

Kepercayaan tersebut merupakan salah satu bentuk dari harapan. Pembahasan penulis beracuan pada penulisan Weil tahun 2000.

Pembentukan harapan melalui kontrol, merupakan faktor harapan yang ada dalam fase iklan Marjan. Ketika Kele Wereng datang menghampiri desa yang subur, dia meminta semua panen mereka dikumpulkan dan diserahkan kepadanya. Desa dihancurkan, antena diputar, bendera dilepaskan dan rumah-rumah, kegembiraan pun berubah menjadi rasa takut. Warga berhamburan masuk ke dalam rumah karena rasa takut terhadap pasukan hama dan Kele Wereng. Detik 0:29 sampai dengan detik 0:55 adalah momen Kele Wereng dan pasukan hama menghancurkan kegembiraan warga dengan penghancuran. Namun, Dewi Sri tidak tinggal diam, masyarakat memberikan dukungan kepada Dewi Sri untuk melakukan perlawanan demi melindungi desa. Pembentukan harapan melalui kontrol merupakan faktor harapan yang penting, hal ini dikarenakan seseorang akan merasa memiliki *moral support* atau *coping* dengan hal-hal yang sulit (Weil, 2000). Masyarakat desa menggantungkan nasibnya pada sumber kontrol eksternal yaitu berharap kepada Dewi Sri untuk mengalahkan Kele Wereng.

## **5. KESIMPULAN**

Iklan memiliki kontrol yang cukup berdampak kepada orang-orang yang menonton. Karena iklan dapat membentuk persepsi masyarakat dalam membentuk harapan. Pada iklan Marjan versi bangkitkan harapan, penulis menemukan bahwa peran Dewi Sri membuat masyarakat terutama yang menonton berharap padanya agar dapat melakukan perlawanan dan melindungi desa tersebut. Karena peran tersebut membawakan salah satu faktor harapan yaitu kontrol, dimana seseorang memiliki keyakinan dan percaya bahwa dirinya mampu untuk menghadapi kondisi dan gangguan apapun demi mencapai tujuan. Iklan ini memberikan banyak adegan yang mendukung secara moral, faktor kepercayaan, faktor memiliki kontrol untuk mencapai sebuah harapan. Hal tersebut secara tidak langsung menjadi *relatable* dengan masyarakat karena pembawaan karakter pada