitos bahwa mitos, dalam pemahaman semiotika Barthes, adalah pengodean makna dan nilai-nilai sosial (sebetulnya arbitrer atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah (Barthes, 1967).

Memahami makna iklan berkaitan dengan sistem pertandaan dalam wujud teks secara komu-

nikasi visual maka yang terjadi saling kelindan yang merepresentasikan satu dengan yang lainnya, sehingga wujud iklan penuh dengan retorika yang bersifat metaforis. Terkait metafor Yasraf melihat tanda dalam semiotika merupakan kombinasi tanda, analisis semiotika juga berupaya mengungkap interaksi di antara tanda-tanda. Meskipun bentuk interaksi di antara tanda-tanda ini sangat terbuka luas, akan tetapi ada dua bentuk interaksi utama yang dikenal, yaitu metafora (*metaphor*) dan metonim (*metonymy*). 'Metafora' adalah sebuah model relasi antar tanda, yang di dalamnya sebuah tanda dari sebuah sistem digunakan untuk menjelaskan makna untuk sebuah sistem yang lainnya. Senada yang diungkapkan Yasraf maka menjelaskan makna iklan adalah melihat sebuah sistem lainnya yang berinteraksi dimaksudkan disini adalah makna kelindan dapat terjadi dari dua domain yang saling berhubungan.

Para pakar semiotika iklan dalam ranah komunikasi visual membaca teks yang dimunculkan melakukan metode analisis dengan gabungan ilmu kajian teoritik lainnya seperti dalam perspektif antropologi dan psikologi yang berawal dari

persoalan membaca teks lingustik secara struktural sudah berkembang muncul menjadikan teori baru sehingga memberikan referensi teoritik yang lebih beragam. Demikian pula dalam membaca teks film iklan Mandiri Securitas, perspektif kajian semiotika Roland Barthes dipilih untuk membedah makna kelindan apa yang terjadi dengan melakukan aprosias “*minus one*”. Metode analisis yang dikembangkan melihat interaksi tanda yang dimunculkan dalam iklan, maka jika salah satu dimatikan bagaimanakah yang akan terjadi?

PEMBAHASAN

A. Analisis Makna Semiotika Iklan Film Mandiri Securitas

Seperti halnya bahasa, maka sebuah film iklan merupakan rangkaian teks fotografis yang bergerak atau *moving image*, membaca maknanya dengan melihat struktur *scene* dari tipa *shot* pengadeganan yang dimunculkan secara audiovisual. Citra atau *image* yang dimunculkan dimaknai dengan mematkan gerakan dari sebuah *shot* menjadi sebuah *image* diam fotografis sebagai tanda denotatif. Imagi yang dimunculkan yang tidak terlihat atau implisit dimaknai dengan konsep sebagai tanda konotatif. Perihal

mematkan tanda verbal dan tanda visual tidak semata hanya *image*-nya saja tetapi juga bagaimana tanda lain seperti suara dimatkan juga teks-teks yang lain berhubungan tidak jika dihilangkan salah satu, inilah metode yang digunakan untuk menafsir makna kelindan dari bentuk metafora iklan secara semiotik.

PERBANKAN		PERKERISAN	
Denotatif	Konotatif	Denotatif	Konotatif
TARGET		SOURCE	
RETORIKA FILM IKLAN MANDIRI SECURITAS (PERBANKAN) BAGAIKAN PERKERISAN			

Tabel 01. Analisis Pembacaan relasi tanda Denotatif dan konotatif dari dua domain metaforis Film Iklan Mandiri Securitas.

B. Membaca penyusun tanda dalam *frame* film iklan Mandiri Securitas

Proses pembacaan makna tanda dalam metafora retorika film iklan dengan melakukan sebagai berikut;

- a. Melakukan teknik mematkan *movie picture* iklan *Frame* dalam istilah film atau videografi merupakan penyusun dari *movie picture*, ia berupa gambar mati atau foto diam yang kemudian digerakkan. Membaca foto atau benda visual yang

mati adalah membaca gambar yang dibentuk dari hasil kamera. Lukisan inilah yang nantinya akan dideskripsikan unsur muatan apa yang ada didalamnya sehingga mampu menyampaikan pesan. Membaca film maka diperlukan teknis untuk memamatkannya sehingga ia menjadi objek fotografis. Alat teknis untuk menangkap objek bergerak tadi tidak menggunakan kamera, tetapi langkah pertama yaitu menggunakan *software* tertentu untuk menggerakkannya kemudian kita *stop motion* kan dan mengambilnya melalui teknik *print screen* yang ada pada *keyboard* laptop komputer. Selanjutnya adalah melakukan *paste* ke *software* Adobe Photoshop atau Corel Draw dan meng-*cropping*-nya sesuai ukuran *frame*.

- b. Mendeskripsikan foto/ *frame of shot* dari unsur-unsur pembentuk tandanya (*signifier*). Membaca *frame of shot* disini dilakukan antara lain unsur objeknya sebagai *subjek matter*, form (bentuk) dari unsur *framing*, medium pencahayaannya/warna, objek dari *setting*-nya.
- c. Menginterpretasikan makna dari dua domain (dunia Perban-

kan dan dunia perkerisan) di tiap *frame of shot* dengan semiotika.

C. Makna Metaforis denotatif konotatif dari Mitos dan Idiologi di balik Film Iklan Mandiri Securitas

Pada pembacaan elemen-elemen pembentuk iklan dari visual, audio, animasi teks dan *voice over* dapat dilihat dengan melakukan interpretasi dari tiap *frame* pembentuk film iklan. Dari ke 13 *scene* posisi domain perbankan dan perkerisan diinterpretasikan satu persatu terhadap penyusun tanda visualnya dan tentunya dikorelasikan pemaknaanya dengan setiap elemen tanda lainnya seperti pada *animated text* dan *voice over* penyusun iklan serta tidak melupakan aspek sinematografi dari transisi dan *coloring* atau pencahayaan. Kerja seorang empu keris adalah kerja yang sungguh-sungguh untuk menciptakan sebuah karya seni keris yang baik dan berkualitas. Karya bilah keris yang dihasilkan melalui proses tempa dari lipatan-lipatan besi dan nikel disatukan melalui proses pengerjaan yang baik sehingga pamornya dan bentuk bilah keris dapat dinikmati sebagai hasil kerja yang

mampu memuaskan rasa estetik dari sang empu keris.

Sudut pengambilan gambar dimulai dengan *Long shot* posisi kamera *frog eye* yang sejajar dengan dasar lantai pada domain perbankan dengan *setting* suasana gedung menunjukkan bahwa ketegangan yang penuh teka-teki. Tetapi kemudian kamera pada posisi *eye level Medium Close Up* dan *Close Up* lebih menonjol. Kamera pada posisi *low angel* ditunjukkan ketika empu keris memukul bilah keris di besalan menunjukkan nilai keagungan, berwibawa dan kuat. *Extrem close up* dan *big close up* ditunjukkan ketika empu keris sudah mulai menyelesaikan bilahnya dan bersama dengan anak laki-laki kecil melihat bilah keris dapat dimaknai sebagai keinginan untuk memperkenalkan bilah keris kepada pewarisnya atau generasi muda. *Extrem close up* juga ditunjukkan ketika bilah keris diambil dengan posisi ini dengan maksud untuk mengangungkan bilah keris yang penuh makna dan estetika yang tinggi ada lekuk dan pamornya, hal ini dapat dimaknai sebagai pengelolaan produk dari investasi Mandiri Securitas dapat disandingkan dengan produk investasi yang bernilai tinggi. Posisi kamera selalu ber-

gerak (*dolly*) maju ketika mengambil gambar (*shot*) juga dipadu teknik *panning* ke kiri atau ke kanan diperagakan dalam pengambilan menunjukkan nilai kedinamisan dari awal hingga berakhirnya film iklan Mandiri Securitas.



Tabel 02. Retorika visual dua domain: domain perbankan dan domain perkerisan.
Sumber: MOST di youtube.com
Dokumentasi *frame of shot*. handriyotopo

D. Metafora Retorika film iklan Mandiri Securitas

Berdasarkan mitos dari sistem pertandaan denotatif dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Kerja di balik makna retorika visual yang dimunculkan

PERBANKAN	PERKERISAN
Kerja dari domain perbankan adalah kerja sungguh-sungguh untuk mewujudkan impian kliennya dari tiap pergerakan dan perkembangan investasi saham yang dikelola sehingga konsumen puas terhadap layanannya dan akan tetap dikelola kerjasamanya dengan Mandiri Securitas. Domain perbankan merujuk ke orientasinya pada klien.	Kerja seorang empu keris adalah kerja yang sungguh-sungguh untuk menciptakan sebuah karya seni keris yang penuh makna. Karya bilah keris yang dihasilkan melalui proses tempa dari lipatan-lipatan besi dan nikel disatukan melalui proses pengerjaan yang baik sehingga pamornya dan bentuk bilah dapat dinikmati sebagai hasil kerja yang mampu memuaskan rasa estetik dari sang empu keris. Domain perkerisan merujuk pada orientasi sosok sang empu.
RETORIKA PERBANKAN BAGAIKAN PERKERISAN	
Kerja dari domain perbankan adalah kerja sungguh-sungguh untuk mewujudkan impian kliennya dari tiap pergerakan dan perkembangan investasi saham yang dikelola sehingga konsumen puas terhadap layanannya bagaikan Kerja seorang empu keris adalah kerja yang sungguh-sungguh untuk menciptakan sebuah karya seni keris yang baik dan berkualitas.	

2. Kerja di balik makna retorika *animated text* yang dimunculkan

Animated text	Denotatif	Konotatif
<i>"Securitas Underwriting"</i>	Teks menunjukkan pada makna tanda sebenarnya yang berarti Penjamin Pelaksana Emisi Efek (<i>Underwriter</i>) dari Surat Efek (<i>Securities</i>)	PT Mandiri Securitas sebagai salah satu perusahaan sekuritas yang terkemuka dan terpercaya memberikan Layanan <i>Online Trading</i> yang diperuntukkan bagi para nasabah yang menginginkan keamanan, ketepatan, dan kehandalan dalam bertransaksi.
<i>Animated Text "Corporate Finance"</i>	(Sebagai Perusahaan penjamin pengelolaan Keuangan)	Menjadi mitra terpercaya nasabah institusi, korporat, dan individu dalam berinvestasi di pasar modal menjadi Layanan Finansial yang Paling Komprehensif.
<i>Animated Text "Securities Brokerage"</i>	Menunjuk pada Pialang Efek	Perantara pada pasar modal yang berperan penting dalam jual beli saham perusahaan
<i>Animated Text "Research"</i>	Penelitian	Melakukan penilaian atau menganalisa feasible tidaknya suatu usulan investasi surat berharga.
Animated text	Denotatif	Konotatif

<i>Animated Text</i> "Investment Management"	Manajemen Investasi	Pengelolaan beragam surat berharga untuk mencapai target yang diinginkan investor.
Animated Text "Moving Image Mandiri Securitas Logo"	<i>Brand Mandiri Securitas</i>	Mandiri Securitas memberikan layanan jasa investasi surat berharga di pasar modal dengan segala layanan dan jaminan keamanannya.
Mandiri Securitas memberikan layanan <i>Securities Underwriting, Corporate Finance Advisory, Securities Brokerage</i> , dan <i>Research</i> melalui manajemen yang tepat untuk memberikan layanan jasa investasi surat berharga di pasar modal dengan segala layanan dan jaminan keamanannya		

3. Kerja di balik makna retorika audio (voice over/ narator) yang dimunculkan

Audio (voice over/narator)	Denotatif	Konotatif
Audio (voice over/narator)	...That's...	Menunjuk pada kata ganti entitas nama Perusahaan perbankan.
Audio (voice over/narator)why makes Mandiri Securitas...	Sebuah pertanyaan yang tidak perlu diragukan lagi dengan Mandiri Securitas
Audio	..the leading investement	Pelopor pengelolaan investasi

	<i>bank...</i>	bank terkemuka untuk dipercaya
Audio (voice over/narator)	...in Indonesia.	Ada di Indonesia kepercayaan ini dapat dipertanggungjawabkan.
Mandiri Securitas memposisikan diri sebagai pelopor investasi perbankan terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan di Indonesia.		
Audio (voice over/narator) that expertise....	Eskpert atau memiliki kemampuan pengelolaan investasi perbankan
Audio (voice over/narator)	"and touch to detail"	Untuk merasakan bagaimana kemampuannya sangat teliti dalam memantau dan mengelola pergerakan detail securitas trading perbankan yang diinvestasikan.
Audio (voice over/narator)	...and integrity..	Memiliki jiwa semangat integritas
Audio (voice over/narator)	...are the driving forces behind every succes...	adalah kekuatan pendorong di balik setiap kesuksesan bersama Mandiri Securitas.
Tidak perlu ada keraguan lagi untuk bergabung dengan Mandiri Securitas dalam pengelolaan investasi surat berharga untuk sukses bersama.		

4. Kerja di balik makna metaforis retorika filmis Mandiri Securitas

yang dimunculkan dari tujuan kampanye *brief creative*

a. Makna retorika visual yang dikelindankan (metaforis);

PERBANKAN	PERKERISAN
RETORIKA PERBANKAN BAGAIKAN PERKERISAN	
<p>Kerja dari domain perbankan adalah kerja sungguh-sungguh untuk mewujudkan impian kliennya dari tiap pergerakan dan perkembangan investasi saham yang dikelola sehingga konsumen puas terhadap layanannya bagaikan kerja seorang empu keris adalah kerja yang sungguh-sungguh untuk menciptakan sebuah karya seni keris yang bernilai baik, berkualitas, dan berharga.</p>	

b. Makna retorika audio yang dikelindankan;

PERBANKAN	PERKERISAN
RETORIKA PERBANKAN BAGAIKAN PERKERISAN	
<p>Mandiri Sekuritas memposisikan diri sebagai pelopor investasi perbankan terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan di Indonesia maka Tidak perlu ada keraguan lagi untuk bergabung dengan Mandiri Sekuritas dalam pengelolaan investasi surat berharga untuk sukses bersama.</p>	

c. Makna retorika animated text yang dikelindankan;

PERBANKAN	PERKERISAN
RETORIKA PERBANKAN BAGAIKAN PERKERISAN	
<p>Mandiri Sekuritas memberikan layanan <i>Securities Underwriting, Corporate Finance Advisory, Securities Brokerage</i>, dan <i>Research</i> melalui manajemen yang tepat untuk memberikan layanan jasa investasi surat berharga di pasar modal dengan segala layanan dan jaminan keamanannya.</p>	

d. Metaforis Retorika film iklan Mandiri Sekuritas berdasarkan makna dari tujuan beriklan (*creative brief*);

Retorika Visual	
PERBANKAN	PERKERISAN
RETORIKA PERBANKAN BAGAIKAN PERKERISAN	
<p>Kerja dari domain perbankan adalah kerja sungguh-sungguh untuk mewujudkan impian kliennya dari tiap pergerakan dan perkembangan investasi saham yang dikelola sehingga konsumen puas terhadap layanannya bagaikan kerja domain perkerisan adalah kerja yang sungguh-sungguh untuk menciptakan detil pamor sebuah karya seni keris yang bernilai baik, berkualitas, dan berharga.</p>	
PERBANKAN	PERKERISAN
RETORIKA PERBANKAN BAGAIKAN PERKERISAN	
<p>Mandiri Sekuritas memposisikan diri sebagai pelopor investasi perbankan terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan di Indonesia maka Tidak perlu ada keraguan lagi untuk bergabung dengan Mandiri Sekuritas dalam pengelolaan investasi surat berharga untuk sukses bersama.</p>	
Retorika Animated Text	
PERBANKAN	PERKERISAN
<p>Mandiri Sekuritas memberikan layanan <i>Securities Underwriting, Corporate Finance Advisory, Securities Brokerage</i>, dan <i>Research</i> melalui manajemen yang tepat untuk memberikan layanan jasa investasi surat berharga di pasar modal dengan segala layanan dan jaminan keamanannya.</p>	
Retorika iklan yang diinginkan dari tujuan beriklan berdasarkan Brief Creatif.	
<p>Filosofi Investasi Mandiri Sekuritas - Investasi butuh ketelitian, ketekunan, kerja keras, dan Mandiri Sekuritas siap</p>	

membantu Anda mencapai tujuan investasi.

Berdasarkan pembongkaran makna pertandaan retorika visual ataupun verbal yang termuat dalam filmis iklan Mandiri Securitas menunjukkan kerja makna yang saling mendukung. *Animated text*, audio (*voice over/* narator) dan demikian pula efek musik yang ditimbulkan dalam iklan adalah sebagai bentuk penguat atau mempertegas visual untuk dapat segera dipersepsi maksud dan tujuan iklan tersebut. Jika dimatikan *animated text*-nya saja maka kerja dari retorika audiovisual dari movie iklan kurang atau tidak begitu kuat pesan disampaikan karena layanan apa yang dimaksud tidak tersampaikan meskipun audio narator mempertegas makna verbal terhadap posisi perusahaan Mandiri Securitas di Indonesia dalam mengelola pasar modal. Jika audio narator dimatikan maka makna pesan dari posisi perusahaan Mandiri Securitas kurang dipahami sebagai perusahaan pialang surat berharga yang mampu mengelola dengan baik atas investasi surat berharga yang dikelolanya. Secara keseluruhan kerja retorika dari elemen-elemen penyusun iklan da-

pat bekerja dengan baik, meskipun dalam beberapa *scene* kurang atau tidak berkorelasi kelindan dengan baik antara visual *frame*, *animated text*, audio naratornya, dan *sound* efek seperti musik sebagai pemancar atau *anchor* untuk memberikan kekuatan estetik secara audio sebagai musik pengiring retorika dari keseluruhan elemen-elemen pendukung dalam tujuan pesan iklan yang disampaikan.

- e. Idiologi yang dimunculkan film iklan Mandiri Securitas

Melihat tayangan film iklan memuat makna tanda metaforis pada domain yang direpresentasikan pada sosok empu keris dan anak memperlihatkan bahwa empu mewakili pada sebuah profesi pembuat bilah keris dengan sungguh-sungguh dalam menciptakan keris yang baik, berkualitas, dan bernilai tinggi. Sementara pada adegan citra pada diri anak-laki laki menunjukkan bahwa ia sebagai representasi masa depan yang akan mewarisi nilai-nilai filosofi yang diterimanya pada hasil produk keris tersebut, ia nampak memperhatikan dengan seksama bilah keris yang ditunjukkan oleh empu keris. Pada

budaya masyarakat, mitos kultural dari seorang anak ialah ia belum mengerti apa-apa yang sesungguhnya atas ilmu ia akan diberi tahu untuk mengetahui apa dari keinginannya untuk tahu tersebut. Maka dalam hal ini si empu keris memberikan pengetahuan yang dihadirkan dari sebilah keris, terlihat ia mengajak dan memperlihatkannya. Penanda ini menunjukkan kode hermeunitik, penuh teka-teki dan memungkinkan timbulnya idiologi iklan.

Menampilkan model anak laki-laki untuk menerima yang diinginkan dari rasa tahu untuk mengetahui perihal keris, sangatlah tepat, ia datang ke empu keris. Pertanyaannya adalah mengapa yang dimunculkan sosok anak laki-laki? Mengapa tidak muncul sosok anak perempuan, padahal dari sasaran film iklan ini adalah mestinya juga khalayak perempuan. Bisa jadi anak laki-laki ini mewakili dari kedudukan laki-laki dan perempuan, yang memiliki rasa ingin tahu, maka citra anak perempuan diabaikan.

Kehadiran anak laki-laki pada citra model iklan Mandiri Securitas bermakna konotatif ialah Penghujung sebagaimana klien yang belum mengetahui tentang investasi perbankan, maka representasinya

adalah ia perlu dituntun oleh seorang empu yang merepresentasikan dari sosok *brokerage* dalam dunia perbankan tentang investasi saham. Dengan demikian anak laki-laki tersebut adalah klien yang perlu digarap oleh Mandiri Securitas agar tahu dan mengerti tentang dunia investasi perbankan, hal ini merujuk pada animasi teks yang dimunculkan hingga berakhirnya narator menarasikan teks verbal produk yang ditawarkan dalam film iklan Mandiri Securitas.

Idiologi yang muncul dalam posisi metafora domain perkerisan adalah untuk membuat karya keris yang sempurna perlu kerja keras dan ketelitian yang tinggi, sementara pada metafora visual anak merepresentasikan bahwa untuk mengetahui sebuah hasil yang baik, perlu belajar kepada sang empu sehingga dapat memahami makna-makna yang dihasilkan dalam kualitas pamor keris. Jika dipadukan dengan makna yang tersembunyi dalam iklan dan produknya maka citra empu mewakili sebagai *broker* yang berpengalaman mewakili Mandiri Securitas dalam membuat karya yang berkualitas berupa keris sebagai manivestasi produk perbankan yang melayani, untuk diberikan kepada kliennya yang baru,

yaitu pada posisi citra anak tersebut.

Idiologi iklan yang metaforis dimunculkan antara teks visual *typography* animatik yang menyertai *scene* pada visual empuk keris dan visual perbankan yang dipinjamkan dalam memberikan tekanan audiovisual dramatik *eye chatching imagery* sebagai nilai filmis iklan Mandiri Securitas adalah sebagai berikut;

a. *Securitas Underwriting*

Surat berharga yang dipertanggungkan, seperti halnya saham, sertifikat, deposito, tetapi dalam hal ini Mandiri Securitas mengelola surat berharga saham yang dipertanggungkan.

b. *Corporate Finance*

Menunjuk pada pasar modal atau pengelolaan pasar modal dan produknya atau pengelolaan keuangan yang ada dipasaran.

c. *Securities Brokerage*

Surat berharga yang pengelolannya terdaftar sebagai broker atau pialang resmi di pasar modal, dalam hal ini di Indonesia di bawah pengawasan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Republik Indonesia.

d. *Research*

Penelitian, bahwa saham yang akan ditawarkan untuk investasi ke publik atau investor adalah yang memang dicermati akan prestasi kerja perusahaan tersebut yang layak untuk investasi.

e. *Investement Management*

Menunjuk pada pengelolaan investasi yang menguntungkan bagi investor, di mana Mandiri Securitas memposisikan hal tersebut untuk mengajak bergabung untuk berinvestasi.

f. Logo Mandiri Securitas

Merupakan citra merek perusahaan yang menjadi *leader* dalam pengelolaan manajemen investasi saham di Indonesia.

Secara keseluruhan teks animasi menunjukkan efek estetis pada pergerakan perpindahan gambar atau *type shot of frame* yang lain didirect dengan sistem pergerakan kamera. Kemudian yang terjadi adalah efek animasi teks dan korelasi tanda teks dan domain visual tidak berkorelasi dengan baik pada *type shot of frame* sampai dengan keseluruhan narasi iklan berakhir, dari pembukaan, klimak dan anti klimak. Dapat diartikan bahwa visual yang muncul pertama kali, disusul kemudian de-

ngan teks animasinya. Secara mitos mestinya gambar dapat diperjelas dengan *caption* atau teks animatik tadi, akan tetapi pada kenyataannya tidak mampu berkelindan dengan baik secara metaforis, tetapi hanya memberikan makna estetik saja untuk menarik perhatian mata.

Akan tetapi semua yang ditampilkan dalam animatik teks visual tersebut adalah memuat idiologi tentang jenis produk yang dikelola (managemen investasi), berkaitan dengan layanan investasi securitas dalam hal ini surat berharga atau saham dari Mandiri Securitas.

Idiologi iklan pada tanda audio dimunculkan antara narator/narasi audio dengan visual empu dan visual perbankan yang dipinjamkan dalam memberikan tekanan audiovisual dramatik filmis iklan Mandiri Securitas memuat tanda metaforis adalah sebagai berikut;

- a. "*We believe that expertise*" (Kami Percaya bahwa keahlian)

Pada narasi ini menunjuk pada sang ahli (master) yaitu representasi dari metafor empu keris. Empu sebagai orang yang ahli tentunya ia sudah memiliki karya yang telah diakui oleh masyarakat tentang keempunya.

- b. "*and touch to detail*" (dan sentuhan ke detail)

Menunjukkan pada sebuah kerja yang teliti dan mencermati sebuah karya produk yang unggul yaitu menunjuk pada empu yang sedang mengamati kerisnya dari proses berkaryanya yang akan menghasilkan keris yang bagus, baik, dan berkualitas atas detil dari keahlian sang empu.

- c. "*and integrity*" (dan integritas)

Kerja profesional dalam pekerjaan dari totalitas sang empu, maka tidak diragukan lagi yang namanya empu pasti ahli dibidangnya, karena integritas tersebut untuk menghasilkan karya terbaik bagi pemesannya.

- d. "*are the driving forces behind every succes*" (adalah kekuatan pendorong di balik setiap kesuksesan)

Menunjukkan pada kekuatan sang empu keris yang sedang menempa keris, dimana integritasnya tidak perlu diragukan kembali, dengan integritas maka akan memberi kekuatan untuk maju meraih harapan dan cita-cita bersama dengan melayani, membuatkan bilah keris seperti halnya produk perbankan.

kan Mandiri Securitas yang berkualitas.

- e. *“That’s why makes Mandiri Securitas”* (Itulah mengapa membuat Mandiri Securitas)

Menunjukkan suasana kesibukan di kantor sebagai cermin profesionalisme dalam mengelola pekerjaan, dan korporat Mandiri Securitas, sebagai sebuah *brand* yang mampu menunjukkan kinerja yang baik pada masyarakat.

- f. *“the leading investment bank in Indonesia”* (bank investasi terkemuka di Indonesia)

Menunjukkan sebagai perbankan terkemuka dan layak untuk bergabung dengan Mandiri Securitas untuk maju bersama meraih kesuksesan investasi yang menguntungkan yang dimetaforiskan pada menjelang akhir filmis iklan adanya kesepakatan dengan klien.

Metafora memuat tanda ideologi sebagai bagian dari persuasi filosofi iklan Mandiri Securitas, sebagai khalayak sasaran dalam hal ini adalah klien. Narator mewakili sebagai domain sumber (*source*) dan klien sebagai sasaran pengiklan adalah *targetting* untuk melakukan transaksi investasi kepemilikan saham yang terkodekan

dengan baik melalui Mandiri Securitas yang mana ia memposisikan dirinya sebagai perusahaan pemimpin pasar modal pertama di Indonesia. Yang artinya perbankan nasional yang mampu bersaing ketat dengan pasar luas secara global atau internasional. *Targetting* ditampilkan idiologinya pada domain perkerisan yaitu sosok model anak laki-laki, sedangkan pada domain perbankan diwakili dengan domain model sosok pria dewasa, berjas menunjukkan ia seorang pengusaha yang ingin menjual sahamnya ke pasar modal atau klien dalam hal ini khalayak saran yang ingin membeli saham ditunjukkan filmis iklan menjelang akhir diputar.

Narasi dilakukan oleh narator untuk retorika pesan verbal dalam bahasa Inggris makna metaforis persuasif adalah sasarannya para pengusaha atau perusahaan asing agar bisa berinvestasi atau mencari investor ke Indonesia, jadi membuka peluang untuk penanaman modal asing yang bermain di pasar saham Indonesia dengan pialang saham atau *broker* dikelola Mandiri Securitas.

Anak laki-laki sebagai sasaran target oleh empu untuk mengenalkan keris secara baik dan berkua-

litas dan tentunya memiliki nilai atau harga. Anak laki-laki itu nampak kagum dan seperti berkeinginan memilikinya, tetapi hal ini tidak nampak secara tersurat diucapkan oleh mulutnya, namun hanyalah ekspresi wajah yang nampak di *shot close up* tersebut menjadi ambigu. Berbeda halnya pada domain perbankan bahwa sosok pria atau laki-laki dewasa berjas itu yang berjabat tangan lalu melakukan tanda tangan, bisa jadi ia adalah klien yang ingin investasi perusahaannya di pasar modal atau membeli saham.

Makna yang terkodekan dari idiologi filmis iklan Mandiri Securitas secara metaforis pada citraan representasi visual dari perbandingan domain perbankan dan domain perkerisan adalah sebagai berikut;

1. Empu Keris

Sosok empu keris merupakan konstruksi representasi dari citraan (*imagery*) dari Mandiri Securitas ialah *brokerage*, atau pengelola dari pialang saham di pasar modal yang ada di Indonesia. Seorang empu keris dimitoskan sebagai orang memiliki *skill* atau kemampuan mumpuni dan kompetensi dalam mengolah bilah keris yang berkualitas. Dengan demikian citraan pada so-

sok empu tersebut diharapkan melekat juga halnya pada diri label *brand* Mandiri Securitas. Yang mana kemampuannya untuk mengelola dan mewakili dari entitas investor juga perusahaan securitas dalam menawarkan dan mengelola saham di pasar saham secara profesional.

2. Anak Laki-laki

Sosok model anak laki-laki yang nampak pada filmis iklan merupakan konstruksi citraan (*imagery*) dari representasi mereka yang menjadi sumber (*source*) ke sasaran (*target*) dari pengiklan, dalam hal ini Mandiri Securitas. Klien baru diibaratkan sebagai anak kecil dalam hal ini diwakili oleh entitas gender laki-laki yang belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengenal tentang keris atau dalam hal ini tentang saham sebagai hasil dari produk layanan dari Mandiri Securitas.

Pada awal kemunculannya ia (anak laki-laki itu) ingin pergi ke suatu tempat, akan tetapi kondisi luar sedang hujan. Ia tidak ingin kehujanan dan sepertinya tidak ada tempat berteduh. Kemudian ia mengambil sebuah daun pelepah pisang dan keluarlah ia dengan payung pelepah pisang. Makna yang terkodekan dalam idiologi di balik

tanda visual ini adalah merupakan representasi anak milenial masa kini yang merasa bingung untuk berinvestasi ke mana arah tujuannya yang paling tepat. Maka ia mengambil pelepah daun yang sesungguhnya daun pisang tidak tepat untuk berteduh atau berlindung dari terpaan deras hujan akan tetapi bagi anak kota bisa jadi ia akan mengambil apa yang terdekat seperti koran ataupun kantong plastik jika tidak ada payung. Yang paling tepat berlindung di jalanan dari hujan adalah payung yang sesungguhnya atau rumah untuk berteduh. Tetapi ia tidak menemukan rumah, tetapi malah melihat sosok empu dari kejauhan yang sedang melakukan sesuatu. Kemudian ia mampir ke tempat empu keris untuk berteduh, karena ia dipanggil oleh sang empu keris tersebut. Di dalam *besalan* (studio *workshop* membuat bilah keris) ia diperlihatkan akan hasil kerja dari empu keris yaitu bilah keris, dan diamatilah keris itu dari pangkal hingga ujung kerisnya.

3. *Setting* Artistik filmis iklan

Metafora iklan yang menyandingkan domain perkerisan dan domain perbankan tidak saja melibatkan ikon dari model iklan di kedua-

nya, tetapi *setting* atau latar bermakna indeksikal dengan suasana kerja yang menunjukkan wilayah atau daerah. ***Mise-en-scene*** dari apa yang nampak pada *setting* dari cerita filmis iklan yang menunjukkan citra desa atau lokal atas makna lambatnya perkembangan kehidupan ekonomi dan pembangunan adalah desa yang masih berkatat dengan nilai-nilai tradisi yang mulai ditinggalkan oleh masyarakat saat ini sehingga mereka menuju ke kota untuk mengejar impiannya.

Latar atau *setting* domain perbankan menunjukkan kota adalah banyaknya gendung-gedung yang tinggi menjulang sebagai petanda denotatif tumbuhnya pembangunan. Sehingga *landscape* kota identik dengan gedung-gedung yang tinggi atau sebagai kota metropolitan, maka geliat bisnis atau perekonomian begitu terasa dibandingkan desa yang masih mempertahankan tradisi budaya nenek moyang dianggap sebagai masyarakat primitif atau “ndeso.” Geliat pertumbuhan kota dipertontonkan suasana adegan pada domain perbankan, dimana telepon, komputer, orang berjas dan berdasi adalah kerja kantoran seperti halnya realitasnya di dunia perbankan. Konstruksi citra kebudayaan masa lalu nampak di desa

sebagai pekerja yang mengandalkan kekayaan alam dan benda-benda tradisi seperti keris, obor, dan rumah berdinding bambu serta kurangnya lampu penerangan jalan menunjukkan ikon desa yang terbelakang.

Sosok empu keris yang sampai saat ini masih berperan dalam masyarakat, tetapi seolah geliat kehidupannya tidak nampak di dunia saat ini. Keris sebagai karya seni pusaka nenek moyang berganti posisi yang sakral menjadi benda hiasan yang seolah tidak memiliki arti yaitu sebagai pelengkap busana tradisi khususnya jawa, meskipun usaha untuk melestarikannya banyak kendala karena mitos yang sakral tadi masih melekat, yaitu idiologi tradisi bertentangan dengan masyarakat saat ini.

Oposisi biner yang ditunjukkan pada nilainya bisa jadi berbeda ketika *setting* domain perkerisan dan kerisnya dimaknai sebagai warisan yang bernilai tinggi terkait filosofi makna sebilah keris dan sosok seniman empu keris, yang saat ini mulai dilestarikan kembali karena sudah diakui oleh UNESCO sebagai warisan dunia. Dengan demikian posisi Keris sebagai benda mati tidak saja bernilai sakral atau profan, tetapi nilai di balik mitosnya

itu ada nilai investasi sebagai barang seni seperti layaknya karya lukisan sehingga ia hidup di sepanjang tahun untuk dinikmati oleh para kolektornya.

Pencitraan metafora iklan pada domain perbankan dipandang mencerminkan suasana kerja pasar modal seperti halnya pada kegiatan empu keris dalam aktivitasnya menempa keris, untuk mengolahnya, menempanya, dengan kecermatan, ketekunan daya kekuatan estetikanya menjadikan bilah keris yang baik, dan bernilai tinggi untuk investasi bagi kolektor layaknya seperti saham yang ada di perkotaan yang diburu oleh para investor di pasar modal.

Jadi idiologi yang dimunculkan dari kedua *setting* itu adalah domain perkerisan menunjukkan pola primitifnya orang masa lalu di desa untuk investasi dengan barang seni seperti keris, tidak akan mempercepat tumbuhnya *pasive incom* dibanding pada domain perbankan yang berburu investasi di pasar modal sehingga menumbuhkan *pasive incom* yang positif dan menjanjikan investasi masa depan yang lebih baik.

SIMPULAN

Retorika filmis iklan komersial citra merek Mandiri Securitas adalah sebuah komunikasi audiovisual yang menempuh strategi metaforis. Metafor tersebut dihadirkan dalam bentuk pernyataan tentang karakter yang diunggulkan Mandiri Securitas melalui tampilan filmis (audio-visual) domain perkerisan yang dalam keseharian tidak pernah disandingkan dengan domain perbankan. Pengambilan domain keris sebagai penanda metaforis film iklan tersebut ditempuh bukan saja untuk menunjukkan perbedaan dari lembaga perbankan lain yang menawarkan jasa sekuritas. Lebih dari itu, pemilihan domain keris sebagai penanda metaforis juga berfungsi untuk mengkonstruksi citra Mandiri Securitas sebagai lembaga jasa keuangan modern yang selaras dengan nilai-nilai tradisi. Pencitraan tersebut ditempuh untuk merespon situasi layanan jasa keuangan di Indonesia yang didominasi oleh lembaga asing, dengan harapan agar sentimen primordial khalayak terusik sehingga tergerak untuk mempercayakan pengelolaan dananya di Mandiri Securitas.

Meskipun demikian, analisis atas struktur dan komposisi elemen pembentuk film iklan Mandiri Se-

curitas menunjukkan adanya ambiguitas dalam pencitraan lembaga tersebut sebagai lembaga dana reksa yang memihak pada tradisi.

Ambiguitas tersebut tampak dalam pernyataan filosofi Mandiri Securitas berupa *voice over* dalam bahasa Inggris “*We believe that expertise and touch to detail and integrity are the driving forces behind every succes. That’s why makes Mandiri Securitas the leading investement bank in Indonesia.*” Kalimat pertama *voice-over* tersebut merupakan elemen utama yang menghubungkan antara domain keris dengan domain perbankan. Pernyataan tentang keahlian, kecermatan, dan integritas yang dipercaya sebagai kunci kesuksesan – tanpa merujuk pada kesuksesan di bidang apa – dalam film iklan tersebut diposisikan ‘melayang’ di atas *scenes* domain keris maupun domain perbankan, seakan menaungi tampilan visual kedua domain yang berbeda tersebut. Peran penting *voice-over* sebagai penghubung kedua domain semakin nyata ketika dalam proses analisis diterapkan metode “*minus-one*” dengan cara mematikan elemen audionya.

Ketika elemen audio dimatikan, jajaran visual berselang-seling antara domain perbankan dan do-

main keris tidak menunjukkan hubungan yang jelas.

Ambiguitas dalam film iklan tersebut tercermin dalam penyampaian filosofi kesuksesan yang ditawarkan oleh Mandiri Securitas. Penyampaian filosofi kesuksesan dalam bahasa Inggris membatasi kemungkinan pemahaman pesan hanya pada khalayak yang menguasai bahasa Inggris. Sementara itu, elemen visual yang mencerminkan keahlian, kecermatan dan integritas lebih tampak kuat pada visualisasi domain keris (tradisi) - yang hanya dapat dikenali oleh khalayak yang mengenal tradisi keris. Ambiguitas semakin jelas apabila pernyataan tersebut dikaitkan dengan harapan Mandiri Securitas untuk menggugah simpati primordial khalayak.

Meskipun secara kuantitatif jumlah *frame* maupun *scene* yang merepresentasikan domain perbankan dan domain keris hampir seimbang, keberadaan elemen visual domain keris yang secara asosiatif lebih jelas terhubung dengan pesan filosofis Mandiri Securitas – dibandingkan dengan relasi antara pesan tersebut dengan visualisasi domain perbankan – menunjukkan bahwa film iklan tersebut memanfaatkan citra domain keris untuk

mendongkrak citra perbankan. Dalam tataran ideologis yang lebih luas, dapat disimpulkan bahwa film iklan citra merek Mandiri Securitas merupakan contoh apropriasi dunia tradisi untuk kepentingan dunia modern. Dalam apropriasi tersebut dunia tradisi tidak ditampilkan secara utuh sebagaimana adanya, namun ditampilkan secara parsial dan ditentukan berdasarkan citra yang ingin dikonstruksi dunia modern.

Temuan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini dicapai dengan metode “*minus-one*” yang gagasannya dipinjam dari dunia karaoke. Dalam proses analisis, terbukti penerapan metode “*minus-one*” sangat membantu untuk mengenali peran-peran yang dimainkan oleh elemen-elemen penyusun suatu konstruksi film. Meskipun dalam kenyataannya seluruh elemen tersebut menyatu, namun untuk kepentingan analisis penguangan atau penghilangan sementara suatu elemen dengan mudah menunjukkan hal yang tidak terhadirkan. Kiranya metode ini dapat diterapkan dan dikembangkan bagi analisis dalam kajian lain.

Setiap penelitian memiliki keterbatasannya masing-masing. Penelitian ini belum memperhatikan film iklan Mandiri Securitas dari dimensi

gender. Meskipun dalam film tersebut tampil karakter laki-laki dan perempuan, namun penelitian ini tidak memberi perhatian secara khusus pada aspek gender. Pembatasan ini membuka peluang bagi kajian lebih lanjut mengenai dimensi gender bagi kajian film iklan. Dengan demikian, dimensi ideologis iklan pun dapat terungkap secara gender.

DAFTAR PUSTAKA

Lakoff, George dan Johnson, Mark. 2003. *Metaphor We Live by*. Chicago: The University of Chicago.

Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Hipersmiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jogjakarta: Jalasutra.

Piliang, Yasraf Amir. 2004. "Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks" dalam jurnal *MEDIATOR*, Vol. 5 No.2, ISSN 1411-5883

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/metafora>, 05 Oktober 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=1d4OLynmllo>, *Filosofi Investasi Mandiri Sekuritas*, diakses Oktober 2018