



INTISARI

Film Iklan Mandiri Securitas merupakan iklan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan secara audiovisual ke khalayak dengan strategi komunikasi visual menghubungkan domain perkerisan dan domain perbankan sebagai pendekatan kreatifnya. Film ini menarik untuk dikaji karena merepresentasikan praktik penandaan dalam kerja kreatif periklanan dengan media audio-visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metafora retorika dalam film iklan Mandiri Securitas, serta mengungkap idiologi di balik kerja metafora retorika tersebut. Dua pertanyaan yang diajukan dalam disertasi ini adalah 1) Mengapa ikon domain perkerisan dijadikan metafora retorika film iklan Mandiri Securitas untuk mengkonstruksi citra dunia perbankan, 2) Ideologi apa yang tertampilkan dari pertukaran makna denotatif dan konotatif kedua domain tersebut.

Penelitian ini melakukan perspektif retorika film dengan berbekal teori metafora Lakoff dan Johnson, serta pandangan Roland Barthes tentang semiotika dan ideologi. Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode *minus-one* untuk membongkar elemen-elemen filmis penyusun film iklan Mandiri Securitas serta peran masing-masing elemen dalam mengkonstruksi keseluruhan pesan. Teknik *minus-one* juga diterapkan untuk mengidentifikasi peran citraan domain perbankan dan citraan domain perkerisan dalam mengkonstruksi keseluruhan pesan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa domain keris dipilih sebagai penanda metaforis untuk mengkonstruksi citra Mandiri Securitas sebagai lembaga jasa keuangan modern yang selaras dengan nilai-nilai tradisi. Pencitraan melalui ikon tradisi Indonesia tersebut ditempuh untuk merespon situasi layanan jasa keuangan di Indonesia yang didominasi oleh lembaga jasa keuangan asing, agar sentimen primordial khalayak terusik sehingga tergerak untuk mempercayakan pengelolaan dananya pada Mandiri Securitas. Pada tataran ideologis film iklan Mandiri Securitas merupakan contoh apropriasi dunia tradisi untuk kepentingan modern. Citraan dunia tradisi perkerisan diperlukan untuk mengkonstruksi identitas spesifik dunia perbankan yang seragam. Dengan demikian, film iklan Mandiri Securitas dapat dipahami sebagai apropriasi kekayaan (heterogenitas) identitas tradisi oleh dunia modern yang homogen.

Kata Kunci: Film Iklan, Metafora, Retorika, Ideologi, Perbankan, Keris



ABSTRACT

Ad Film of Mandiri Securitas is an advertisement that aims to communicate audio-visual messages to an audience with a visual communication strategy that links the kris domain and the banking domain as a creative approach. This film is interesting to study because it represents the complexity of the practice of tagging in advertising creative work with audio-visual media. This study aims to identify metaphorical rhetoric in the Mandiri Securitas advertisement film, as well as reveal the ideology behind the work of metaphorical rhetoric. The two questions raised in this dissertation are 1) Why is the kris domain icon for made into a rhetorical metaphor the Mandiri Securitas advertisement film to construct the image of the banking world, 2) What ideology is displayed by the exchange of denotative and connotative meanings of the two domains.

This research carried out a film rhetoric perspective armed with Lakoff and Johnson's metaphorical theory, and Roland Barthes's views on semiotics and ideology. This research was conducted by applying the "minus-one" method to dismantle of filmic elements of compiler the Mandiri Securitas ad film and the role of each elements in building the entire message. The "minus-one" technique is also applied to identify the role of the banking domain image and the kris domain image in constructing the entire message. At the ideological level, the Mandiri Sekuritas ad film is an example of the appropriation of the world of tradition for modern interests.

This research shows that the kris domain was chosen as a metaphorical marker to construct the image of Mandiri Securitas as a modern financial service institution that is in harmony with traditional values. The image through Indonesian traditional icons was taken to respond to the situation of financial services in Indonesia which was dominated by foreign financial service institutions, so that primordial sentiments were disturbed so it was moved to entrust the management of funds to Mandiri Securitas. At the ideological level, the Mandiri Sekuritas ad film is an example of the appropriation of the world of tradition for modern interests. The image of tradition world of the kris are needed to construct a identity specific of the banking world that of uniform. Thus, the Mandiri Sekuritas ad film can be understood as an appropriation of wealth (heterogeneity) of traditional identity by a homogeneous modern world.

Keywords: Ad Film, Metaphor, Rhetoric, Ideology, Banking, Kris