

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasar pada perumusan masalah pada penelitian ini, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komikus dapat merepresentasikan industri rokok dari realita sosial yang banyak terjadi sehari-hari di lingkungan sekitar, dari bagaimana perilaku konsumen atau perokok terhadap rokok itu sendiri, juga dari perusahaan rokok dapat menarik perhatian para konsumennya hingga masuk kedalam kehidupan masyarakat, juga cara agar perusahaan rokok terus berkembang. Hasilnya, dalam pembahasan komik tersebut merepresentasikan:

1. Sesuai dengan hasil analisis komik pada halaman 18, 19, 21, 27, dan 29: Industri rokok akan masih bisa berkembang karena jumlah pertumbuhan penduduk di negara berkembang ini berbanding lurus dengan kenaikan perokok aktif, dari semua kalangan, dari kaya atau miskin, terpelajar atau tidak, semua sama. Rokok akan selalu dicari oleh pecintanya atau konsumen setianya karena rasa dan sifat candu (nikotin) pada produk tersebut membuat ketergantungan dan apa yang tidak bisa digantikan produk lain.
2. Sesuai dengan hasil analisis komik pada halaman 27, 29, 61 dan 66: Para konsumen yang semakin loyal semakin bertambah dari jam ke jam. Produk rokok yang disodorkan beragam ke pasaran, mengajak mereka merasakan produk yang rendah nikotin dan mereka menyebarkan iklan secara intensif ke semua tempat.
3. Sesuai hasil analisis komik pada halaman 29, 43 dan 66: Industri rokok seperti plasma terhadap para petani cengkeh dan tembakau, dapat dikatakan sebenarnya mengerjai orang bawah seperti kaum petani dan buruh, pabrik rokok menyediakan pupuk, bibit dan lainnya lalu mereka disuruh menggarap lahan mereka dan menjual hasilnya kepada pabrik rokok dengan harga murah atau bahkan sangat murah. Para buruh pabrik rokok atau biasanya warga

sekitar pabrik atau masyarakat kecil dan menengah bergantung pada pekerjaan dalam pabrik rokok tersebut dengan upah murah dan alam jangka waktu yang lama, apa yang didapat pabrik sangat banyak, tidak sebanding dengan upah buruh, sistem kerja yang disebut kesadaran semu atau palsu

4. Sesuai dengan hasil analisis komik pada halaman 22, 61 dan 66: Komunikasi merk yang baik, iklan menjadi aspek paling penting yang menunjang di seluruh lingkungan kita dan di semua aspek, ada di jalan raya, media cetak, media elektronik, dan media-media yang diciptakan sendiri oleh pabrik rokok seperti agen-agen warung, SPG, hadiah-hadiah yang ditawarkan agar selalu merokok terhadap produknya.

Kesimpulan diatas merepresentasikan Industri Rokok yang sebagian mungkin tidak diketahui oleh masyarakat awam. Melalui buku komik “Jangan Tanya Mengapa: Perusahaan Rokok Untung Besar!!” masyarakat awam yang belum mengenal secara nyata dan dalam mengenai Industri rokok ini dapat lebih mengetahui seperti apa kotornya industri ini yang diposisikan dan dibalut dengan kewibawaan, hangat dan peduli sesama. Hal-hal yang direpresetasikan dalam komik ini kemudian akan mengkonstruksi suatu realita baru di masyarakat tentang Industri Rokok. Konstruksi tersebut berdasarkan pemaknaan masing-masing individu dalam masyarakat yang melihat seperti apa, dari sudut mana, apakah kejelekannya, atau kelebihan Industri Rokok tersebut. Selain menyampaikan tentang Industri Rokok, melalui komik ini juga, komikus mengajak masyarakat menanamkan kesadaran, membaca realita, bagaimana kapitalisme bekerja dan pastinya saling mengingatkan betapa membahayakan produk racun yang mengatasnamakan cita rasa ini.

Di mata perusahaan rokok, semua orang adalah konsumen yang siap melahap racun dengan rakus. Rokok hanyalah berorientasi kepada meraih laba, bukan melakukan revolusi sosial. Jiwa sosial hanya sebagai pelapis dari itikad meraih untung sebesar-besarnya. Perusahaan rokok bukanlah pelayan masyarakat, mereka hanya seperti entitas komersial yang bergerak mengejar keuntungan material, realitasnya tetaplah sama bahwa komunitas bisnis tidak akan pernah menempatkan pelayanan pelanggan yang baik, perdagangan etis dan investasi sosial diatas kepentingan menghasilkan pundi-

pundi rupiah. Mungkin buruh akan selalu menjadi buruh atau pekerja yang dibayar atau digaji seadanya dan ditampung sebanyak-banyaknya, mereka tidak tahu pasti jika rokok yang para pekerja keras buat ini diracik dan diperjual-belikan dengan cara yang dramatik. Sulit jika harus melawan kehebatan dan kekuasaan perusahaan yang mempunyai aliran uang yang sangat deras dengan dukungan media yang keterlaluan. Rokok merupakan produk kapitalis yang menerjemahkan pertumbuhan keuntungan dengan cara paling mempesona.

Sebagai media yang mampu mengkonstruksi realita, komik sejatinya harus mampu mempertontonkan gambarkomik yang mampu mengkonstruksi hal positif bagi masyarakat. Seperti dalam komik “Jangan Tanya Mengapa: Perusahaan Rokok Untung Besar!!” yang dapat dikatakan mampu merepresentasikan secara terbuka bagaimana industri rokok inibaik kelebihanannya atau kekurangannya, sehingga masyarakat akan mengetahui dan mampu mengantisipasi jika ada yang terjadi hal-hal yang ditampilkan melalui komik ini. Pemilihan tanda yang kurang tepat akan mengakibatkan pemaknaan yang berbeda. Sebagai media yang asik dan penuh dengan unsur humoris ini, semoga para seniman atau komikus Indonesia dapat dirubah ke arah yang lebih positif dan mampu mengedukasi masyarakat Indonesia melalui karya-karyanya, bukan menjerumuskan masyarakat dengan komik yang tidak berkualitas dan hanya mementingkan keuntungan.

## **B. KETERBATASAN PENELITIAN**

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Dikarenakan terbatasnya waktu, penelitian untuk menganalisis representasi Industri Rokok hanya dapat dilakukan dengan menggunakan media buku komik. Dan akan lebih kuat jika peneliti berikutnya dengan penelitian serupa, juga akan mengcover atau dengan mencari langsung dengan Komikus-komikus handal yang membuat karya edukasi dengan garis humoris yang mengungkap fakta secara menakjubkan.

## **C. SARAN**

1. Bagi seniman dan komikus Indonesia, diharapkan agar penelitian ini dapat menjadi referensi karya yang mengangkat hal positif, selain menghibur juga dapat

mengedukasi, karean saat ini bukanlah lagi zaman orde baru yang tidak dapat melakukan kebebasan melalui karya-karya kreatif untuk masyarakat.

2. Bagi masyarakat dan penikmat komik, diharapkan dapat menyaring sisi positif dari komik sehingga dapat bermanfaat bagi pola pikir masyarakat ke arah yang lebih baik lagi. Komik jangan hanya sebagai produk yang hanya humoris dan diperjual-belikan dengan sebelah mata tanpa tahu pemaknaan yang berarti.
3. Bagi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, diharapkan penelitian ini dapat menjadi batu loncatan atau referensi tentang studi semiotika yang sangat efektif untuk mengkaji tanda, makna, dan pesan. Tentunya dalam kajian buku komik yang sebelumnya sulit mencari referensi mengenai media komik yang mengangkat sebuah representasi kapitalisme di dalam Industri Rokok, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya wawasan mahasiswa mengenai media komik yang mengangkat sisi edukasi, dan dapat menginspirasi mahasiswa Ilmu Komunikasi mungkin untuk membuat karya yang berkaitan dengan penelitian ini atau bahkan membuat komunitas tersendiri dalam lingkungan universitas sehingga mungkin membuat jurusan baru di dalam universitas.

