



Analisis Konstruksi Naratif Iklan Marjan “Tikus Rakus” Versi *Cyberpunk* 2026 dalam Merepresentasikan Pergeseran dari Tradisional ke Futuristik

Nia Ayunia

Universitas Bina Sarana Informatika

Mareta Puri Rahastine

Universitas Bina Sarana Informatika

Anggie Ayu Astria Latuperissa

Universitas Bina Sarana Informatika

Alamat: jalan Kali Abang Tengah No.8, Kelurahan Perwira, Kecamatan Bekasi Utara,
Kota Bekasi, Jawa Barat

Korespondensi penulis: niaayunia1205@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyse the narrative construction in Marjan's "Tikus Rakus" advertisement, Cyberpunk 2026 version, representing the shift from traditional to futuristic elements. This research is motivated by the presence of futuristic elements in Marjan's advertisement, long recognised through Ramadan narratives rich in cultural values and tradition. This study employs a descriptive-interpretive qualitative approach using narrative analysis based on Walter Fisher's Narrative Paradigm. Data were collected through non-participant observation of the advertisement's text and visuals on Marjan's official YouTube channel, and interviews with informants competent in communication, visual communication, and digital media as data triangulation. The findings indicate that narrative coherence is evident throughout the advertisement, where the shift occurs at the level of visual packaging and conflict context, while core values are consistently maintained. Structural coherence is reflected through cause-and-effect relationships that build the storyline sequentially from conflict to resolution. Material coherence is apparent through futuristic visual elements such as metropolitan buildings and neon lighting. Character coherence is seen in the consistent roles of wayang figures Nakula, Sadewa, and Sengkuni, who retain their fundamental characteristics despite being represented in a futuristic context. The findings conclude that Marjan's narrative transformation occurs not at the level of values but at the level of visual representation, setting, and conflict adapted to digital society; the shift does not eliminate the core identity of Marjan's advertisement.*

Keywords: *marjan advertising, Narrative Coherence, Narrative Construction, Narrative Fidelity, Walter Fisher's Narrative Paradigm.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi naratif dalam iklan Marjan "Tikus Rakus" versi *Cyberpunk* 2026 dalam merepresentasikan pergeseran dari tradisional ke futuristik. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hadirnya unsur-unsur futuristik dalam iklan Marjan yang selama ini dikenal melalui narasi Ramadan yang sarat

dengan nilai budaya dan tradisi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif dengan metode analisis naratif berdasarkan Paradigma Naratif Walter Fisher. Data diperoleh melalui observasi nonpartisipan terhadap teks dan visual iklan pada kanal YouTube resmi Marjan serta wawancara dengan narasumber yang memiliki kompetensi di bidang komunikasi, komunikasi visual, dan media digital sebagai triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koherensi naratif terlihat secara menyeluruh dalam iklan, di mana pergeseran terjadi pada kemasan visual dan konteks konflik, sedangkan nilai-nilai inti tetap dipertahankan. Koherensi struktural terlihat melalui hubungan sebab-akibat yang membangun alur cerita secara runtut dari konflik hingga penyelesaiannya. Koherensi material tampak melalui elemen-elemen visual futuristik seperti gedung-gedung metropolitan dan pencahayaan neon. Koherensi karakter terlihat dari konsistensi peran tokoh pewayangan Nakula, Sadewa, dan Sengkuni yang tetap mempertahankan karakteristik dasarnya meskipun direpresentasikan dalam konteks futuristik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa transformasi naratif iklan Marjan tidak terjadi pada level nilai, melainkan pada level representasi visual, setting, dan konflik yang disesuaikan dengan konteks masyarakat digital, sehingga pergeseran tersebut tidak menghilangkan identitas utama iklan Marjan.

Kata kunci: Fidelitas Naratif, Iklan marjan, Koherensi Naratif, Konstruksi Naratif, Paradigma Naratif Walter Fisher.

LATAR BELAKANG

Iklan adalah bentuk komunikasi yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Seiring dengan perkembangan media digital, iklan kini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi sarana untuk menyampaikan pesan yang lebih kreatif dan emosional melalui narasi yang mendalam. Menurut Yıldız dan Sever (2022), iklan yang menarik harus memiliki daya tarik kuat pada elemen cerita sebagai inti utama dalam penyampaian pesan. Kekuatan naratif terletak pada bagaimana struktur cerita disusun untuk membangun identitas merek secara halus, dengan tetap mengintegrasikan fungsi produk yang ditawarkan di dalam alur cerita.

Selama lebih dari satu dekade, iklan Ramadan di Indonesia cenderung memiliki pola yang seragam dengan penekanan pada setting pedesaan, kepulauan ke kampung halaman (mudik), atau legenda rakyat yang kental dengan unsur moralitas tradisional (Hutauruk et al., 2026). Fenomena menarik terjadi pada iklan Sirup Marjan tahun 2026 versi *Cyberpunk* berjudul "Tikus Rakus". Berbeda dengan iklan Marjan sebelumnya yang identik dengan nuansa keluarga, Ramadan, dan nilai tradisional, iklan ini justru menghadirkan konsep futuristik dengan elemen teknologi, suasana distopia, serta visual yang lebih kompleks, fenomena tersebut menunjukkan bahwa perkembangan terjadi tidak

hanya pada aspek visual, tetapi juga pada pengembangan cerita melalui teknik *Digital Storytelling*. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian cerita dalam iklan Marjan mengalami pendekatan yang berbeda dari pola sebelumnya.

Pergeseran dari tradisional ke futuristik pada iklan Marjan ini relevan untuk dikaji menggunakan Paradigma Naratif dari Walter Fisher, yang memandang manusia sebagai *homo narrans*, yaitu makhluk yang memahami dan memaknai komunikasi dalam bentuk cerita. Dalam iklan "Tikus Rakus", *digital storytelling* digunakan sebagai pendekatan untuk merancang elemen-elemen naratif dalam media digital. Keterkaitan teori ini dengan fenomena tersebut terletak pada kemampuannya dalam menjelaskan bagaimana struktur cerita disusun sehingga membentuk kesatuan naratif yang utuh (*narrative coherence*), meskipun latar dunianya berubah menjadi futuristik. Meskipun visual yang ditampilkan mengalami pergeseran ke arah futuristik, kekuatan pesan iklan tetap ditentukan oleh bagaimana cerita tersebut dikonstruksikan secara menyeluruh (Hutauruk et al., 2026).

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena menunjukkan adanya perubahan strategi komunikasi pada merek legendaris dalam menjaga relevansinya di era modern. Pemanfaatan *digital storytelling* oleh Marjan menjadi pembaruan dari pola iklan Ramadan yang selama ini cenderung seragam. Selama ini, kajian tentang iklan Ramadan sebagian besar masih berfokus pada efek komunikasi terhadap audiens atau menggunakan pendekatan semiotika yang cenderung menelaah makna simbol secara parsial (terpisah-pisah). Hal ini menunjukkan adanya kekosongan kajian terhadap struktur naratif sebagai satu kesatuan cerita yang utuh dalam konteks pergeseran genre iklan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis teks dan visual untuk mengungkap bagaimana elemen-elemen naratif dalam iklan saling terhubung dan membentuk keseluruhan cerita dalam merepresentasikan pergeseran tradisional ke futuristik tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis ingin melihat bagaimana narasi iklan Marjan terbaru sesuai dengan Teori Walter Fisher. Penelitian ini berfokus pada analisis konstruksi naratif dalam iklan Marjan "Tikus Rakus" versi *Cyberpunk* tahun 2026. Melalui analisis ini, dapat diketahui bagaimana alur cerita, tokoh, latar, konflik, dan elemen naratif lainnya disusun dalam iklan tersebut.

KAJIAN TEORITIS

Paradigma Naratif Walter Fisher

Walter Fisher (1931–2018) pertama kali memperkenalkan gagasan Paradigma Naratif dalam *Communication Monographs* pada tahun 1984 dan kemudian mengembangkannya dalam buku *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action* (1987). Pemikiran Fisher dipaparkan kembali secara rinci dalam buku *Em Griffin, A First Look at Communication Theory* (2019). Fisher mengemukakan bahwa manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita yang memahami dan memaknai dunia melalui narasi, bukan semata-mata melalui logika rasional. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia lebih sering memahami, meyakini, dan membuat keputusan berdasarkan cerita dibandingkan hanya dengan data atau argumen logis semata (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2019). Oleh karena itu, Paradigma Naratif memandang bahwa kualitas sebuah pesan, termasuk iklan, tidak hanya diukur dari kebenaran faktualnya, melainkan dari bagaimana cerita tersebut dikonstruksikan. Griffin et al. (2019) menjelaskan bahwa Fisher mengemukakan dua konsep utama untuk menilai kualitas sebuah narasi, yaitu Koherensi Naratif dan Fidelitas Naratif.

Koherensi Naratif

Koherensi naratif adalah dimensi pertama dalam logika naratif Fisher. Griffin et al. (2019) menjelaskan bahwa koherensi naratif berkaitan dengan sejauh mana sebuah cerita mampu menyatu secara logis dan utuh, menyangkut konsistensi internal dengan karakter-karakter yang bertindak secara dapat diandalkan sehingga cerita tersebut benar-benar menyatu dengan baik. Sebuah narasi dianggap koheren apabila alurnya tersusun secara sistematis, tidak memiliki kontradiksi internal, dan membentuk satu kesatuan yang utuh dari awal hingga akhir.

Lebih lanjut, Griffin et al. (2019) menguraikan bahwa koherensi sebuah narasi dapat dinilai melalui tiga hal pokok: ada tidaknya kontradiksi dalam cerita; apakah narator tidak menghilangkan detail penting atau mengabaikan interpretasi lain yang masuk akal; serta apakah karakter-karakter dalam cerita bertindak secara konsisten dan dapat dipercaya sepanjang narasi berlangsung. Berdasarkan konsep tersebut, penelitian ini mengoperasionalkan koherensi naratif ke dalam tiga komponen sebagai berikut.

Pertama, koherensi struktural, yaitu keteraturan alur cerita yang mencakup awal, tengah, dan akhir, serta hubungan sebab-akibat yang jelas antarperistiwa. *Kedua*,

koherensi material, yaitu kestabilan unsur latar seperti tempat, waktu, suasana, dan aturan dunia cerita yang dipertahankan sepanjang narasi aspek ini merupakan bagian dari konsistensi internal yang oleh Fisher dipandang sebagai salah satu faktor yang memengaruhi koherensi, di mana elemen dunia *cyberpunk* harus ditampilkan tanpa menimbulkan kontradiksi yang merusak logika internal cerita. *Ketiga*, konsistensi karakter, yaitu kesesuaian perilaku, motivasi, dan kepribadian tokoh agar tetap stabil dan tidak bertentangan dengan karakter yang telah dibangun sejak awal.

Fidelitas Naratif

Fidelitas naratif adalah dimensi kedua dalam logika naratif Fisher. Griffin et al. (2019) menjelaskan bahwa fidelitas naratif merupakan kualitas sebuah cerita yang menyebabkan kata-katanya menggema dalam kehidupan pendengar dan terasa benar dengan pengalaman mereka, selaras dengan cerita yang mungkin mereka ceritakan tentang diri mereka sendiri. Fidelitas dinilai melalui logika alasan yang baik (*logic of good reasons*). di mana audiens akan menerima sebuah narasi jika nilai-nilai di dalamnya terasa konsisten dengan pengalaman hidup dan keyakinan moral mereka (Griffin et al., 2019). Fidelitas menjadi alat analisis yang penting mengingat pendekatan *soft-selling* yang digunakan lebih menekankan kekuatan cerita daripada informasi teknis produk (Dewi, Saraswati, & Furqon, 2022). Penelitian ini mengoperasionalkan fidelitas naratif ke dalam tiga indikator sebagai berikut.

Pertama, kesesuaian nilai (*values*): mengidentifikasi nilai-nilai yang dikonstruksi dalam narasi iklan seperti keadilan, solidaritas, atau modernitas dan melihat kejelasan penyampaiannya. Aspek ini mengacu pada dua poin dalam *logic of good reasons* Fisher, yaitu nilai-nilai yang tertanam dalam pesan serta relevansi nilai tersebut terhadap keputusan dan tindakan yang digambarkan dalam narasi.

Kedua, konsekuensi (*consequences*): menelaah bagaimana tatanan narasi membangun hubungan sebab-akibat antara tindakan dan hasil secara moral. Fokus analisis terletak pada bagaimana teks menunjukkan bahwa tindakan tertentu menghasilkan konsekuensi yang sesuai dengan logika nilai yang dibangun. Aspek ini merujuk langsung pada poin ketiga *logic of good reasons* Fisher, yaitu konsekuensi dari penerapan nilai-nilai yang ada dalam narasi terhadap kehidupan manusia.

Ketiga, keterkaitan dengan pengalaman (*experience*): mengkaji bagaimana narasi merepresentasikan pengalaman manusia seperti perjuangan, keserakahan, atau

kebersamaan melalui simbol dan metafora *cyberpunk*. Aspek ini dapat dikaitkan dengan dua poin dalam *logic of good reasons* Fisher, yaitu kesesuaian narasi dengan *worldview* audiens serta kesesuaiannya dengan apa yang dianggap sebagai landasan ideal bagi tindakan manusia. Analisis ini menilai bagaimana validitas emosional dikonstruksi dalam teks untuk menjembatani dunia fiksi dengan realitas sosial, sehingga narasi yang dibangun mampu dikenali dan dirasakan relevansinya oleh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif-interpretatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Juli 2026. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua kategori, yaitu informan kunci (*key informan*) dan informan tambahan (Himam, 2026). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan yang berlangsung secara interaktif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber data dengan membandingkan hasil observasi terhadap iklan Marjan “Tikus Rakus” versi *Cyberpunk* 2026 dengan hasil wawancara informan serta kajian literatur yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Koherensi Naratif

1. Koherensi Struktural

Koherensi struktural dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” versi *Cyberpunk* 2026 terlihat dari keteraturan alur cerita yang membentuk hubungan sebab–akibat secara runtut dari awal hingga akhir. Mengacu pada Fisher, sebuah narasi dapat dikatakan koheren secara struktural apabila setiap peristiwa tersusun secara logis, saling berhubungan, dan tidak mengandung kontradiksi internal (Griffin et al., 2019).

Pada awal Episode 1 (00:00–00:03), narasi “Di jantung kota digital...” dan visual kota futuristik berfungsi sebagai pembentuk dunia cerita. Adegan ini menampilkan lingkungan *cyberpunk* dengan dominasi teknologi seperti gedung neon, kendaraan udara, dan layar hologram. Secara struktural, bagian ini berfungsi sebagai *world building* yang memberikan konteks agar konflik berbasis sistem digital dapat diterima secara logis.

Nakula dan sadewa diperlihatkan berada di pusat kendali Divisi Siber. Dalam cerita

pewayangan Jawa, Nakula dan Sadewa merupakan dua ksatria kembar dari Pandawa yang dikenal memiliki karakter setia, berkemampuan tinggi, dan berperan sebagai pendukung dalam perjuangan kebenaran. Dalam iklan ini, keduanya direpresentasikan sebagai agen pertahanan siber yang bertugas menjaga stabilitas sistem digital kota. Pada (00:06-00:08), muncul alarm dan anomali jaringan yang menandai gangguan sistem. Secara struktural, ini merupakan *trigger event* yang mengubah kondisi stabil menjadi tidak stabil dan menjadi pemicu utama konflik.

Pada (00:08-00:24), Nakula dan Sadewa melakukan investigasi terhadap sumber gangguan. Tindakan ini merupakan respons langsung terhadap anomali sistem, sehingga hubungan sebab-akibat tetap konsisten. Pada fase ini muncul juga adegan warga berlarian. Secara struktural, adegan ini merupakan representasi dampak awal dari gangguan sistem. Kepanikan warga menunjukkan bahwa gangguan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berdampak pada kondisi sosial masyarakat. biasa yang terdampak langsung oleh kekacauan sistem. Pada (00:30), Sengkuni muncul di pusat data dan mulai melahap aset kripto milik warga. Dalam cerita Pewayangan Jawa, Sengkuni adalah tokoh yang dikenal licik, manipulatif, dan menjadi sumber provokasi konflik antara Kurawa dan Pandawa. Di iklan ini, karakter tersebut direinterpretasikan menjadi tikus mutan sebagai simbol keserakahan dan perusak sistem dari dalam.

Tindakan Sengkuni menjadi inti konflik karena secara langsung merusak sistem ekonomi digital kota. Pada (00:36-00:58), Episode 1 ditutup dengan adegan warga bersiap berbuka puasa. Secara struktural, adegan ini berfungsi sebagai *narrative pause* sekaligus *narrative anchor*. Ia tidak menyelesaikan konflik, tetapi menahan eskalasi dan mengikat cerita dengan konteks Ramadan sebagai penanda waktu dan nilai sosial.

Pada Episode 2, Sengkuni mengalami perkembangan bentuk dengan ukuran yang semakin membesar akibat akumulasi konsumsi aset digital yang terus berlangsung. Dalam koherensi struktural, bagian ini menunjukkan hubungan sebab-akibat yang jelas antara konsumsi aset digital sebagai sumber kekuatan dengan perubahan fisik dan peningkatan daya destruktif Sengkuni. Artinya, narasi tetap konsisten dalam membangun logika bahwa kekuatan antagonis tidak muncul tiba-tiba, melainkan merupakan hasil akumulasi tindakan sebelumnya.

Dalam kondisi tersebut, Sengkuni melakukan serangan besar-besaran dengan menghancurkan infrastruktur kota dan melahap berbagai aset digital milik warga.

Akibatnya, sistem kota mengalami kerusakan serius dan masyarakat berada dalam kondisi panik, ditandai dengan warga yang berlarian untuk menyelamatkan diri di tengah kekacauan. Situasi ini menunjukkan terjadinya eskalasi konflik yang signifikan sebagai puncak ancaman dalam narasi. Dari sisi koherensi struktural, rangkaian peristiwa ini tersusun secara linear dan logis, di mana tindakan antagonis secara langsung memicu konsekuensi sosial dan sistemik tanpa adanya loncatan peristiwa yang tidak terjelaskan.

Dalam tahap klimaks, Nakula melumpuhkan Sengkuni menggunakan panah siber bercahaya. Tindakan ini berfungsi sebagai *constraint action*, yaitu upaya pembatasan gerak musuh agar proses pemulihan dapat dilakukan secara sistematis. Setelah itu, Sadewa melakukan pemulihan sistem kota yang mengalami kerusakan. Urutan ini menunjukkan hubungan kausal yang jelas, yaitu pemulihan hanya dapat dilakukan setelah ancaman berhasil dibatasi. Kekalahan Sengkuni terjadi karena sumber kekuatannya, yaitu konsumsi aset digital, telah dihentikan. Dengan demikian, antagonis tidak dikalahkan secara magis, tetapi melalui hilangnya sumber daya yang menopang kekuatannya. Pada akhir Episode 2, ditampilkan azan Magrib dan momen berbuka puasa bersama. Secara struktural, adegan ini berfungsi sebagai resolusi akhir yang menandai kembalinya stabilitas kota dan berakhirnya konflik secara total.

2. Koherensi material

Koherensi material dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” Episode 1 dan 2 terlihat dari konsistensi unsur pembentuk dunia cerita yang mencakup latar, suasana, waktu, dan aturan kejadian yang tetap terjaga secara utuh dari awal hingga akhir. Dalam Paradigma Naratif Walter Fisher, koherensi material menekankan bahwa sebuah narasi dapat dianggap masuk akal apabila seluruh elemen di dalamnya saling mendukung dan tidak bertentangan dengan logika dunia cerita yang telah dibangun (Griffin et al., 2019).

Secara koherensi material, iklan Marjan “Tikus Rakus” Episode 1 dan 2 menunjukkan konsistensi dunia cerita yang kuat melalui keterpaduan latar, suasana, waktu, dan aturan kejadian yang membentuk satu sistem naratif yang utuh. Kota Megalopolis sebagai ruang utama narasi merepresentasikan dunia futuristik yang stabil secara visual dan konseptual, ditandai dengan elemen teknologi tinggi seperti gedung pencakar langit, pencahayaan neon, serta sistem pemantauan berbasis teknologi.

Dari aspek suasana, koherensi material iklan ini membangun dinamika emosional yang konsisten antara ketegangan dan ketenangan. Suasana tegang muncul ketika

Sengkuni mulai melakukan gangguan terhadap sistem kota melalui peretasan dan konsumsi aset kripto warga, yang kemudian memicu kepanikan massal. Kondisi ini diperlihatkan melalui adegan warga yang berlarian menggunakan pakaian putih, yang menggambarkan reaksi spontan masyarakat terhadap ketidakstabilan sistem. Sementara itu, suasana tenang hadir pada momen berbuka puasa di Episode 1 yang berfungsi sebagai jeda di tengah konflik, Sementara itu, pada Episode 2, suasana berada pada titik ketegangan yang lebih tinggi dibandingkan Episode 1 karena konflik telah mencapai puncaknya. Sengkuni digambarkan semakin besar dan agresif, dengan serangan yang menyebabkan kehancuran infrastruktur kota secara masif.

Setelah itu, suasana secara bertahap berubah menjadi tenang ketika Nakula berhasil melumpuhkan Sengkuni dan Sadewa memulihkan sistem kota. Perubahan ini mencapai puncaknya pada akhir Episode 2, ketika suasana damai kembali hadir melalui momen berbuka puasa bersama sebagai penanda kembalinya stabilitas.

Dari aspek waktu, Koherensi Material ditunjukkan melalui konsistensi alur cerita berjalan secara linier dan terikat pada konteks waktu sore menuju malam dalam bulan Ramadan. Episode 1 ditutup dengan persiapan berbuka puasa yang menandai adanya jeda dalam perkembangan konflik, sementara Episode 2 melanjutkan rangkaian peristiwa hingga mencapai penyelesaian pada waktu yang sama dalam konteks Magrib. Seluruh peristiwa bergerak dalam satu garis waktu yang berkesinambungan tanpa adanya lompatan temporal yang mengganggu struktur cerita, sehingga keterkaitan antarperistiwa tetap jelas dan runtut.

Dari aspek aturan kejadian, koherensi material tampak pada konsistensi hubungan sebab-akibat antara tindakan dan konsekuensi. Kekuatan Sengkuni secara konsisten meningkat seiring konsumsi aset digital, sehingga menunjukkan bahwa dunia cerita memiliki hukum internal yang stabil dan dapat diprediksi. Di sisi lain, peran Nakula dan Sadewa juga mengikuti logika yang sama, di mana pelumpuhan menjadi prasyarat bagi pemulihan sistem. Hubungan ini menegaskan bahwa setiap tindakan dalam narasi tidak berdiri sendiri, melainkan terikat dalam sistem kausal yang konsisten.

3. Koherensi Karakter

Koherensi karakter berkaitan dengan konsistensi sifat, motivasi, dan tindakan tokoh yang ditampilkan sepanjang cerita. Menurut Fisher, sebuah narasi dapat dikatakan memiliki koherensi karakter apabila perilaku yang ditunjukkan tokoh sesuai dengan

karakterisasi yang telah dibangun sejak awal dan tidak menunjukkan pertentangan yang mengganggu logika cerita (Griffin et al., 2019). Dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” Episode 1 dan 2, koherensi karakter terlihat pada konsistensi peran yang dijalankan oleh Sengkuni, Nakula, dan Sadewa dari awal hingga akhir cerita.

a) Sengkuni

Karakter Sengkuni digambarkan sebagai tokoh antagonis yang memiliki sifat rakus dan berorientasi pada keuntungan pribadi. Sifat tersebut menjadi motivasi utama yang mendorong seluruh tindakannya dalam cerita. Sejak awal kemunculannya, Sengkuni terus mengonsumsi aset digital dan kripto yang ada di Kota Megalopolis untuk memperbesar kekuatan yang dimilikinya. Motivasi untuk memperoleh lebih banyak aset digital tetap dipertahankan hingga akhir cerita, sehingga tidak ditemukan perubahan perilaku yang bertentangan dengan karakterisasi awal sebagai sosok yang serakah dan menjadi sumber konflik. Karakter ini juga selaras dengan tokoh Sengkuni dalam pewayangan yang dikenal licik, manipulatif, dan sering menjadi pemicu konflik.

b) Nakula

Nakula ditampilkan sebagai tokoh protagonis yang berperan sebagai pahlawan dan pelindung sistem kota. Sejak awal cerita, Nakula terlibat dalam upaya mendeteksi, mengejar, dan menghentikan ancaman yang ditimbulkan oleh Sengkuni. Peran tersebut terus dipertahankan hingga konflik mencapai penyelesaian, sehingga karakter Nakula tetap konsisten sebagai tokoh yang berfungsi menghadapi dan menekan ancaman yang muncul dalam narasi. Meskipun direkonstruksi dalam dunia *cyberpunk*, Nakula tetap mempertahankan perannya sebagai tokoh yang berada di pihak kebenaran dan berusaha melindungi masyarakat dari ancaman yang muncul.

c) Sadewa

Sadewa berperan sebagai pemulih sistem yang melengkapi peran Nakula dalam penyelesaian konflik. Jika Nakula lebih banyak ditampilkan dalam upaya menghadapi ancaman secara langsung, Sadewa berfokus pada proses perbaikan dan pemulihan sistem yang terganggu akibat tindakan Sengkuni. Sejak awal hingga akhir cerita, Sadewa tetap menjalankan fungsi yang sama, yaitu memastikan sistem kota kembali berjalan normal setelah konflik terjadi. Karakter tersebut menunjukkan konsistensi peran Sadewa sebagai tokoh yang berkontribusi menjaga keseimbangan dan membantu terwujudnya penyelesaian konflik.

Analisis Fidelitas Naratif

1. Kesesuaian Nilai

Fidelitas naratif dinilai dari sejauh mana nilai-nilai dalam cerita dianggap masuk akal, benar, dan bermakna berdasarkan *logic of good reasons* (Griffin et al., 2019). Dalam konteks ini, kesesuaian nilai merujuk pada hubungan antara nilai yang dibangun dalam narasi dengan tindakan tokoh, perkembangan konflik, serta penyelesaian cerita.

Tabel 1. Nilai-Nilai Naratif dalam Iklan Marjan "Tikus Rakus" 2026

Nilai	Representasi dalam Iklan
Keadilan (Dharma)	Diwujudkan melalui tindakan Nakula dan Sadewa yang menghentikan kejahatan siber yang dilakukan Sengkuni serta mengembalikan stabilitas kota.
Anti-Keserakahan	Direpresentasikan melalui karakter Sengkuni yang mengonsumsi aset digital secara berlebihan hingga menyebabkan kekacauan dan pada akhirnya mengalami kekalahan.
Kepedulian Sosial	Ditunjukkan melalui upaya Nakula dan Sadewa dalam melindungi masyarakat dari dampak gangguan sistem tanpa kepentingan pribadi.
Tanggung Jawab	Tercermin dari komitmen Nakula dan Sadewa dalam menyelesaikan konflik hingga kondisi kota kembali stabil.
Tradisi budaya Ramadan	Ditampilkan melalui adegan berbuka puasa yang menjadi penanda nilai spiritual di tengah situasi konflik.
Kebersamaan (Gotong Royong)	Terlihat dari kerja sama antara Nakula dan Sadewa serta keterlibatan masyarakat pada akhir cerita dalam suasana berbuka bersama.

Sumber: Disusun oleh peneliti berdasarkan observasi iklan Marjan "Tikus Rakus" 2026.

Berdasarkan hasil analisis, konflik dalam iklan dibangun melalui pertentangan antara nilai keadilan dan keserakahan. Keserakahan menjadi sumber munculnya permasalahan ketika Sengkuni terus mengonsumsi aset digital demi kepentingan pribadi hingga mengganggu stabilitas kota. Dengan demikian, konflik dalam cerita tidak berpusat pada teknologi yang digunakan, melainkan pada penyalahgunaan teknologi oleh tokoh antagonis. Sebaliknya, kemunculan Nakula dan Sadewa mengarahkan cerita pada upaya pemulihan kondisi yang telah terganggu. Tindakan yang dilakukan kedua tokoh tersebut menunjukkan bahwa penyelesaian konflik tidak hanya berfokus pada menghentikan Sengkuni, tetapi juga mengembalikan sistem kota ke keadaan semula. Nilai kepedulian sosial dan tanggung jawab turut memperkuat arah penyelesaian cerita. Fokus tindakan Nakula dan Sadewa selalu diarahkan pada perlindungan masyarakat dan pemulihan kondisi kota.

Di sisi lain, tradisi budaya Ramadan dan kebersamaan memberikan dimensi budaya

yang tetap dipertahankan dalam dunia futuristik yang dibangun iklan. Kehadiran adegan berbuka puasa menunjukkan bahwa tradisi berbuka puasa tetap menjadi bagian penting dalam kehidupan tokoh meskipun berada dalam lingkungan yang dipenuhi teknologi canggih. Dengan demikian, nilai-nilai yang terdapat dalam iklan tidak hanya berfungsi sebagai pesan moral, tetapi juga menjadi landasan yang menentukan arah perkembangan narasi. Hubungan antara tindakan tokoh, konflik yang muncul, dan konsekuensi yang diterima menunjukkan adanya keselarasan antara nilai yang dibangun dengan jalannya cerita.

2. Konsekuensi Moral

Dalam paradigma naratif Walter Fisher, konsekuensi moral digunakan untuk melihat apakah tindakan yang dilakukan tokoh menghasilkan akibat yang sesuai dengan logika moral yang dibangun dalam cerita (Griffin et al., 2019).

Tabel 2. Hubungan Tindakan dan Konsekuensi Moral

Tokoh	Tindakan	Konsekuensi Moral
Sengkuni	Melahap aset digital secara serakah demi kepentingan pribadi	Mengalami kekalahan dan kehilangan seluruh kekuatannya
Nakula	Menyerang dan melumpuhkan Sengkuni	Ancaman terhadap kota berhasil dihentikan
Sadewa	Merestorasi sistem digital kota	Kondisi kota kembali normal dan stabil
Warga Kota	Bersatu dan berkumpul setelah konflik berakhir	Kehidupan sosial kembali damai dan harmonis

Sumber: Disusun oleh peneliti berdasarkan observasi iklan Marjan "Tikus Rakus" 2026.

Analisis terhadap narasi menunjukkan bahwa setiap tindakan yang dilakukan tokoh menghasilkan konsekuensi yang selaras dengan nilai yang dibangun dalam cerita. Keserakahan yang ditunjukkan Sengkuni menjadi penyebab munculnya berbagai gangguan dalam Kota Megalopolis dan pada akhirnya berujung pada kekalahannya sendiri. Sebaliknya, tindakan Nakula dan Sadewa yang berupaya menghentikan ancaman serta memulihkan sistem kota menghasilkan kondisi yang kembali aman dan stabil.

Hubungan antara tindakan dan konsekuensi tersebut menunjukkan adanya logika moral yang konsisten dalam narasi. Tindakan yang didorong oleh kepentingan pribadi dan keserakahan menghasilkan dampak yang merugikan, sedangkan tindakan yang dilandasi tanggung jawab, keberanian, dan kepedulian menghasilkan pemulihan serta kebaikan bersama. Kondisi ini sejalan dengan konsep *logic of good reasons* yang dikemukakan Fisher, di mana konsekuensi yang diterima setiap tokoh sesuai dengan

logika moral yang dikembangkan dalam cerita.

3. Keterkaitan dengan Pengalaman Sosial

Menurut Fisher, sebuah narasi memiliki fidelitas yang kuat apabila cerita yang disampaikan memiliki hubungan dengan pengalaman dan realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari (Griffin et al., 2019). Dalam iklan Marjan “Tikus Rakus”, keterkaitan tersebut terlihat melalui berbagai simbol dan metafora yang digunakan dalam cerita.

a) Sengkuni sebagai Metafora Kejahatan Digital.

Penggambaran Sengkuni sebagai tikus raksasa yang mengonsumsi Bitcoin dan aset kripto dapat dimaknai sebagai representasi pelaku kejahatan ekonomi digital yang memanfaatkan teknologi untuk memperoleh keuntungan pribadi. Karakter tersebut mencerminkan berbagai fenomena yang berkembang di era digital, seperti penipuan daring, peretasan, pencurian data, maupun penyalahgunaan sistem digital. Melalui representasi tersebut, konflik yang ditampilkan dalam cerita tidak hanya hadir sebagai unsur fiksi, tetapi juga merefleksikan persoalan yang ditemukan dalam kehidupan masyarakat. Keterkaitan ini membuat tindakan Sengkuni mudah dipahami sebagai bentuk penyimpangan yang membawa dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya.

b) Kota Digital sebagai Cermin Ketergantungan Teknologi.

Kota Megalopolis dalam iklan digambarkan sebagai kota futuristik yang seluruh aktivitasnya ditopang oleh teknologi digital. Sistem yang saling terhubung membuat berbagai layanan dan aktivitas masyarakat dapat berjalan dengan efisien, namun pada saat yang sama menciptakan kerentanan ketika terjadi gangguan pada sistem tersebut. Kondisi ini mencerminkan kehidupan masyarakat modern yang semakin bergantung pada teknologi dalam berbagai bidang. Melalui gangguan yang ditimbulkan oleh Sengkuni, narasi menunjukkan bahwa kemajuan teknologi tidak hanya menghadirkan kemudahan, tetapi juga risiko yang dapat memengaruhi kehidupan banyak orang apabila disalahgunakan atau mengalami gangguan.

c) Makna Ramadan sebagai Fondasi Budaya

Di tengah latar *cyberpunk* yang futuristik, iklan tetap mempertahankan unsur Ramadan melalui adegan berbuka puasa, azan Magrib, dan kebersamaan pada bagian akhir cerita. Kehadiran unsur tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak menghilangkan nilai budaya dan spiritual yang hidup dalam masyarakat. Ramadan tidak hanya berfungsi sebagai latar waktu, tetapi menjadi bagian yang menyatu dengan

penyelesaian cerita. Melalui cara tersebut, narasi tetap mempertahankan kedekatannya dengan konteks sosial dan budaya yang menjadi identitas masyarakat Indonesia.

Representasi Pergeseran Tradisional ke Futuristik

1. Unsur Tradisional yang Dipertahankan

Unsur tradisional dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” Episode 1 dan 2 tetap dipertahankan sebagai bagian dari identitas narasi Ramadan yang melekat pada brand. Unsur ini tercermin melalui tokoh Nakula dan Sadewa, tokoh Sengkuni, nilai moral, konsep kebaikan versus kejahatan, serta pesan Ramadan sebagai fondasi utama cerita.

Nakula dan Sadewa diadaptasi dari tokoh Pewayangan Jawa yang dikenal sebagai Pandawa kembar dan merepresentasikan nilai kebaikan serta kerja sama. Nilai tersebut tetap dipertahankan melalui peran keduanya sebagai pihak yang menjaga keseimbangan dan merespons gangguan dalam alur cerita. Karakter Sengkuni merupakan adaptasi dari pewayangan Jawa. Dalam cerita tradisional, Sengkuni dikenal sebagai tokoh yang licik, manipulatif, dan menjadi sumber konflik melalui strategi adu domba dalam pertentangan Pandawa dan Kurawa.

Karakter tersebut kemudian dihadirkan kembali dalam bentuk modern sebagai “Tikus Rakus”, namun tetap mempertahankan esensi sifat dasarnya sebagai pemicu kekacauan dalam cerita. Nilai moral juga hadir dalam bentuk pesan yang menekankan pentingnya kebaikan, tanggung jawab, dan upaya menjaga ketertiban di tengah konflik yang terjadi. Konsep kebaikan versus kejahatan menjadi struktur utama dalam narasi. Pesan Ramadan ditampilkan melalui momen berbuka puasa dan kebersamaan yang menegaskan nilai budaya, ketenangan, dan solidaritas sosial.

2. Unsur Futuristik yang Dihadirkan

Unsur futuristik dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” Episode 1 dan 2 dibangun melalui konsep *cyberpunk* yang menjadi dasar dunia cerita. Unsur ini tidak hanya ditampilkan sebagai gaya visual, tetapi juga membentuk latar, sistem, dan rangkaian peristiwa dalam narasi. Gambaran futuristik paling awal terlihat dari Kota Megalopolis yang ditampilkan sebagai kota digital dengan gedung-gedung tinggi, cahaya neon, serta layar-layar digital yang menyatu dengan ruang kota. Kesan tersebut kemudian diperkuat melalui kehadiran sistem pemantauan di pusat kendali Divisi Siber.

Dalam perkembangan konflik, unsur futuristik semakin jelas melalui kemunculan kripto sebagai bagian dari sistem ekonomi cerita. Hal ini terlihat ketika Sengkuni

melakukan peretasan dan mengonsumsi aset digital, yang kemudian berdampak pada kondisi dan stabilitas kota dalam alur cerita. Selanjutnya, unsur kecerdasan buatan (AI) hadir melalui sistem pengawasan dan pengendalian otomatis yang membantu jalannya aktivitas kota. Unsur futuristik dalam iklan ini tidak berdiri sendiri sebagai latar, tetapi berkembang sebagai bagian yang mengarahkan jalannya konflik dan membentuk dunia cerita secara keseluruhan.

3. Konstruksi Naratif Pergeseran Tradisional–Futuristik

Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan Marjan “Tikus Rakus” 2026 tidak menghilangkan unsur tradisional yang selama ini menjadi ciri khas narasinya. Sebaliknya, unsur-unsur tersebut direkonstruksi dan ditempatkan dalam konteks dunia futuristik.

Tabel 3. Konstruksi Naratif Pergeseran Tradisional–Futuristik

Unsur Tradisional	Unsur Futuristik
Tokoh Nakula dan Sadewa dari kisah Pewayangan Jawa	Nakula dan Sadewa berperan sebagai anggota divisi keamanan siber yang melindungi Kota Megalopolis
Tokoh Sengkuni sebagai simbol kelicikan dan keserakahan	Sengkuni direpresentasikan sebagai tikus raksasa yang menguasai aset digital dan kripto
Konflik klasik antara kebaikan dan kejahatan	Konflik diwujudkan dalam bentuk kejahatan siber dan gangguan sistem digital
Senjata dan kemampuan tokoh pewayangan	Teknologi canggih, hologram, energi digital, dan sistem keamanan siber
Nilai moral tentang tanggung jawab, keadilan, dan anti-keserakahan	Nilai tersebut disampaikan melalui isu keamanan data dan perlindungan sistem digital
Tradisi Ramadan, berbuka puasa, dan kebersamaan masyarakat	Ditampilkan dalam latar kota futuristik dengan nuansa <i>cyberpunk</i> dan teknologi tinggi
Latar kerajaan atau dunia pewayangan	Kota Megalopolis sebagai kota digital futuristik

Sumber: Disusun oleh peneliti berdasarkan observasi iklan Marjan “Tikus Rakus” 2026.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi dalam iklan tidak bersifat menggantikan, melainkan mengadaptasi unsur-unsur tradisional ke dalam bentuk yang lebih modern. Tokoh-tokoh pewayangan tetap dipertahankan sebagai fondasi cerita, tetapi ditempatkan dalam dunia yang dipenuhi teknologi digital. Begitu pula dengan konflik dan nilai moral yang tetap berakar pada konsep kebaikan melawan kejahatan, namun diwujudkan melalui isu-isu yang relevan dengan perkembangan teknologi.

Dengan demikian, konstruksi naratif dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” 2026 memperlihatkan adanya perpaduan antara tradisi dan modernitas. Marjan tidak meninggalkan nilai-nilai tradisional yang selama ini menjadi identitas narasinya,

melainkan mengemas dan menghadirkannya kembali dalam dunia futuristik yang lebih dekat dengan perkembangan zaman. Pendekatan ini memungkinkan unsur budaya lokal dan nilai budaya ramadan tetap dipertahankan sekaligus disajikan dalam bentuk yang lebih relevan dengan konteks masyarakat modern.

Temuan Penelitian

1. Pergeseran visual tidak diikuti oleh pergeseran nilai

Iklan Marjan “Tikus Rakus” menampilkan banyak unsur futuristik melalui penggunaan latar kota digital, teknologi canggih, dan visual bergaya *cyberpunk*. Namun, pergeseran tersebut hanya terjadi pada tampilan dan bentuk penyajian cerita. Nilai-nilai yang menjadi inti narasi tetap dipertahankan, seperti kebersamaan, tanggung jawab, kepedulian sosial, anti-keserakahan, serta tradisi budaya ramadan. Dengan kata lain, yang bergeser adalah cara cerita disampaikan, bukan nilai yang ingin disampaikan.

2. *Cyberpunk* digunakan sebagai kemasan baru bagi narasi moral klasik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dunia *cyberpunk* digunakan sebagai wadah baru untuk menyampaikan narasi yang pada dasarnya masih berangkat dari pola cerita klasik. Konflik antara kebaikan dan kejahatan, perjuangan melawan keserakahan, serta upaya melindungi kepentingan bersama tetap menjadi inti cerita. Perbedaannya terletak pada konteks yang digunakan, yaitu dunia digital dan teknologi masa depan yang lebih dekat dengan perkembangan zaman saat ini.

3. Koherensi naratif menjadi faktor yang menjaga identitas Marjan meskipun setting berubah drastis

Meskipun latar cerita mengalami pergeseran yang cukup jauh dari nuansa tradisional menuju dunia futuristik, identitas narasi Marjan tetap dapat dikenali. Hal ini terlihat dari alur cerita yang tetap runtut, karakter yang konsisten dengan perannya, serta nilai-nilai yang terus dipertahankan hingga akhir cerita. Koherensi naratif menjadi unsur penting yang menjaga agar berbagai elemen dalam cerita tetap saling terhubung dan tidak kehilangan arah.

4. Fidelitas naratif dibangun melalui simbol keserakahan digital yang dekat dengan realitas sosial kontemporer

Fidelitas naratif dalam iklan ini diperkuat melalui simbol-simbol yang memiliki keterkaitan dengan kondisi sosial saat ini. Karakter Sengkuni tidak hanya berfungsi sebagai tokoh antagonis, tetapi juga merepresentasikan keserakahan yang muncul dalam

ruang digital. Kehadiran aset kripto, kejahatan siber, dan penyalahgunaan teknologi membuat konflik dalam cerita memiliki hubungan dengan berbagai persoalan yang berkembang di era modern. Melalui pendekatan tersebut, pesan moral yang dibangun dalam narasi tetap relevan dengan konteks kehidupan saat ini

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan ini memiliki koherensi naratif yang kuat. Koherensi tersebut terlihat dari keterpaduan alur cerita yang berjalan secara runtut dan saling berhubungan. Cerita diawali dengan pengenalan Kota Megalopolis sebagai ruang futuristik berbasis sistem digital, yang kemudian menjadi latar munculnya konflik ketika Sengkuni mengeksploitasi aset digital. Tindakan tersebut memicu gangguan pada sistem kota yang berkembang menjadi krisis dan mengancam stabilitas keseluruhan kota. Perkembangan konflik hingga mencapai klimaks menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat yang jelas antarperistiwa, di mana setiap kejadian memiliki konsekuensi yang logis terhadap alur cerita. Penyelesaian konflik melalui kerja sama Nakula dan Sadewa juga memperlihatkan bahwa pemulihan sistem terjadi sebagai akibat langsung dari tindakan yang dilakukan dalam cerita. Secara keseluruhan, narasi memperlihatkan konsistensi logika cerita yang terjaga dari awal hingga akhir. Setiap peristiwa tersusun secara runtut dan saling mendukung dalam membentuk alur cerita yang utuh, sehingga menunjukkan adanya koherensi struktural yang baik dalam iklan tersebut.

Selain itu, iklan juga memperlihatkan koherensi material melalui konsistensi dunia *cyberpunk* yang dibangun sepanjang cerita. Elemen seperti sistem keamanan digital, aset kripto, teknologi futuristik, dan visual kota modern digunakan secara stabil tanpa menimbulkan kontradiksi. Dunia futuristik yang dibangun dalam iklan juga memiliki kedekatan dengan realitas sosial masa kini, seperti kejahatan siber, pencurian data, dan ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital. Koherensi karakter terlihat melalui konsistensi peran masing-masing tokoh. Nakula dan Sadewa tetap digambarkan sebagai tokoh protagonis yang berusaha memulihkan keadaan, sedangkan Sengkuni tetap menjadi simbol keserakahan dan manipulasi. Walaupun berada dalam latar futuristik, identitas dasar tokoh pewayangan tetap dipertahankan sehingga cerita masih memiliki keterkaitan dengan budaya tradisional yang telah dikenal masyarakat Indonesia.

Pergeseran dari unsur tradisional menuju futuristik dalam iklan ini tidak hanya terlihat pada visual, tetapi juga pada bentuk konflik yang dibangun. Dalam cerita

tradisional, konflik biasanya digambarkan melalui pertarungan fisik atau perebutan kekuasaan. Namun, dalam iklan ini konflik direpresentasikan melalui kejahatan siber, peretasan data, dan pencurian aset digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa struktur cerita telah disesuaikan dengan konteks masyarakat modern yang semakin bergantung pada teknologi digital. Dari sisi fidelitas naratif, nilai yang dibangun dalam cerita masih sesuai dengan nilai sosial yang diyakini masyarakat. Nilai tradisi budaya Ramadan, kerja sama, kebersamaan, serta kritik terhadap keserakahan tetap menjadi fondasi utama cerita. Keserakahan Sengkuni digambarkan membawa kehancuran, sedangkan kerja sama Nakula dan Sadewa menghasilkan pemulihan dan keseimbangan. Hal tersebut sejalan dengan konsep *logic of good reasons* dalam Paradigma Naratif Fisher yang menjelaskan bahwa sebuah narasi akan lebih mudah diterima ketika memiliki hubungan logis antara tindakan dan konsekuensinya (Griffin et al., 2019).

Temuan penelitian ini diperkuat melalui hasil wawancara dengan M. Agung Akhdani, S.I.Kom., M.I.Kom., dosen Ilmu Komunikasi yang memiliki keahlian di bidang komunikasi kreatif, komunikasi visual, dan media digital. Narasumber menyatakan bahwa di era digital saat ini, *storytelling* dan video telah menyatu menjadi satu kesatuan sehingga iklan menjadi lebih menarik dan mampu mendorong penonton untuk menyaksikan iklan hingga selesai (Komunikasi pribadi, 24 Mei 2026). Hal ini memberikan konfirmasi dari perspektif praktis bahwa penyatuan narasi dan visual dalam iklan merupakan pendekatan yang relevan dan efektif dalam komunikasi digital saat ini.

Narasumber juga menjelaskan bahwa perkembangan teknologi, termasuk kecerdasan buatan (AI), turut memengaruhi cara produksi iklan. Hal ini membuka ruang bagi penggabungan unsur tradisional dan futuristik dalam satu narasi. Unsur tradisional tetap dapat dipertahankan dalam bentuk nilai atau pesan, sementara penyajiannya dikemas dengan visual yang lebih modern. Begitu juga sebaliknya, tergantung konsep yang ingin dibangun dalam iklan tersebut. Dalam konteks iklan Marjan “Tikus Rakus” versi *Cyberpunk 2026*, narasumber menjelaskan bahwa unsur tradisional masih terlihat melalui pesan sosial yang disampaikan, seperti kritik terhadap keserakahan. Sementara itu, unsur futuristik tampak dari visual dan gaya penyajian yang digunakan dalam iklan. Keduanya tidak berdiri sendiri, tetapi dipadukan dalam satu kesatuan narasi. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa pergeseran dari tradisional ke futuristik dalam iklan Marjan tidak mengubah nilai utama cerita, melainkan hanya pada cara

penyajiaannya. Hal ini selaras dengan konsep koherensi dan fidelitas dalam Paradigma Naratif Walter Fisher, di mana cerita tetap konsisten secara struktur dan nilai yang dibawa masih memiliki keterhubungan dengan realitas sosial yang dapat dipahami.

Kekhasan temuan dalam penelitian ini semakin terlihat ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Penelitian Ros Amelia et al. (2025) lebih berfokus pada analisis visual dan naratif iklan Marjan melalui pendekatan *audience-centered design*, sementara penelitian ini menunjukkan bahwa iklan "Tikus Rakus" tidak hanya menghadirkan visual futuristik tetapi juga memperlihatkan pergeseran pada struktur cerita dan bentuk konflik menuju isu kejahatan siber dan sistem teknologi modern. Penelitian Ridanar et al. (2025) lebih berfokus pada efektivitas iklan *cyberpunk* Marjan dalam konteks komunikasi pemasaran terhadap Generasi Z, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada analisis teks untuk melihat bagaimana struktur cerita dan nilai dibangun dalam narasi iklan. Sementara itu, penelitian Nazma Ainina Berutu et al. (2025) serta Pramudita dan Amanova (2025) menggunakan pendekatan semiotika yang berfokus pada tanda dan simbol visual secara parsial. Penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya dengan mengkaji iklan sebagai satu kesatuan narasi melalui Paradigma Naratif Fisher sehingga aspek koherensi dan fidelitas dapat dianalisis secara lebih menyeluruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai konstruksi naratif dalam iklan Marjan "Tikus Rakus" versi *Cyberpunk 2026* menggunakan Paradigma Naratif Walter Fisher, penelitian ini menyimpulkan bahwa representasi pergeseran dari tradisional ke futuristik tidak terjadi pada level nilai, melainkan pada level representasi visual, setting, dan konflik yang disesuaikan dengan konteks masyarakat digital. Dari aspek konstruksi koherensi naratif, iklan ini menunjukkan keterpaduan cerita yang kuat melalui tiga dimensi: koherensi structural, koherensi material, dan koherensi karakter. Dari aspek konstruksi fidelitas naratif, iklan ini menghadirkan nilai-nilai yang relevan dengan kehidupan masyarakat, seperti keadilan, tanggung jawab, kepedulian sosial, kebersamaan, dan penolakan terhadap keserakahan. Dari aspek koherensi naratif, pergeseran terlihat pada latar cerita yang berubah dari dunia pewayangan menjadi kota digital bergaya *cyberpunk*, serta konflik yang bertransformasi dari pertarungan fisik menjadi kejahatan siber berbasis teknologi. Dari aspek fidelitas naratif, nilai moral tentang kebaikan melawan kejahatan, kebersamaan, serta nilai budaya ramadan yang direpresentasikan melalui adegan berbuka

puasa dan kepedulian sosial tetap dipertahankan dan relevan bagi masyarakat. Dengan demikian, pergeseran yang terjadi dalam iklan Marjan "Tikus Rakus" tidak menghilangkan identitas utama iklan, melainkan memperbarui bentuk penyampaian narasi agar sesuai dengan perkembangan teknologi dan konteks masyarakat modern.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, R. R., Atmami, H., & Almira Fitri, R. (2025). *Analisis Visual Dan Naratif Iklan Marjan 2025: Studi Pendekatan Audience-Centered Design*. 9(1), 89–102. Retrieved from <http://aksa.stsrvisi.ac.id>
- Berutu, N. A., Sebayang, K., Surbakti, L. Z., Diva, R., & Ghalib, A. (2025). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Marjan 2025. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 2(4), 67–77. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i4.755>
- Dewi, N. I. K., Saraswati, A., & Furqon, A. N. F. (2022). Penerapan Pola Komunikasi Soft Selling melalui Storytelling dalam Film Iklan “Metamorfodream.” *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(02), 231–245. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i02.5270>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory (10th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Himam, S. A. N. M. K. (2026). *Teknik Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif: Strategi Dan Implementasi*. 5. Retrieved from <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Hutauruk, I. L. E., Manik, R. P. br, Sapitri, P. D., Andika, A. D., Sembiring, I. R., & Harahap, R. (2026). Kritik Sosial Dalam Iklan “Tikus Rakus” Marjan 2026: Analisis Wacana Kritis Perspektif Norman Fairclough. *Kopula: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan*, 8(1), 207–218. <https://doi.org/10.29303/kopula.v8i1.9857>
- Pramudita, E. A., & Amanova, F. Y. (2025). “Bangkitnya Calon Arang” Episode 1&2 Tahun 2025 Melalui Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. *Jurnal Global Ilmiah*, 2(11).
- Ridanar, M. M., Sari, D. K., & Herwandito, S. (2025). Efektivitas Iklan Sirup Marjan Versi Cyberpunk Terhadap Generasi Z di Jawa Tengah. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 7(3), 443–466. <https://doi.org/10.32509/petanda.v7i3.5966>
- Yıldız, S., & Sever, N. S. (2022). Investigating the Effects of Narrative Advertising in a

Analisis Konstruksi Naratif Iklan Marjan “Tikus Rakus” Versi Cyberpunk 2026 dalam Merepresentasikan Pergeseran dari Tradisional ke Futuristik

Real-Life Setting. *International Journal of Market Research*, 64(4), 541–559.
<https://doi.org/10.1177/14707853211033734>