

BAB V

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Hasil penelitian yang dilakukan pada gambar iklan L.A Lights versi “Bukan Artis Tapi Eksis” selanjutnya akan diinterpretasikan dan dianalisis berdasarkan landasan teori Semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengetahui makna yang terkandung. Untuk melihat pengungkapan peristiwa serta pesan yang disampaikan dalam penggambaran iklan tersebut, sistem tanda dibagi berdasarkan pembagian fungsi Menurut Peirce, Hubungan tanda (*sign*) dan acuannya memiliki 3 bentuk adalah ikon, indeks, dan simbol.

Pertama adalah ikon dalam iklan L.A Lights yaitu seseorang yang sedang berdiri yang kepalanya dipenuhi berbagai gambar *emoticon* media sosial dan kalimat Bukan Artis Tapi Eksis. Gambar itu disebut sebagai ikon dikarenakan gambar itu merupakan gambar atau bentuk yang bersifat gambaran dari iklan tersebut.

Kedua adalah indeks dalam penelitian gambar iklan L.A Lights yang menjelaskan maksud dari indeks iklan seperti tangan memegang handphone yang hendak berpose dan sukses cara gue. Disebut indeks karena adanya hubungan sebab akibat dengan tanda dalam iklan tersebut.

Ketiga adalah simbol logo L.A Lights dan *let's do it*. Disebut sebagai simbol karena keduanya sudah jelas bahwa itu logo dan slogan dari brand rokok tersebut.

Ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*) dalam iklan merupakan kode yang berfungsi jika mempunyai konteks. Konteks merupakan acuan yang berupa objek. Objek penelitian dari iklan ini adalah keseluruhan dari gambaran iklan, baik berupa foto atau gambar, tulisan ataupun segala bentuk pewarnaan yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

5.1 Analisis Data

Menurut Peirce, tanda adalah segala sesuatu yang ada pada seseorang untuk menyatakan sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau keputusan dalam pendekatan Semiotika model Charles Sanders Peirce, diperlukan adanya model analisis, yaitu tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretan*). Menurut Peirce salah satu bentuk tanda adalah kata, karena tanda itu sendiri adalah pencitraan indrawi yang menampilkan pengertian dari objek yang dimaksudkan. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang dirujuk sebuah tanda.

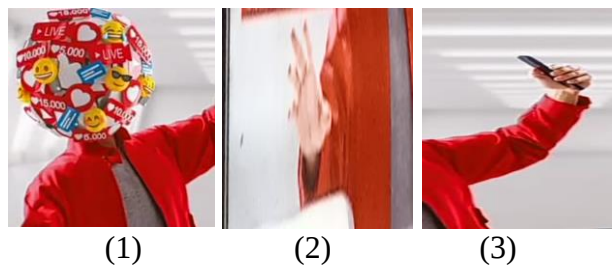
Dalam menganalisis hubungan antara tanda (*sign*) dengan acuannya berdasarkan Semiotika Peirce, yaitu ikon, indeks, dan simbol, maka peneliti akan berusaha menganalisis segala bentuk pemaknaan yang terdapat dalam iklan L.A Lights berdasarkan model Semiotik Peirce. Iklan L.A Lights versi Bukan Artis Tapi Eksis ditampilkan di media luar ruang merupakan media massa yang sasarannya umum untuk khalayak luas yang sangat menarik perhatian. Pada dasarnya iklan tersebut menggunakan sistem tanda visual atau gambar.

Pada iklan L.A Lights tersebut, pembuat iklan menampilkan gambar seseorang yang sedang berdiri dengan berbagai gambar *emoticon* media sosial di kepala. Dengan adanya gambar tersebut, ini menjadikan sebuah daya tarik bagi khalayak yang melihat. Hal ini merupakan salah satu bentuk menarik perhatian yang telah ditentukan oleh pembuat iklan. Dapat dikatakan bahwa dengan memberi stimulus pada khalayak akan sebuah gambar yang menjadi daya tarik dapat diingat selamanya oleh khalayak, bahwa dengan memberi umpan kepada khalayak maka tergantung bagaimana respons yang diterima khalayak dan dapat memberi efek sebesar apa terhadap sebuah iklan yang disajikan pembuat iklan.

Berdasarkan tiga kategori tanda (*sign*) Peirce yaitu ikon, indeks, dan simbol maka peneliti akan tetap berusaha untuk memamparkan (menganalisa) iklan L.A Lights berdasarkan tiga kategori tersebut.

1. Gambar

Gambar 5.1
Tangkapan Layar Iklan L.A Lights



(Sumber : Dokumen Pribadi Penulis)

Ikon

- a. Ikon dari gambar yang pertama yaitu seseorang yang sedang berdiri dengan menggunakan kaos berwarna abu-abu dan jaket berwarna merah, serta kepalanya diganti dengan berbagai gambar *emoticon* seperti emoji tersenyum penuh yang artinya perasaan bahagia dan tidak bisa berkata-kata, emoji tersenyum berkacamata hitam artinya *cool* atau keren yang berkaitan dengan perasaan percaya diri ketika seseorang sedang merokok..
- b. Ikon dari gambar yang kedua yaitu gambar tangan kanan dengan lengan jaket berwarna merah yang terangkat dan sedang memegang *handphone* berwarna hitam berlatar di sebuah ruangan dengan warna tembok putih dengan cahaya lampu
- c. Ikon dari gambar yang ketiga yaitu gambar tangan tangan kirinya dihadapkan kedepan dengan 3 jari ke atas dan 2 jarinya lurus kedepan.

Indeks

- a. Indeks dari gambar yang pertama yaitu seseorang yang kepalanya diganti dengan berbagai macam *emoticon* dan berbagai macam ikon yang ada pada *handphone* yang menandakan bahwa pikirannya hanya tertuju pada *handphone*.

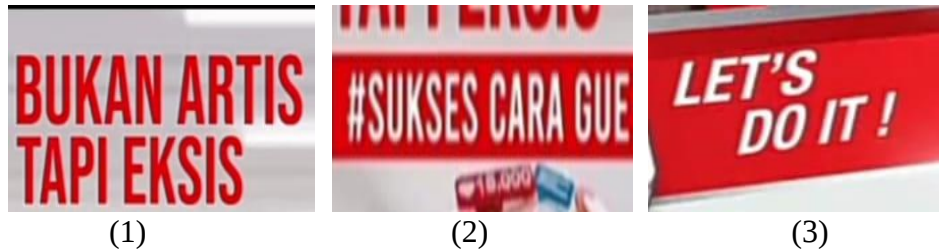
- b. Indeks dari gambar yang kedua yaitu gambar tangan kanan yang sedang memegang *handphone* berwarna hitam yang menandakan dia sedang berpose.
- c. Indeks dari gambar yang ketiga adalah gambar tangan kiri yang diluruskan dengan 5 jari dihadapkan ke depan yang menandakan jangan melakukan sesuatu.

Simbol

- a. Simbol dari gambar yang pertama yaitu kepala seseorang yang diganti dengan *emoticon* dan berbagai tanda ikon yang lain adalah simbol dari media sosial.
- b. Simbol dari gambar yang kedua yaitu tangan memegang *handphone* adalah simbol sedang berpose.
- c. Simbol dari gambar yang ketiga yaitu tangan yang dihadapkan adalah simbol stop.

2. Kata-kata

Gambar 5.2
Tangkapan Layar Iklan L.A Lights



(Sumber : Dokumen Pribadi Penulis)

Ikon

- a. Ikon dari kata-kata yang pertama yaitu tulisan kata dengan huruf kapital *bold* berwarna merah yang terdiri dari 19 huruf dengan 10 huruf di bagian atas dan 9 huruf di bagian bawah.
- b. Ikon dari kata-kata yang kedua yaitu tulisan kata dengan huruf kapital *bold* yang terdiri dari 13 huruf berwarna putih berlatar merah dengan awalan kalimat menggunakan tanda pagar.
- c. Ikon dari kata-kata yang ketiga yaitu tulisan kata dengan huruf kapital *bold* yang terdiri dari 8 huruf dengan 4 huruf di bagian atas dan 4 huruf berwarna putih berlatar merah dengan tanda petik yang terletak di antara huruf ke 3 dan 4 pada bagian atas, dan tanda seru pada akhir kalimat dibagian bawah.

Indeks

- a. Indeks dari kata-kata yang pertama yaitu kalimat Bukan Artis Tapi Eksis yang menjadi bagian *tagline* dari sebuah iklan. Artis diartikan sebagai seni atau kesenian seperti penyanyi, pelukis dan pemeran. Eksis memiliki arti ada dan berkembang, selain itu eksis juga bisa berarti dikenal, tenar dan populer. Bukan Artis Tapi Eksis itu sendiri diartikan sebagai seseorang yang tidak memiliki kesenian, tapi selalu menyebarkan foto diri atau memamerkan kesuksesan dirinya di media social agar mendapat pujian.
- b. Indeks dari kata-kata yang kedua yaitu Sukses Cara Gue. Sukses memiliki arti berhasil dalam berbagai aspek yang banyak ingin dicapai oleh orang lain dengan caranya tersendiri.
- c. Indeks dari kata-kata yang ketiga yaitu Ayo lakukan yang mengisyaratkan "Let's Do It!". Ayo lakukan hal yang paling sederhana bagi seorang individu, hal yang wajar, selalu berpikir serta bertindak positif, dan mempunyai mental yang kuat untuk mengambil suatu keputusan dan bertindak, tidak berpikir berlebihan, tidak menunda apapun, jika bisa dilakukan sekarang, mari lakukan sekarang, untuk meyakinkan siapa pun, bahwa kita bisa melakukannya.

Simbol

- a. Kata-kata yang pertama yaitu Bukan Artis Tapi Eksis merupakan symbol tema dari rokok L.A Lights.

- b. Kata-kata yang kedua dan ketiga merupakan symbol slogan dari rokok L.A Lights.

3. Warna

Ikron

Pada gambar tersebut, terdapat beberapa warna. Warna yang paling dominan pada gambar diatas adalah warna merah dan abu-abu.

Indeks

- a. Warna abu-abu pada baju melambangkan kesedihan, depresi, dan menimbulkan kesan kurang percaya diri. Namun, warna abu-abu juga bisa memiliki makna lain yaitu melambangkan keseimbangan dan bersifat netral.
- b. Warna merah pada jaket artinya warna power, energi, kehangatan, cinta, nafsu, agresif, bahaya, kekuatan, eksentrik, aktif, bersaing. Warna ini memberikan pengaruh berkemauan keras dan penuh semangat. Sering juga diapresiasi untuk menunjuk emosi atau debaran jantung. Merah pada tulisan Bukan Artis Tapi Eksis artinya memiliki asosiasi kontekstual yang berbeda dan didalam branding dapat menyampaikan pesan yang terlihat.

Simbol

- a. Warna abu-abu dianggap sebagai symbol kemandirian.
- b. Merah merah dianggap sebagai symbol percaya diri dan tegas.

5.2 Interpretasi Data

Setelah menganalisis data-data hasil penelitian, maka selanjutnya peneliti akan menginterpretasikan data-data tersebut dengan konsep-konsep yang digunakan pada penelitian ini.

Menginterpretasikan iklan yang akan di ambil dari indikator, yaitu iklan versi Bukan Artis Tapi Eksis terkait analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan menghubungkan tanda dalam ikon, indeks dan symbol.

5.1.2 Ikon

Dari hasil analisis peneliti pada ikon iklan L.A Lights yaitu kata-kata Bukan Artis Tapi Eksis dengan dua *tagline* #sukses cara gue dan let's do it!, dapat diinterpretasikan bahwa seseorang bisa sukses dengan caranya sendiri. serta gambar seseorang yang kepalanya diganti dengan emotikon dan berbagai tanda lainnya dan tangan kanannya memegang *handphone* untuk berpose sedangkan tangan kirinya dihadapkan kedepan dengan warna merah yang hampir menutupi seluruh ikon, menandakan bahwa ketika sedang merokok seseorang akan merasa lebih percaya diri.

5.2.2 Indeks

Dari hasil analisis peneliti pada indeks iklan L.A Lights yaitu kata-kata Bukan Artis Tapi Eksis itu sendiri diartikan sebagai seseorang yang tidak memiliki kesenian, tapi selalu menyebarkan foto diri atau memamerkan kesuksesan dirinya di media social agar mendapat pujian. Sukses memiliki arti berhasil dalam berbagai aspek yang banyak ingin dicapai oleh orang lain dengan caranya tersendiri.

Ayo lakukan yang mengisyaratkan "Let's Do It!". Ayo lakukan hal yang paling sederhana bagi seorang individu, hal yang wajar, selalu berpikir serta bertindak positif, dan mempunyai mental yang kuat untuk mengambil suatu keputusan dan bertindak, tidak berpikir berlebihan. seseorang yang kepalanya diganti dengan berbagai macam *emoticon* dan berbagai macam ikon yang ada pada *handphone* yang menandakan bahwa pikirannya hanya tertuju pada *handphone*.

Tangan kanan yang sedang memegang *handphone* berwarna hitam yang menandakan dia sedang berpose. Warna merah pada jaket artinya warna power, energi, kehangatan, cinta, nafsu, agresif, bahaya, kekuatan, eksentrik, aktif, dan bersaing.

Warna ini memberikan pengaruh berkemauan keras dan penuh semangat. Sering juga diapresiasi untuk menunjuk emosi atau debaran jantung. Merah pada tulisan Bukan Artis Tapi Eksis artinya memiliki asosiasi kontekstual yang berbeda dan didalam branding dapat menyampaikan pesan yang terlihat

5.3.2 Simbol

Dari hasil analisis peneliti pada indeks iklan L.A Lights yaitu Kata-kata Bukan Artis Tapi Eksis merupakan simbol *tagline* dari rokok L.A Lights. Kata-kata sukses cara gue dan let's do it merupakan simbol slogan dari rokok L.A Lights. Kepala seseorang yang diganti dengan *emoticon* dan berbagai tanda ikon yang lain adalah simbol dari dunia maya. Tangan kanan memegang *handphone* adalah simbol potret.

Pemilihan iklan L.A Lights versi Bukan Artis Tapi Eksis menjadi pertimbangan sendiri bagi pihak peneliti, karena pada iklan ini menunjukkan bahwa brand rokok ini

ingin mengajak untuk tidak keseringan bermain *handphone*, yang sekarang semua orang lebih sibuk dengan *handphone*-nya dari pada orang disekitar mereka.

Ketiga makna ini digabung menjadi satu makna akan membentuk sebuah pengertian bahwa perusahaan rokok djarum terutama ingin lebih mengingatkan masyarakat agar janganlah keseringan memegang *handphone*, bergaya memperlihatkan kehidupan sehari-hari kita di media social, dampaknya akan ada pada anak-anak kecil.

Contohnya seperti anak kecil yang keseringan bermain *handphone* akan membuat mereka semakin malas dalam melakukan hal lain selain bermain *handphone*. *Handphone* menjadi salah satu barang yang sangat diperlukan saat ini. Kita tidak perlu takut untuk saling mengingatkan satu sama lain terhadap keseringan bermain *handphone* Sesuai dengan tagline nya “Let’s Do It!” ayo lakukan yang menjadi lebih baik.

Iklan ini menggunakan iklan media luar ruang (*outdoor*) merupakan salah satu dari iklan lini atas (*above the line*) dan pada umumnya terdiri dari iklan sponsorship (iklan konsumen), iklan layanan masyarakat, iklan sport, promo dan iklan politik. Iklan konsumen adalah iklan yang mempromosikan produk atau jasa yang sifatnya komersial, dengan harapan konsumen akan mengkonsumsi produk yang diiklankan tersebut. Burhan Bungin mendefinisikan iklan konsumen sebagai berikut: iklan konsumen adalah iklan yang digunakan untuk menawarkan barang dan jasa ke konsumen secara luas dengan menggunakan jasa media massa (Hafied Cangara, 2013:136).

Iklan outdoor dapat bertahan pada posisinya selama berminggu-minggu, berbulan-bulan atau malahan tahunan. Kebanyakan *billboard* atau papan reklame yang bercap atau yang dihiasi lampu kelap-kelip sengaja dimaksudkan sebagai perlengkapan iklan yang permanen. Jangka waktunya yang panjang, dalam posisinya yang mencolok memberi nilai plus pengulangan iklan dan memastikan ingatan penontonnya.

Iklan ini menggunakan iklan media luar ruang untuk menunjukkan bahwa kepada masyarakat. Media luar ruang dipilih karena dinilai sangat efektif untuk menyampaikan pesan dalam iklan tersebut. Lokasi strategis merupakan kunci keberhasilan pemasangan iklan media luar ruang, agar dapat memberikan rangsangan stimulasi visual secara langsung kepada khalayak public melalui pengaturan visual, seperti warna, gambar, serta layout. Elemen-elemen ini diatur sedemikian rupa menjadi sebuah satu kesatuan dan ditampilkan pada media luar ruang agar tampak menarik perhatian dan pesan-pesannya dapat tersampaikan secara tepat pada khalayak umum.

Media Luar Ruang ini dipasang di jalan raya yang memiliki aktifitas cukup padat di Kota Kupang. Ukuran media luar ruang ini sangat besar sehingga otomatis setiap pengguna jalan dapat melihat iklan ini secara jelas dan dapat memahami isi pesannya. Desain iklan ini juga simple untuk membuat setiap orang menoleh kepada iklan ini.