BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada bab I, yaitu bagaimana kritik kebebasan dalam iklan Tri-*Always on*. Bebas itu nyata versi perempuan. Dalam hal ini peneliti mendapatkan hasil analisis dengan mengamati objek penelitian dan membedahnya menggunakan tigal level yang ada dalam teori "*The codes of television*" John Fiske.

Sequence yang akan dianalisis dari iklan tri - *always on.* Bebas itu nyata versi perempuan dibagi ke dalam tiga bagian sequence, dimana pembagian sequence tersebut berdasarkan kepada teori "*the codes of televison*" yaitu yang pertama adalah sequence *Prolog*(sequence pembuka) yang terdiri dari *preparation*(tahap pembentukan cerita) dan *complication*(tahap yang menunjukan permasalahan atau kesulitan), kedua adalah sequence ideological content yang terdiri dari *transference*(tahap perjalanan tokoh yang melaksanakan misinya), dan *struggle*(tahap perjuangan tokoh utama dalam melakukan perlawanan terhadap apa yang menjadi lawannya), dan yang terakhir pada sequence *epilog*(penutup) yang terdiri dari *return*(kembalinya tokoh utama dari misi yang ia jalankan) dan *recognition*(tahap penyelesaian masalah).

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Iklan Tri-*Always On.* Bebas itu Nyata Versi Perempuan pada *Sequence* ke-1 (Prolog)

Sequence prolog adalah *sequence* pembuka yang dibagi menjadi dua bagian yaitu *preparation* dan *complication*. *Preparation* adalah tahap pembentukan cerita, pengenalan tokoh dan situasi awal dalam cerita. Sedangkan *complication* adalah tahap menunjukan permasalahan atau kesulitan yang dihadapi oleh tokoh. Pada tahap ini *sequence* prolog akan di analisis dengan menggunakan ketiga level, yaitu Level Realitas, Level Representasi dan Level Ideologi, berdasar kepada desain yang peneliti gunakan, yaitu teori "*The Codes of Television*" dari John Fiske, yang akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
***Sequence* 1(prolog)**

Timeline		***Chapture* Video**
***Sequence* 1 (Prolog)** pada durasi 00.00.01 – 00.00.16	***Preparation*** (Tahap Pembentukan Cerita) pada durasi 00.00.00 – 00.00.10	
	Complication (Tahap yang Menunjukan Permasalahan atau kesulitan) pada durasi 00.00.11 – 00.00.16	

Sumber : Peneliti 2014

A. Level Realitas Pada *Sequence* ke 1 (Prolog)

a. *Preparation* (Tahap Pembentukan Ceita)

1. *Apperarance* (penampilan), Penampilan tokoh wanita tersebut menjelaskan kesederhanaan yang diperlihatkan oleh tokoh wanita dalam iklan tersebut.
2. *Make Up* (Riasan), Tokoh perempuan dalam iklan ini menggunakan riasan yang sederhana, yang menunjukan dia terlihat polos dan sederhana.
3. *Environment* (Lingkungan), Rumah / ruangan pribadinya yang gelap, dengan perbandingan ketika jendela dibuka suasana luar rumah yang terang dan menyoroti cahaya dari luar ruangan lewat jendela.
4. *Behavior* (perilaku), Perilaku *sequence* ini menggambarkan kegelisahan dalam hidupnya, yang hanya meratapi nasibnya, tanpa bisa melakukan banyak hal.
5. *Speech* (cara berbiacara), Cara berbicara tokoh perempuan iklan ini dalam narasinya, memperlihatkan kegelisahan dalam kehidupannya dengan nada bicara yang terkesan meremehkan.
6. *Gesture* (gerak tubuh), Gerak tubuh dari tokoh wanita tersebut menggambarkan kegelisahan, dengan menghela nafas ketika membuka jendela.

7. *Expression* (ekspresi), ekspresi tokoh perempuan dalam iklan ini pada sequence ke-1 menunjukan kesedihan dan pasrahnya tokoh wanita tersebut, yang hanya bisa menatap ke luar jendela dari dalam rumah.

b. *Complication* (Tahap yang Menunjukan Permasalahan atau Kesulitan)

1. *Dress* (kostum), Tokoh perempuan dalam iklan ini menggunakan kostum biasa, seperti layaknya gadis yang sederhana.

2. *Environment* (Lingkungan), lingkungan di tengah-tengah air yang dangkal dan tenang.

3. *Gesture* (gerak tubuh), Gerak tubuh dari tokoh wanita tersebut menggambarkan keterpaksaan atas nasibnya, dengan berjalan di tengah-tenah air dangkal dan tenang.

4. *Sound* (suara), Suara sekelompok burung yang berterbangan menunjukan bahwa seharusnya seekor burung bebas terbang diluar, dan tidak seperti gambaran burung yang ada pada sangkar sebelumnya.

B. Level Representasi Pada *Sequence* ke 1 (Prolog)

a. Preparation (Tahap Pembentukan Ceita)

1. Scene 1

I. *Shoot* 1 : ***Camera*** **(kamera)** : *Medium Shoot* (MS) pengambilan gambar dari sekitar atas pinggang sampai kepada atas kepala, dan latar sebanding dengan objek yaitu tokoh wanita tersebut.

Setting **(latar)** : Sangkar burung yang berada di samping tokoh perempuan tersebut menggambarkan keterkurungan/ burung yang seharusnya hidup bebas harus terkurung dalam sangkar.

Lighting (Pencahayaan) : Pencahayaan yang gelap di dalam rumah, dan pencahayaan yang terang ketika cahaya yang muncul dari luar jendela dan masuk ke sebagian ke dalam rumah menerangi bagian depan tokoh wanita tersebut, menggambarkan, betapa terang dan menarik, dan menyenangkannya berada di luar disbanding berada di dalam rumah yang memberikan kesan memimpikan kebebasan diluar tanpa ada kekangan dari dalam.

II. *Shoot* 2 : ***Camera*** **(kamera)** : *Close-up* (CU) Shoot dekat, objek menjadi titik perhatian utama dlaam shot ini, objek menjadi dominan dalam pengambilan gambar ini, dan latar belakan Nampak sedikit terlihat, mengambarkan mempertegas profil tokoh wanita tersebut.

Narrative **(narasi)** : "Kebebasan itu omong kosong"

III. *Shoot* 4 : ***Camera*** **(kamera)** : *Medium Long Shoot* (MLS) penambilan gambar yang menyajikan bidang pandangan yang tidak terlalu jauh dengan objek, dan latar masih mendominasi frame tersebut, seperti burung pada frame tersebut.

Setting **(Latar) :** Garis-garis gorizontal yang memberikan memberikan gambaran bahwa burung tersebut terkurung.

Lighting (Pencahayaan) : Pencahayaan dalam frame ini diambil dengan menyoroti objek burung tersebut dengan membelakangi sumber cahaya, atau biasa disebut teknik siluet, dimana burung tersebut hanya berupa bayangan gelap, yang merupakan hasil dari membelakangi sumber cahaya tersebut. Menggambarkan

sekalius mempertegas bahwa terkekangnya burung yang terkurung tersebut.

2. Scene 2

I. *Shoot* 1 : ***Camera*** **(kamera) :** *Extreme Long Shoot (ELS)/ Wide Shoot (WS)* adalah Shoot yang menyajikan bidang pandangan yang luas, dimana objek utama dan objek lainnya Nampak sangat kecil dalam hubungannya dengan latar belakang. Seperti objek sekelompok burung yang beterbangan di malam hari pada shoot tersebut.

Setting **(Latar) :** Lampu jalan yang menyala terang ditengah gelapnya perkotaan, sebuah titik terang ddi tengah gelapnya perkotaan di malam hari.

b. ***Complication*** **(Tahap yang Menunjukan Permasalahan atau Kesulitan)**

3. Scene 3

I. *Shoot* 1 : ***Camera*** **(kamera) :** *Close-up (CU)* pada tokoh wanita tersebut, yang mempertegas profil tokoh wanita tersebut.

Monolog : “Katanya aku bebas berekspresi”

II. *Shoot 2 :* ***Camera*** **(Kamera) :** *Long Shoot* (LS) menyajikan gambar yang jauh, dimana latar lebih

mendominasi frame dibandingkan dengan objek. Menggambarkan lingkungan sekitar/ suasana sekitar dari objek. Dimana tokoh wanita tersebut sedang berdiri di tengah-tengah air yang dangkal dan tenang.

Setting **(Latar)** : latar pada frame ini adalah berada di tengah-tengah air yang tenang dan dangkal sekitar sebatas lutut.

III. *Shoot* 5 *:* ***Camera*** **(Kamera) :** *Extreme Long Shoot (ELS)/ Wide Shoot (WS)* pada frame ini memperlihatkan tokoh wanita tersebut melintasi air yang dangkal dan tenang, sambil mengangkat rok nya sebatas lutut, dengan refleksi/ bayangan sebagian tubuh wanita tersebut yang terkena riak dari air yang dilintasinya. Menunjukan bahwa perempuan tersebut seakan terjebak dalam kehidupan dan lingkungan sekitarnya.

Monolog : "Tapi selama rok masih di bawah lutut"

C. Level Ideologi Pada *Sequence* ke 1 (Prolog)

Dari *Sequence* ke 1 (Prolog) ini, tokoh perempuan dalam iklan tersebut merupakan seorang perempuan yang sedang merasa kebingungan dan gelisah tentang hidupnya. Dia merasa terkekang dan

hanya bisa melihat kebebasan dirinya yang juga merasa bahwa dirinya sangatlah dibatasi. Dan hanya bisa melihat kebebasan yang terkesan lebih menarik dan tanpa bisa melakukan banyak hal sebagai seorang perempuan. Peneliti mencurigai adanya Ideologi Liberalisme terkandung dengan secara implisit pada *sequence* 1(Prolog) ini, yang hadir lewat monolog, serta serangkaian adegan, termasuk semua aspek kode-kode ideology yang ada pada level realitas maupun level representasi pada scene 1 (prolog ini).

4.1.2 Hasil Analisis Iklan Tri-*Always On.* Bebas itu Nyata Versi Perempuan pada *Sequence* ke-2 (*Ideological Content*)

Pada *sequence ideological content* ini dibagi menjadi dua bagian yaitu *transference* dan *struggle. Transference* adalah tahap dimana perjalanan para tokoh dalam melaksanakan misinya. Sedangkan *struggle* adalah tahap perjuangan tokoh utama dalam melakukan perlawanan terhadap apa yang menjadi musuh. Pada tahap ini *sequence ideological content* akan di analisis dengan menggunakan ketiga level, yaitu Level Realitas, Level Representasi dan Level Ideologi, berdasar kepada desain yang peneliti gunakan, yaitu teori "*The Codes of Television*" dari John Fiske, yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
***Sequence* 2(ideological content)**

Timeline		***Chapture* Video**
***Sequence* 2 (Ideological Content)** pada durasi 00.00.17 – 00.00.48	***Transference*** (Tahap Perjalanan Tokoh yang Melaksanakan Misinya) pada durasi 00.00.17 – 00.00.26	
	Struggle (Tahap Perjuangan Tokoh Utama dalam Melakukan Perlawanan Terhadap apa yang Menjadi Lawannya) pada durasi 00.00.27 – 00.00.48	

Sumber : Peneliti 2014

A. Level Realitas Pada *Sequence* ke 2 (*Ideological Content)*

a. Transference (Tahap Perjalanan Tokoh yang Melaksanakan Misinya)

1. *Apperarance* (penampilan), wanita tersebut berpenampilan layaknya sedang melakukan pesta.
2. *Dress* (kostum), kostum yang dikenakan oleh tokoh wanita tersebut merupakan kostum pesta yang terkesan glamor.
3. *Make Up* (riasan), riasan yang dikenakan oleh tokoh wanita tersebut merupakan riasan gemerlap yang menampilkan kesan glamor.

4. *Environment* (Lingkungan), sebuah bar, yang sepi.
5. *Behavior* (perilaku), tokoh wanita tersebut berusaha menikmati hidupnya meski dibawah tekanan.
6. *Speech* (cara berbiacara), Cara berbicara tokoh perempuan iklan ini dalam narasinya, memperlihatkan kegelisahan dalam kehidupannya dengan nada bicara yang terkesan meremehkan.
7. *Gesture* (gerak tubuh), Gerak tubuh tokoh wanita tersebut yang sedang menari-nari denan lincah, menggambarkan wanita itu menikmati hidupnya.
8. *Expression* (ekspresi) Ekspresi senang yang terlihat dari senyuman tokoh wanita dalam iklan ini yang berusaha menikmati hidupnya yang bebas.

***b. Strugle* (Tahap Perjalanan Tokoh Utama dalam Melakukan Perlawanan Terhadap Apa yang Menjadi Lawannya)**

1. *Apperarance* (penampilan), wanita tersebut berpenampilan sederhana.
2. *Dress* (kostum), kostum yang dikenakan oleh tokoh wanita tersebut merupakan kostum perempuan sederhana.
3. *Make Up* (riasan), riasan yang dikenakan oleh tokoh wanita tersebut merupakan riasan biasa, yang memiliki kesan sederhana
4. *Environment* (Lingkungan), sebuah stasiun yang ramai.

5. *Behavior* (perilaku), tokoh wanita tersebut menjunkukan kegelisahan dan berusaha merelakan nasibnya.
6. *Gesture* (gerak tubuh), Gerak tubuh tokoh wanita tersebut yang gelisah, dan hanya bisa melihat orang lain yang sedang berbahagia.
7. *Expression* (ekspresi) Ekspresi cemas yang diperlihatkan oleh tokoh wanita dalam iklan ini seperti merelakan nasibnya, dan hanya bisa berdiam diri.

B. Level Representasi Pada *Sequence* ke 2 (*Ideological Content*)

***a. Transference* (Tahap Perjalanan Tokoh yang Melaksanakan Misinya)**

1. Scene 4

I. *Shoot* 3 : ***Camera* (kamera)** : *Close-up* (CU) yang mempertegas profile tokoh perempuan tersebut

***Setting* (latar)** : Latar sekitar tokoh wanita tersebut terdapat tirai-tirai emas, yang banyak dan mengelilingi wanita tersebut, menggambarkan betapa menggoda dan gemerlapnya kebebasan yang berusaha dia raih.

Lighting (Pencahayaan) : Pencahayaan yang lembut dan kurang begitu terang,yang menyoroti sebagian dari tokoh perempuan tersebut berwarna

kuning, memberikan kesan kehangatan, serta ditambah gelapnya keadaan sekitar yang memberikan kesan kuat, tetapi juga bisa menjadi kesan yang buruk, atau kelam.

Monolog: "Hidup ini singkat, mumpung masih muda"

II. *Shoot* 4 : ***Camera* (kamera)** : *Medium Long Shoot* (MLS) penambilan gambar yang menyajikan bidang pandangan yang tidak terlalu jauh dengan objek, dan latar masih mendominasi frame tersebut, seperti burung pada frame tersebut. Yang menyoroti bagian tubuh perempuan tersebut yaitu, kaki serta bayangan dari tubuh wanita tersebut.

Lighting (Pencahayaan) : Pencahayaan dalam frame ini diambil dengan menyoroti objek perempuan tersebut dengan cahaya putih dan Menggambarkan perilaku bersenang-senang, dan kebebasan perempuan yang dilakukan, merupakan refleksi/ bayangan dirinya yang buruk, dan merusak kesucian perempuan, dimana cahaya putih yang lebih dominan dan bayangan hitam sesuatu yang kontras dan berlawanan,

antara kedua warna tersebut menunjukan tindakan yang dilakukannya sangatlah kontras dengan apa yang dinilai baik oleh lingkungan sekitarnya.

Shoot 6 : ***Camera*** **(kamera)** : *Big Close Up(BCU)/ Detail :*shot dekat dengan objek. Menunjukan sebuah objek televise yang menampilkan gambar dari CCTV/ kamera pengintai dari berbagai arah yang mengarah kepada perempuan tersebut, menggambarkan bahwa setiap gerak-gerik wanita tersebut merupakan sesuatu yang diperhatikan oleh banyak orang, dan menjadikan sebuah tontonan yang dimana warna dari gambar dalam tv tersebut adalah hitam putih, menunjukan tayangan tersebut merupakan sesuatu yang tabu, ataupun klasik bahwa gerak-gerik perempuan haruslah diperhatikan dari berbagai sudut pandang.

Monolog: "Nikmati sepuasnya"

III. *Shoot* 7 : ***Camera*** **(kamera)** : *Extreme Long Shoot* (ELS) dalam frame ini, seorang pria yang sedang membereskan pekerjaannya menengok heran ke

arah tokoh perempuan tersebut, menunjukan betapa jauhnya perbandingan atas apa yang dilakukan, juga memperlihatkan kejanggalan atas apa yang diperbuat oleh tokoh perempuan tersebut.

***Setting*(Latar) :** Latar berupa sebuah tempat semacam bar, atau café yang sepi

IV. *Shoot* 8: ***Camera*(Kamera):** *Two Shoot*(TS) shoot, teknik ini mengambil 2 objek manusia dalam satu frame yang sama / Over Soulder Shoot yang adalah sudut pengambilan gambar dari titik pandang pemain tertentu. dimana dalam frame ini menempatkan sudut pandang gambar dari belakang kepala seorang pria yang sedang bekerja di bar, melihat ke arah tokoh perempuan tersebut yang sedang menari-nari di depan seorang pria. Sudut pandang seperti pada frame ini, dimana pria ini lebih dominan dalam frame, disbanding dengan perempuan yang terkesan kecil dan jauh, akan tetapi dengan pengambilan gambar yang mengunakan teknik *back focus*(focus kepada objek yang berada di belakang objek yang dominan/ terdekat dari

pengambil gambar) menggambarkan seorang pria yang bekerja di bar, menjadi sah-sah saja, meski terang-terangan dan jelas, akan tetapi tidak menjadi focus dan, tidak begitu dipandang, disbanding dengan perempuan yang meski terlihat jauh, dan kecil akan tetapi fokusnya menunjukan bahwa seorang perempuan tetap menjadi perhatian, ketika perempuan tersebut melakukan apapun.

***Setting*(Latar) :** Latar bar yang sudah sepi ditunjukan dengan kursi yang sudah rapih dan juga tidak adanya orang-orang lain di bar tersebut, menunjukan seakan bar tersebut sudah tutup. Akan tetapi pengambilan gambar yang menunjukan kursi-kursi yang tapih itu digabungkan dengan pengambilan gambar seorang perempuan yang berada di balik tirai emas yang mengkilap memberikan kesan bahwa tidak ada tempat dalam bar untuk/ bagi perempuan tersebut, dan tirai emas yang mengelilingi perempuan tersebut juga menggambarkan keterkurungan perempuan

tersebut, seolah-olah seperti kurungan yang memiliki nilai yang berharga.

Monolog: "Asal, jangan lewat dari jam 10 malam"

b. ***Strugle*** **(Tahap Perjalanan Tokoh Utama dalam Melakukan Perlawanan Terhadap Apa yang Menjadi Lawannya)**

1. Scene 6

I. *Shoot* 3 : ***Camera*** **(kamera) :** *Close-up (CU)* pada tokoh perempuan tersebut yang terlihat sedang melamun, meratapi nasib, sambil melirik dari arah bawah, lalu ke atas, menunjukan bahwa ada sesuatu yang membuatnya merasa takut/ patuh akan sesuatu yang lebih besar/tinggi dalam kehidupannya.

Setting **(Latar) :** latar sebuah tempat umum yang ramai, dan banyak orang yang lalu-lalang, dan juga sosok perempuan tua, yang berada di sebelah kanan belakang tokoh perempuan tersebut yang sejajar dengan bahu, menunjukan bahwa seorang perempuan tersebut seakan memiliki beban di pundaknya, yang dimana orangtua selalu menjadi penentu akan kehidupan anak perempuannya. Dan menggambarkan

seakan, meski perempuan tersebut berada di depan, dan mendominasi, akan tetapi tetap, atas dukungan orangtua, dengan gambaran perempuan tua yang berada di belakang perempuan tersebut.

Lighting (Pencahayaan) dalam frame ini, bagian shoot ini terlihat sosok perempuan yang tadinya dominan dan terlihat terang, tiba-tiba menjadi gelap, tertutup oleh bayangan yang ada di depannya, menunjukan bahwa keininannya langsung terurung karena berbagai hal, salah satunya dengan masih adanya sosok perempuan tua di belakang perempuant ersebut, menggambarkan bahwa beban dari tokoh perempuan ini, menjadi semacam penghalang untuk keinginan perempuan tersebut.

Monolog: "Urusan jodoh seluruhnya ada di tanganku"

II. *Shoot 5*: ***Camera*** **(kamera) :** *Two Shoot (TS)* dimana perempuan tokoh dalam iklan, bersama sosok perempuan yan lebih tua berada di belakangnya. Dengan focus keapada sosok perempuan yang

sedang memperhatikan sekitarnya dengan tatapan yang terkesan sinis.

Setting **(Latar) :** berada di tempat umum yang terkesan ramai, dengan sosok perempuan yang lebih tua berada di belakang tokoh perempuan tersebut, yang terlihat kelelahan dan menyandarkan badannya ke arah depan, mendekati tokoh permpuan tersebut, menggambarkan dan sekaligus memperteas shoot sebelumnya dimana, menunjukan bahwa tokoh perempuan tersebut memiliki beban, di balik keinginan yang sebenarnya, dan hanya bisa menoleh kea rah keinginan untuk memilih jalan hidupnya tersebut, tanpa bisa melakukan banyak hal.

Lighting (Pencahayaan): pencahayaan dalam shoot ini menyoroti cahaya lembut berwarna putih dari bagian depan perempuan tersebut, dan ketika perempuan tersebut menoleh kea rah kiri, cahaya tersebut menyoroti di sebagian muka sebelah kanan saja, dan bagian muka sebelah nya terkesan lebih gelap.

Monolog: “Asalkan sesuku, kalo bisa kaya, pendidikan tingi, dari keluarga baik-baik”

C. Level Ideologi Pada *Sequence* ke 2 (*Ideological Content*)

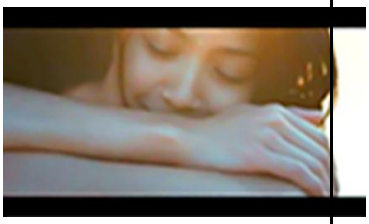
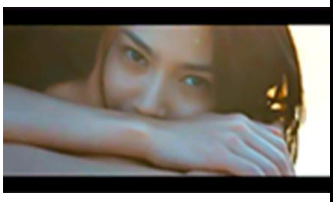
Dari *Sequence* ke 2 (*Ideological Content*) ini, tokoh perempuan dalam iklan tersebut berusaha melawan dan memperjujangkan apa yang menjadi keinginannya, meski selalu ada saja halangan atas apa yang telah dilakukannya dalam mendapatkan keinginannya tersebut, seperti beberapa shoot dalam satu sequence ini, memperlihatkan kesenangan dan kebeban yang dilakukan oleh sosok perempuan dalam iklan ini, dengan memakai baju dengan kesan yang glamor juga ditambah sedang menari-nari dengan bebas di dalam sebuah bar, dan sebuah ideology tergambar dalam sequence ini yaitu ideologi Feminisme, yang tergambarkan baik secara eksplisit maupun implisit lewat beberapa aspek seperti pada level realitas dan representasi yang ada dalam sequence ke 2(*Ideological Content*) ini.

4.1.3 Hasil Analisis Iklan Tri-*Always On.* Bebas itu Nyata Versi Perempuan pada *Sequence* ke-3 (*Epilog*)

Epilog adalah *sequence* penutup yang dibagi menjadi dua bagian yaitu, *sequence* epilog *recognition* dan *return. Sequence* epilog *recognition* adalah tahap penyelesaian dari permasalahan yang

dihadapi. Sedangkan *sequence* epilog *return* adalah tahap kembalinya tokoh utama dari misinya. Pada tahap ini *sequence* epilog akan di analisis dengan menggunakan ketiga level, yaitu Level Realitas, Level Representasi dan Level Ideologi, berdasar kepada desain yang peneliti gunakan, yaitu teori "*The Codes of Television*" dari John Fiske, yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
***Sequence* 3(epilog)**

Timeline		***Chapture* Video**
***Sequence* 3 (Epilog)** pada durasi 00.00.55 – 00.00.57	***Return*** (Kembalinya Tokoh Utama Dari Misi yang Ia Jalankan) pada durasi 00.00.55	
	Recognition (Tahap Penyelesaian dari Masalah) pada durasi 00.00.56 – 00.00.57	

Sumber : Peneliti 2014

A. Level Realitas Pada *Sequence* ke-3 (*Epilog*)

***a. Return* (Kembalinya tokoh utama dari misi yang ia jalankan)**

1. *Make Up* (riasan), riasan yang dikenakan oleh tokoh wanita tersebut merupakan riasan biasa, yang memiliki kesan sederhana..

2. *Behavior* (perilaku), tokoh wanita tersebut menjunkukan perilaku kegembiraan.
3. *Gesture* (gerak tubuh), Gerak tubuh tokoh wanita tersebut yang menunjukan kesenangan, juga rasa lega.
4. *Expression* (ekspresi) Ekspresi senang, dan lega yang terlihat dari tokoh perempuan tersebut.

***b. Recognition* (Tahap penyelesaian dari masalah)**

1. *Make Up* (riasan), riasan yang dikenakan oleh tokoh wanita tersebut merupakan riasan biasa, yang memiliki kesan sederhana..
2. *Behavior* (perilaku), tokoh wanita tersebut menjunkukan perilaku kegembiraan.
3. *Gesture* (gerak tubuh), Gerak tubuh tokoh wanita tersebut yang menunjukan kesenangan, juga rasa lega.
4. *Expression* (ekspresi) Ekspresi senang, dan lega yang terlihat dari tokoh perempuan tersebut.

B. Level Representasi Pada *Sequence* ke-3 *(Epilog)*

***a. Return* (kembalinya tokoh utama dari misi yang ia jalankan)**

1. Scene 8

I. *Shoot* 1 : ***Camera* (kamera) :** *Big Close-up (BCU)* yang memperlihatkan/ menunjukan ekspresi wajah

tokoh perempuan dalam iklan tersebut. Yang merasa lega dan sedang merasa senang berpelukan dengan seorang laki-laki.

Lighting (Pencahayaan): pencahayaan dalam shoot ini, merupakan cahaya yang berbinar-binar dari atas kepala tokoh perempuan tersebut, menunjukan sesuatu yang dilakukannya merupakan sebuah pencerahan akan adegan dan scene-scene yang dilalui sebelumnya.

***b. Recognition* (Tahap penyelesaian dari masalah)**

1. Scene 8

I. *Shoot* 1 ***Camera* (kamera) :** *Big Close-up (BCU)* yang lalu kemudian perempuan tersebut memandang kea rah kamera, seperti menunjukan bahwa yang dilakukannya itu alah sesuatu yang benar, dan terkesan mem-persuasif yang menyaksikannya.

Lighting (Pencahayaan): pencahayaan dalam shoot ini, merupakan cahaya yang berbinar-binar dari atas kepala tokoh perempuan tersebut, menunjukan sesuatu yang dilakukannya merupakan sebuah pencerahan akan adegan dan scene-scene yang dilalui sebelumnya.

C. Level Ideologi Pada *Sequence* ke-3 (*Epilog*)

Dari *Sequence* ke 3 (*Epilog*) ini, tokoh perempuan tersebut mulai kembali dari misi yang ia jalankan, yaitu mengenai kebebasan yang menjadi keinginannya, dengan serangkaian adegan memeluk sorang pria dengan perasaan yang senang dan terkesan tidak mengenakan pakaian, sambil akhirnya pada tahap penyelesaian masalah perempuan tersebut melihat kea rah kamera sambil memeluk laki-laki tersebut, menunjukan sesuatu yang dilakukanya menjadi sebuah pemecahan/ penyelesaian masalah dari serangakaian adegan sebelumnya. Sebuah ideology yang tergambar dalam sequence ini, yaitu ideology Patriarki dan ideology Liberalisme, yang tergambarkan secara jelas lewat shoot ini, dan ketika perempuan tersebut terlihat memeluk laki-laki pada shoot ini, perempuan tersebutlah yang melingkarkan tangannya, seperti memperlihatkan bahwa seorang perempuan juga memiliki hak untuk memilih sesuatu yang jadi keinginannya.

4.2 Pembahasan

Berkaitan dengan iklan yang sarat akan tanda, dan makna maka yang akan menjadi perhatian peneliti disini adalah kritik kebebasan dalam iklan tri-*always on.* Bebas itu nyata versi perempuan tersebut menggunakan tiga level dalam teori *The Codes of Television* John Fiske, yaitu level realitas, representasi, dan level ideologi. Melalui hasil analisa melalui tiga level

tersebut, didapati korelasi yang menghasilkan sebuah makna pada kritik kebebasan dalam iklan tri-*always on.* Bebas itu nyata versi perempuan dengan relasi-relasi antara tiap *sequence* nya yang menghasilkan pesan dan makna yang terkandung di dalamnya.

Dari serangkaian kode-kode seperti kode pada level realitas, dan representasi yang menghasilkan kode-kode sebuah ideologi tertentu, tergambar dari latar, gesture, cara bicara, narasi, penampilan, riasan, juga tergambar dari cara pengambilan gambar, sound, dan pencahayaan, yang semuanya itu merelasikan sebuah kode-kode ideologi yang terkandung dalam iklan tri, always on bebas itu nyata versi permpuan. Semua kode-kode itu saling terkait, dan disinilah esensi dari semiotika John Fiske, dimana teori The codes of television fiske membedah sebuah karya berupa karya audio visual, dalam hal ini peneliti mengambil kasus iklan di media televisi, di bedah secara detail, dan menyeluruh dari segala aspek yang ada dalam karya iklan tersebut.

Dapat dilihat bahwa narasi dalam iklan tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk metafora yang dimaksudkan untukmenyindir produk provider lain. Seperti pada narasi ’Hidup ini singkat mumpung masih muda nikmatin sepuasnya asal jangan lewat dari jam 10 malam’ yangdapat dikatakan menyindir provider lain yang hany amemberikan tarif murah pada jam 10 malam lebih. Narasi mengenai kebebasantersebut terkesan mengkritik kebebasan yangbersyarat khususnya dalam penggunaan layanan internet yang seharusnya bebas tanpa batasan-batasan.Akan tetapi kebebasan yang diusung provider 3 tersebut tidaklah benarbenar-benar bebas, seperti dicermati pada

kalimat yang tertulis pada iklan ini. Diakhir tayangan iklan terdapat tulisan ’Setahun bebasakses ke 10 situs populer, FULL SPEED hanya Rp50 ribu’. Hal tersebut tentu saja tidak sepenuhnya mencerminkan kebebasan karena konsumen dibatasihanya bebas mengakses 10 situs populer dalam jangkawaktu 1 tahun. Jadi dapat dikatakan kebebasan yang ditawarkan provider 3 juga masih memiliki batas.

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka bahasan yang dilakukan yaitu Analisis semiotika pada iklan tri, *always on*. Bebas itu nyata versi permpuan, jika ditarik kedalam perspektif sosio-kultural yang berlaku di Indonesia dari hasil pemaparan data yang terdapat pada sub bab hasil penelitian sebelumnya, dapat dilihat bahwa terlihat secara implisit maupun eksplisit bahwa terdapat banyak kode-kode ideology yang terdapat pada iklan tri, *always on* bebas itu nyata versi permpuan, yang dimana didalamnya peneliti mencurigai adanya sempilan pesan dan makna mengenai ideology liberalisme dengan dalih mengatasnamakan permasalahan gender dalam kehidupan sosial di Indonesia.

Kode – kode yang muncul, seperti kode penampilan, ekspresi, gerak tubuh, cara berbicara dan dialog memiliki arti penting dalam iklan ini dan memperkuat kritik kebebasan yang terdapat di dalamnya. Namun ada juga beberapa kode yang berfungsi sebagai penunjang kode – kode yang lain, seperti kode lingkungan, kostum, musik, suara, tata rias, kamera, pencahayaan dan lain sebagainya. Walaupun kode – kode tersebut sebagai penunjang, namun keberadaan kode – kode tersebut tidak dapat diabaikan keberadaannya,

karena kode – kode penunjang berfungsi sebagai alat pemersatu keselarasan antara satu kode dengan kode yang lainnya dalam iklan tersebut, sehingga penonton/ pemirsanya dapat melihat peristiwa yang terjadi dalam iklan sebagai sesuatu yang nyata dan pesan – pesan yang ingin di sampaikan mengenai kritik kebebasan dapat tersampaikan dengan baik melalui iklan tersebut.

Dari perpaduan kode – kode yang saling melengkapi untuk menyampaikan makna iklan tri, *always on* bebas itu nyata versi permpuan ini telah sesuai dengan *The Codes of Television* yang dituliskan oleh John Fiske dalam bukunya *Television Culture*. Fiske menjelaskan bahwa "realitas" dapat dikodekan, atau lebih tepatnya satu – satunya cara penonton dapat melihat dan menganggap film, maupun produk iklan berbentuk audio visual sebagai suatu realitas ketika kode – kode dalam film tersebut sesuai dengan budaya yang berlaku. Pada iklan tri, always on bebas itu nyata versi permpuan ini, dapat dilihat kode – kode yang telah dipaparkan pada pembahasan sub-bab sebelumnya, disusun sedemikian rupa agara dapat dipahami sebagai sebuah relitas dan makna yang ingin disampaikan dan dapat ditangkap oleh penonton/ pemirsanya dengan baik. Cerita dalam iklan ini menceritakan realitas yang terjadi pada zaman sekarang ini. Pada zaman sekarang ini banyak sekali realitas mengenai kebebasan di Indonesia yang masih multitafsir, sesuai dengan pandangan berbagai macam orang yang memiliki latar belakang yang berbeda membedakan pula pandangan orang-orang yang ada di Indonesia mengenai kebebasan.

Kebebasan atau mungkin bisa juga disebut dengan liberal yang merupakan buah pemikiran dari paham Liberalis atau liberalisme dapat diartikan sebagai paham kebebasan, yaitu paham yang menghendaki adanya kebebasan individu, sebagai titik tolak dan sekaligus tolok ukur dalam interaksi sosial. Sebuah konsep dimana penganut paham liberalisme ini memandang bahwa semua manusia terlahir ke dunia dengan/ dalam keadaan yang bebas, sebebas-bebasnya. Menurut paham liberal, individu mempunyai kedudukan sangat fundamental, maka kebebasan setiap individu harus dijamin. Sebagai reaksi terhadap kondisi zamannya, liberalisme mulanya berorientasi pada kebebasan politik, kemerdekaan agama dan ekonomi.[1]

4.2.1 Level Realitas

Berdasarkan kepada hasil peneilitian dan pokok pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, salah satunya yaitu level realitas dari keseluruhan sequence yang diteliti dari iklan tri-*always on.* Bebas itu nyata versi perempuan dapat dilihat bahwa dimana dalam iklan ini memiliki kode-kode yang syarat akan makna, yang juga merupakan sekumpulan kode-kode dari suatu ideology yang terkandung di dalamnya.

Level realitas dari keseluruhan sequence dalam iklan Tri-*Always On.* Bebas itu nyata versi perempuan menunjukan banyak makna, yang terdapat didalamnya, seperti pada bagian Speech(Cara berbicara),

[1] http://ebookbrowsee.net/liberalisme-doc-d279651287

maupun isi makna dari pesan monolog yang disampaikan berupa narasi dalam iklan tersebut. Pada keseluruhan sequence memperlihatkan suatu perlawanan yang dilakukan oleh tokoh perempuan dalam ilkan tersebut melalui serangkaian narasi dalam bentuk monolog dari iklan tersebut.

Seperti pada sequence ke-1(prolog), mari perhatikan dalam sebuah narasi berupa monolog berikut ini "Kebebasan itu omong kosong" sebuah monolog awal, pada sequence pembuka(prolog) ini jika kita tarik ke dalam realitas yang ada saat ini di Indonesia, dengan singkat dan sangat jelas mengungkapkan apa yang terjadi di Indonesia, ketika berbicara menganai kebebasan yang masih multitafsir di Indonesia, dimana peneliti mencurigai bahwa dari awal ketika iklan ini membicarakan tentang kebebasan, yang dimana kebebasan digambarkan sesuatu yang menarik, di interpretasikan dengan seorang perempuan yang merasa terkekang, dibatasi, oleh nilai dan norma yang berlaku di Indonesia dalam kehidupan sosialnya di Indonesia.

Juga dalam Gesture(Gerak tubuh) tokoh perempuan dalam iklan tersebut yang memperlihatkan kegelisahan di sebagian besar sequencenya, seperti pada sequence ke 2(*ideological content*) pada bagian tahap *Transference*(Tahap perjalanan tokoh yang melaksanakan misinya) yang dimana *gesture*(gerak tubuh) dari tokoh perempuan tersebut yang menunjukan kegelisahaan disaat melihat orang lain yang berpasangan sedang merasa senang.

Isu yang di angkat pada iklan Tri-*Always on* bebas itu nyata versi perempuan yang menyinggung tentang kebebasan dalam batasan gender/ jenis kelamin, yang dalam kasus ini dimana perempuan yang sering di anggap selalu menjadi subordinant, pelengkap, bahkan sudah menjadi sebuah stereotype di seluruh belahan dunia bahwa kaum laki-laki lebih kuat dibandingkan dengan kaum perempuan, hal ini bukan sekedar muncul dengan tiba-tiba tanpa sebab, namun ada banyak aspek yang menjadikan isu ini hadir, tentunya aspek-aspek historis dari agama, sosial dan budaya, sangat berpengaruh besar dalam hal ini. Peneliti mencurigai adanya pesan yang disampaikan dalam iklan ini tentang liberalisme menjadi bias, ketika sampai kepada serangkaian adegan, dan narasi yang menjelaskan tentang perempuan dan pergerakannya dalam sosialkultur yang ada di Indonesia.

Untuk memperjelas hasil dari pembahasan yang dilakukan, peneliti memperjelas hasil dari dari pembahasan pada level realitas dalam iklan Tri-*Always On.* Bebas itu nyata versi perempuan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Tabel Pembahasan (Level Realitas)

Speech(Cara berbicara)	**Gesture(Gerak tubuh)**
Cara berbicara perempuan tersebut dalam bentuk monolog diperkuat dengan isi dari pembicaraan	Dalam iklan tersebut menunjukan kegelisahan yang dialimnya sebagai seorang perempuan. Yang berusaha

tersebut, menjelaskan tentang kebebasan kaum perempuan untuk membiaskan sisipan ideology liberalisme dalam kehidupan sosial.	mempermainkan emosional penontonya, dengan menggiring dan barusaha menanamkan isu tentang pergerakan permpuan sebagai dalih atas selipan idologi tertentu, yaitu liberalisme.

Sumber : Peneliti 2014

4.2.2 Level Representasi

Pada level representasi dari keseluruhan sequence yang diteliti dari iklan tri-alwayson bebas itu nyata versi perempuan dapat dilihat dalam iklan ini memiliki kode-kode yang syarat akan makna, yang juga merupakan sekumpulan kode-kode dari suatu ideology yang terkandung di dalamnya.

Level representasi dari keseluruhan sequence dalam iklan Tri-*Always On*. Bebas itu nyata versi perempuan menunjukan banyak keterbatasan yang dapat dilakukan oleh tokoh perempuan dalam iklan ini. Juga memperlihatkan pengkotakan dalam hal ini masalah pengkelasan berdasarkan gender, diantaranya seperti terdapat pada sequence ke 1(prolog) ketika memperlihatkan tokoh perempuan yang berada dalam rumah yan gelap, dan ketika membuka jendela, masuk seberkas cahaya yang terang dari luar, dan terlihat lebih menarik dibandingkan berada di dalam rumah tersebut, lalu ketika pada adegan berikutnya memparlihatkan seekor burung yang terkurung dalam

sangkar, dan didukung dengan teknik siluet yang membuatnya begitu terlihat terpuruk merepresentasikan nasib tokoh perempuan dalam iklan tersebut.

Juga pada Sequence ke-2 ketika tokoh wanita tersebut sedang menari-nari di sebuah bar yang sepi, da nada shoot yang memperlihatkan sebuah tv yang terdapat gambar dari tokoh perempuan tersebut, yang terlihat dari berbagai sisi, menunjukan bahwa gerak gerik perempuan selalu dilihat dan diperhatikan dari segala sisi oleh orang di sekitarnya, dan tiba-tiba diperhatikan oleh seorang laki-laki yang sedang bekerja dalam bar tersebut, dan dalam shoot menunjukan kesan bahwa janggal/ aneh ketika seorang perempuan menari dan bersenang-senang di bar, ditambah dengan narasi "Hidup ini singkat, mumpun masih muda nikmati sepuasnya, asal jangan lewat dari jam 10 malam" sedangkan kaum laki-laki yang sedang bekerja, yang merepresentasikan perbedaan peran yang dimiliki berdasarkan gender/ jenis kelamin, dimana seorang laki-laki memiliki kesempatan yang lebih baik disbandingkan dengan seorang perempuan, dan juga memperlihatkan realitas yang terjadi di Indonesia, dimana yang bekerja keras lazimnya adalah para laki-laki dan bukanya perempuan, bahkan untuk bersenang-senang dalam bar pun adalah sesuaut yang tabu untuk dilakukan oleh seorang perempuan. adegan tersebut memperlihatkan ketimpangan antar gender yang terjadi di Indonesia, dan ketika perempuan berada di bar memberikan kesan

yang buruk, dipandang aneh, tidak lazim, dan dianggap sebelah mata dalam kehidupan sosial nya.

Untuk memperjelas hasil dari pembahasan yang dilakukan, peneliti memperjelas hasil dari dari pembahasan pada level representasi dalam iklan Tri-*Always On.* Bebas itu nyata versi perempuan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tabel Pembahasan (Level Representasi)

***Camera*(Kamaera)**	***Lighting*(Pencahayaan)**	**Monolog**
Terdapat banyak teknik pengambilan gambar mulai dari sudut, pergerakan kamera, dan teknik lainnya yang membuat penonton tergiring kepada permasalahan gender di Indonesia, sehingga ideology tentang liberalisme terbiaskan dengan serangkaian teknik yang memperlihatkan tentang keterpurukan seorang perempuan dalam iklan ini.	Dari segi pencahayaan dalam iklan tersebut terdapat banyak pencahayaan yang merepresentasikan apa yang dihadapi oleh tokoh perempuan dalam iklan tersebut.	Dari serangkaian adegan dalam iklan ini ditambah dengan monolog dengan suara perempuan tersebut menggambarkan dan mempertegas apa yang dihadapi oleh tokoh perempuan tersebut

Sumber : Peneliti 2014

4.2.3 Level Ideologi

Pada level ideologi dari keseluruhan sequence yang diteliti dari iklan tri-alwayson bebas itu nyata versi perempuan dapat dilihat bahwa dimana dalam iklan ini memiliki kode-kode yang syarat akan makna, yang berasal dari beberapa level sebelumnya, yang diambil dari kode-kode ideology tersebut lalu lahirlah ideology-ideologi yang terkandung di dalamnya yang direduksi oleh peneliti.

Hasil dari beberapa sequence juga mellihat dari level-level sebelumnya yang menunjukan kode-kode ideology terntentu yang merujuk pada beberapa ideology yang didapat oleh peneliti seperti pada sequence ke-1 yang memperlihatkan permasalahan yang dihadapi, dan dari hasil analisis peneliti didapati bahwa ada ideology-ideologi yang terkandung seperti ideology liberalisme, dengan mengangkat permasalahan yang mengatasnamakan ideologi patriariki dan pergerakan kaum feminisme, dalam iklan tri-*always on* bebas itu nyata versi perempuan, dari beberapa monolog yang disampaikan melalui serangkaian adegan yang memperkuat bahwa kecurigaan peneliti tentang paham kebebasan, dalam hal ini kebebasan perempuan di Indonesia, hak asasi manusia. Yang merupakan sesuatu yang berbenturan dengan nilai-dan norma yang ada, menjadi sebuah penjara/ menjadi pembatas kebebasan seorang manusia dalam hal ini dibatasi oleh gender antara laki-laki dan perempuan.

Patriarki sendiri berarti aturan yang berasal dari laki-laki. Hal ini mengacu pada sistem sosial, di mana laki-laki memegang kendali atas seluruh anggota keluarga, kepemilikan barang, sumber pendapatan, dan pemegang keputusan utama. Sehubungan dengan sistem sosial ini, diyakini (dijadikan ideologi) bahwa laki-laki lebih superior dibandingkan perempuan, sehingga perempuan sudah seharusnya dikendalikan oleh laki-laki dan menjadi bagain dari properti laki-laki. Pemikiran ini membentuk dasar dari banyaknya peraturan agama dan kenyataan sekaligus menjelaskan semua tindakan sosial yang memenjarakan perempuan di rumah serta pengontrolan kehidupan mereka. Dalam patriarki, standar moralitas dan hukum memberikan hak lebih kepada laki-laki dibanding perempuan.[2]

Budaya patriarki ini muncul sudah sejak dahulu, yang menjadi sebuah perbincangan hinga saat ini, mengenai pro, maupun kontra tentang budaya patriarki ini, sebuah budaya yang mendunia. Budaya patriarki adalah budaya yang tidak hanya ada di Indonesia namun juga ada di seluruh dunia. Bahkan budaya ini telah ada sejak tahun 1550an dan pada masa itu kaum wanita hanya diperbolehkan tinggal di dalam rumah saja.[3]

Beranjak dari budaya patriarki tersebut banyak bermunculan kaum feminis, yang dimana secara etimologis feminis berasal

[2] http://www.samsaranews.com/2013/01/perspektif-artropologi-tentang-gender.html

[3] http://mediadanperempuan.org/2012/11/07/pro-dan-kontra-budaya-patriarki-di-indonesia/

dari kata femme (woman), berarti perempuan yang bertujuan untuk memperjuangkan hak-hak kaum perempuan (jamak), sebagai kelas sosial. Tujuan feminis adalah keseimbangan, interelasi gender. Dalam pengertian yang lebih luas, feminis adalah gerakan kaum wanita untuk menolak segala sesuatu yang dimarginalisasikan, disubordinasikan, dan direndahkan oleh kebudayaan dominan, baik dalam bidang politik dan ekonomi maupun kehidupan sosial pada umumnya.[4]

Pada sequence ke-3 sequence Epilog(penutup) terlihat sosok perempuan dalam iklan tersebut dengan adegan, memeluk seorang laki-laki, dan ditambah dengan bahasa non verbal yang terlihat dari raut wajah perempuan tersebut, setelah melalui, dan berbicara tentang keterkekangannya sebagai seorang permpuan, ditambah sebelumnya secara implisit disandingkan dan di bedakan dengan kaum laki-laki pada sequence sebelumnya. Dalam iklan ini menyampaikan bahwa perempuan berhak juga memilih apa yang jadi pilihannya, apa yang jadi keinginannya.

Dalam prakteknya, tidak ada sebuah masyarakat yang memiliki kebebasan mutlak dan keberadaan undang-undang untuk mengatur kehidupan manusia. Dan setiap undang-undang dengan sendirinya menjadi pembatas bagi kebebasan manusia. Di Barat sendiri, undang-

[4] http://bahasa.kompasiana.com/2013/04/27/teori-feminisme-dalam-penelitian-sastra-554861.html

undang hanya sekedar pengawas terhadap isu-isu sosial, artinya undang-undang memainkan peran sebagai pengatur dan manajeman sosial. Di Indonesia untuk menjaga hak-hak dan kebebasan orang lain serta menandaskan bahwa manusia tidak diperkenankan mengancam serta membahayakan hak orang lain dengan dalih kebebasan.

Seperti pada salah satu aliran feminisme, yaitu feminisme liberal, yangmenyatakan bahwa kebebasan dan kesamaan berakar pada rasionalitas dan pemisahan antara dunia privat dan publik. Setiap manusia -demikian menurut mereka- punya kapasitas untuk berpikir dan bertindak secara rasional, begitu pula pada perempuan. Akar ketertindasan dan keterbelakngan pada perempuan ialah karena disebabkan oleh kesalahan perempuan itu sendiri. Perempuan harus mempersiapkan diri agar mereka bisa bersaing di dunia dalam kerangka "persaingan bebas" dan punya kedudukan setara dengan lelaki.[5]

Akan tetapi meski ideology-ideologi dari luar masuk ke dalam suatu wilayah, seperti Indonesia, pasatilah ideology tersebut mengalami perbenturan dengan ideology yang di anut di dalamnya, seperti di Indonesia, pergerakan kaum feminis memang sudah sangat marak, akan tetapi perlu di ingat kembali, bahwa konsepsi feminis dari daerah asalnya belum tentulah dapat diterapkan di Indonesia, ideology pergerakan kaum perempuan ini memang bisa saja diterima, akan tetapi

[5] http://sabda.org/artikel/feminisme

mengalami penyesuaian sesuai dengan nilai dan norma lokal yang berlaku, agar tidak hilang karena benturan ideology lainya yan datang dari luar seperti pergerakan kaum perempuan ini, selain itu dalam iklan ini berdasarkan hasil analisis peneliti yang mencurigai tentang penyisipan idologi liberalisme/ paham kebebasan yang jelas tidak cocok dengan budaya serta ideology yang berlaku di sosial-budaya masyarakat Indonesia.

Melalui serangkaian adegan dalam iklan tri-always on bebas itu nyata versi perempuan tersebut terdapat kritik mengenai kebebasan kaum perempuan di Indonesia, yang dalam hal ini kebebasan dengan batasan gender, selain itu juga dalam iklan Tri-*Always On* bebas itu nyata versi perempuan ini terdapat beberapa kode-kode ideologi yang disampaikan, mengenai Patriarki, atau pengelasan kerja berdasarkan kepada gender, yang dari situ berkembang kepada perbedaan kelas sosial, dan sebagainya, yang mengatasnamakan gender, antar peran sosial laki-laki dan perempuan, yang menjadi dalih atas sisipan ideology liberalisme yang berusaha ditanamkan melalui serangkaian adegan, dan terlihat jelas dari narasi iklan tersebut, yang membuat kata-kata "kebebasan" itu menjadi pesan yang terlihat jelas, namun keberadanan pesan tersebut menjadi bias ketika masuknya isu yang diangkat mengenai perempuan di Indonesia.

Untuk memperjelas hasil dari pembahasan yang dilakukan, peneliti memperjelas hasil dari dari pembahasan pada level representasi dalam iklan Tri-*Always On.* Bebas itu nyata versi perempuan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6
Tabel Pembahasan (Level Ideologi)

Ideologi
Dari rangkaian keseluruhan adegan dengan melihat berbagai aspek dari level realitas, maupun represenasi, menghasilkan/ menunjukan ideologi Liberalisme secara eksplisit, seperti contohnya kata-kata "kebebasan" yang diucapkan berulang-ulang yang berusaha di sisipkan dalam iklan ini mengatasnamakan ideology patriarki dimana pada saat pengelompokan peran antara laki-laki dan perempuan, juga terdapat ideology feminisme dimana tokoh tersebut melakukan perlawanan mengatasnamakan perjuangan kebebasan kaum perempuan.

Sumber : Peneliti 2014