

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dalam kampanye Cerdikiawan sebagai sarana promosi dan persuasi menunjukkan bahwa Gojek telah meromantisasi sulitnya kehidupan kelas pekerja yang mana merupakan target pasar sekaligus ‘mitra’ mereka di Indonesia. Gojek sebagai korporasi atau kapitalis mempertontonkan kehidupan kelas pekerja sebagai sesuatu yang kreatif dan lucu. Adegan tidur di dalam mobil untuk menambah jam tidur karena lembur bekerja, memasak menggunakan setrika baju karena tidak memiliki alat masak yang sesuai, pergi ke tempat *gym* dan mencari teman baru di malam hari setelah jam pulang kantor karena pagi sampai sore hari harus bekerja, sampai ingin merasakan mandi menggunakan *shower* terasa begitu ironi. Menurut Marx dalam (Suseno, 2016), Kelas pekerja harus tunduk kepada kelas atas atau kapitalis dan tidak memiliki keuntungan dalam sistem kapitalis karena mereka bekerja bukan untuk dirinya sendiri melainkan keuntungan tempat mereka bekerja. Tujuan yang ingin dicapai oleh kelas atas atau kapitalis adalah keuntungan atau laba sebesar besarnya dan mempertahankan diri dalam persaingan di pasar bebas. Sejalan dengan itu, maka kelas atas atau borjuis kerap menekan biaya tenaga kerja dari kaum buruh atau kelas pekerja atau proletar. Kekuasaan yang menindas kaum ini didasarkan pada kemampuan kelas atas atau borjuis meniadakan kesempatan untuk bekerja dan mendapat penghasilan atau upah dan berakhir pada penindasan karena harapan dan hak mereka dirampas. Karenanya hubungan antar kedua kelas ini merupakan hubungan eksploitasi. Berdasarkan penjabaran tersebut, kelas pekerja digambarkan harus cerdas dalam menghadapi keterbatasan dan kesulitan hidup karena mereka kerap tidak diuntungkan dalam banyak situasi di kehidupan sehari-hari terutama dalam hubungannya dengan kapitalis.

Dalam delapan *video ads* untuk masing-masing layanan yang dimiliki, Gojek menyodorkan produk mereka sebagai penyelesaian untuk masalah

struktural. Masalah-masalah yang sesungguhnya bukan Gojek solusinya, sementara produk tersebut hanya dapat menjadi penyelesaian alternatif dan sementara. Eksistensi Gojek dalam kehidupan bermasyarakat di Indonesia membuktikan peran mereka yang cukup senada dengan vokal perjuangan yang kelas pekerja lakukan.

Adalah benar bahwa Gojek telah meromantisasi, namun kampanye Cerdikiawan sebagai sarana promosi dan persuasi tidak semerta-merta menjadikan kelas pekerja sebagai objek atau korban. Kelas pekerja justru digambarkan sebagai subjek dan pelaku perjuangan karena mereka telah memperjuangkan kehidupan sehari-hari di tengah keterbatasan yang sebenarnya merupakan masalah struktural yang tak terhindarkan, apalagi teratasi oleh kemampuan mereka sendiri. Seyogianya watak perjuangan kelas, mereka secara progresif dan revolusioner ‘berkelit’ dari permasalahan dengan temuan dan akal mereka supaya dapat tetap hidup dan menghidupi. Maka dapat disimpulkan, kelas pekerja direpresentasikan sebagai subjek atau pelaku perjuangan kelas yang selalu menemukan pemecahan masalah yang mereka alami sehari-hari dalam kampanye Cerdikiawan oleh Gojek Indonesia.

Kampanye Cerdikiawan memiliki *what to Say* atau strategi pesan *Resonance* dan *Affective/Anomalous* karena kesembilan *video ads* tersebut menampilkan fenomena, gaya hidup, dan situasi sehari-hari yang kerap dialami orang Indonesia. Pemilihan strategi pesan ini sangat sesuai dengan persona dan pilar utama Gojek yang dekat dengan kehidupan sosial masyarakat Indonesia karenanya *video ads* yang dapat menarik perhatian khalayak. *Tone of Voice* berupa *local, dramatic, satirical, quirky, casual*, dan *funny* juga taktik pesan atau *How to Say* berupa *Drama* dengan *Slice of Life* dan *Storytelling approach* yang juga lekat dengan cara komunikasi Gojek yang santai, lucu, dan membaur membuat *video ads* ini mudah diterima dan bisa ditonton sampai habis oleh audiens.

## 5.2 Saran

Sebuah penelitian kajian harus dapat memberikan sesuatu yang baru, berguna, dan menggugah ilmu pengetahuan sekecil-kecilnya untuk diri sendiri,

komunitas, dan universitas tempat bernaung. Dalam sebuah penelitian yang menggunakan gabungan kaidah-kaidah yang berjauhan cabang ilmunya, seorang peneliti perlu talaten dari dalam pikiran untuk memahami dan memisahkan masing-masing teori maupaun kaidah ilmu yang dipakai. Tidak perlu terlalu banyak memakai kaidah atau metodologi yang sulit, lebih baik fokus pada substansi penelitian daripada mengkaji teori mewah yang pada akhirnya tidak terkupas dengan baik. Dalam proses penjabaran hasil penelitian, peneliti dapat menggunakan elemen tabel untuk menampilkan hasil-hasil analisis dari setiap objek penelitian agar pola dan kesinambungan antar objek dapat terlihat dengan jelas. Seorang peneliti juga harus pintar-pintar mengatur waktu yang terbatas dalam proses penelitian. Buatlah garis waktu sebagai acuan dalam mengerjakan penelitian sampai akhir periode.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya, sumbangan bagi universitas, dan menjadi kritik yang gaungnya sampai pada pelaku yang punya tanggung jawab komunal sampai nasional.

