

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DATA**

#### **A. Deskripsi Obyek Penelitian**

##### 1. Profil PT Sidomuncul

###### a. Sejarah PT Sidomuncul

PT Sido Muncul adalah pabrik jamu tradisional dengan menggunakan mesin-mesin mutakhir. Berdiri pada tahun 1940 di [Yogyakarta](#), dan dikelola oleh Ny. Rahkmat Sulistio, Sido Muncul yang semula berupa industri rumahan ini secara perlahan berkembang menjadi perusahaan besar dan terkenal seperti sekarang ini. Pada tahun 1951, keluarga Ny. Rahkmat Sulistioningsih pindah ke Semarang, dan di sana mereka mendirikan pabrik jamu secara sederhana namun produknya diterima masyarakat secara luas. Karena semakin besarnya usaha keluarga ini, maka modernisasi pabrik juga merupakan suatu hal yang mendesak.

Pada 1984, PT. Sido Muncul memulai modernisasi pabriknya, dengan merelokasi pabrik sederhananya ke pabrik yang representatif dengan mesin-mesin modern.

Pada [11 November](#) 2000, PT Sido Muncul kembali meresmikan pabrik baru di [Ungaran](#) yang lebih luas dan modern. Peresmian dilakukan oleh [Menteri Kesehatan](#) waktu itu, dan pada saat itu pula PT Sido Muncul memperoleh 2 penghargaan sekaligus, yakni Cara

Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) setara dengan farmasi, dan sertifikat inilah yang menjadikan PT. SidoMuncul sebagai salah satu pabrik jamu berstandar farmasi. Lokasi pabrik sendiri terdiri dari bangunan pabrik seluas 7 hektar, lahan Agrowisata ,1,5 hektar, dan sisanya menjadi kawasan pendukung lingkungan pabrik.

Pada tanggal 10 Pebruari 2010 telah dilakukan peletakan batu pertama pembangunan pabrik bahan baku herbal seluas 3.000 m<sup>2</sup>.

Logo Jamu Sido Muncul yang berupa ibu dan anaknya adalah gambar Ny. Rahkmat Sulistio, pendiri Jamu Sido Muncul beserta cucunya, [Irwan Hidayat](#), saat itu berusia 4 tahun. Irwan Hidayat sejak tahun [1972](#) sampai sekarang adalah [Presiden Direktur](#) PT Sido Muncul.

b. Produk-Produk PT Sidomuncul

[Tolak Angin](#)

[Kuku Bima](#)

[Kuku Bima Ener-G](#) - [minuman energi](#)

[Permen Tolak Angin](#)

[New Hemorooa](#)- untuk wasir

[Fatraper](#)- menurunkan lemak dan kolesterol

[Kunyit Putih](#)- meningkatkan daya tahan tubuh

[Esemag](#)- membantu pengobatan mag

[Temulawak](#)- menjaga kesehatan hati

[Bilberry Carrot](#)- antioksidan mata

[Echinacea](#)- meningkatkan daya tahan tubuh

[Garlic](#)- menjaga kesehatan jantung

[Daun Dewa](#)- makanan tambahan penderita tumor dan kanker

[SM Prosta Plus](#)- untuk pembesaran prostat

[Suprasi](#)- melancarkan ASI

[Memory](#) - meningkatkan daya ingat

[Kunyit Asam](#)

[SidoMuncul Vitamin C1000 mg](#)

[Jahe Wangi](#)

[KukuBima Kopi Ener-G](#)

[KukuBima Kopi GInseng](#)

## 2. Profil Produk Kuku Bima Ener-G

Kuku Bima Ener-G adalah [merek dagang](#) dari [minuman energi](#) produksi [PT Sido Muncul](#). Produk minuman energi ini diluncurkan pada tahun [2004](#), dengan memunculkan para olahragawan, selebriti dan tokoh nasional, al. [Chris John](#), [Muhammad Rachman](#), [Ade Rai](#), [Donny Kusuma](#), [Rieke Dyah Pitaloka](#), [Vega Darwanti](#), [Trio Macan](#), [Mbah Maridjan](#), dll.

Dalam peluncurannya, Kuku Bima Ener-G memecahkan mitos bahwa minuman energi selalu berwarna kuning, dengan rasa yang serupa. Berbagai varian Kuku Bima Ener-G terdiri dari macam-macam rasa dan warna, dengan kandungan yang tak jauh dari produk serupa, yakni [kafein](#).



**Gambar 3.1**

### **Macam Varian Rasa Kuku Bima Energi**

a. Produk : Minuman suplemen bentuk serbuk

Merupakan minuman suplemen baik untuk diminum pria maupun wanita. Rasanya lebih enak, segar dengan berbagai macam pilihan rasa (original, anggur merah bali, jeruk pontianak dan jambu merah jakarta)

Mempunyai kandungan ginseng dan royal jelly yang lebih banyak dibanding produk sejenis. Ditambah dengan vitamin B12 yang berfungsi untuk tambah darah. Tanpa Pewarna dan Saccharine (Original). Produk tersebut menggunakan kemasan dus isi 6 sachet @ 4 gram (Original) dan isi 6 sachet @ 4,5 gram (Rasa Buah)

b. Komposisi :

Ekstrak Panax Radix (ginseng) setara dengan serbuk ginseng 300 mg

Royal Jelly 30 mg

Madu 100 mg

Taurine 1000 mg

1,3,7 trimethylxanthine (caffeine) 50 mg

Vitamin B2 5 mg

Vitamin B3 20 mg

Vitamin B6 5 mg

Vitamin B12 5 mcg

Aspartame (pemanis) 120 mg

Natrium Bikarbonat, Asam Sitrat, Flavour.

c. Khasiat dan kegunaan/*Efficacy* :

Sebagai suplemen yang bermanfaat untuk membantu memulihkan stamina dan menyegarkan tubuh

d. Aturan pemakaian/*Recommended serving* :

1 sachet dicampur dengan 200 ml air dingin. Diminum 3 sachet per hari.

e. Proses Pembuatan

Sebagai perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1951, SidoMuncul yang kini merupakan perusahaan herbal bertaraf modern senantiasa berupaya untuk memberikan produk-produk yang baik dan menyehatkan bagi seluruh konsumennya, dan dengan demikian memberikan nilai positif bagi masyarakat. Tak hanya mengandalkan bahan-bahan alamiah yang berkualitas tinggi dan segar, SidoMuncul juga sangatlah mementingkan basis penelitian, ilmu pengetahuan, dan teknologi dalam menjalankan proses-proses produksi dari setiap produk yang akan dijual, serta juga dalam bergerak maju untuk mengembangkan usahanya. SidoMuncul terus berkarya untuk menciptakan inovasi berupa temuan-temuan baru yang berkhasiat

tinggi bagi seluruh kalangan masyarakat. Oleh karena itu, SidoMuncul telah memperlengkapi pabriknya di Semarang, Jawa Tengah dengan berbagai fasilitas pendukung yang memenuhi standar farmasi. Beberapa fasilitas tersebut antara lain laboratorium yang bersertifikasi ISO 17025, fasilitas produksi berstandarisasi CPOB (Cara Pengolahan Obat yang Baik) dan CPOTB (Cara Pengolahan Obat Tradisional yang Baik), pengolahan air demineralisasi dan limbah, klinik holistik, dan lahan agrowisata.

SidoMuncul kini mengoperasikan delapan laboratorium yang menggunakan instrumen serta teknologi yang canggih untuk menciptakan produk-produk yang berkualitas tertinggi dan berkhasiat pasti. Kedelapan laboratorium tersebut masing-masing adalah laboratorium Instrumentasi, Mikrobiologi, Farmakologi, Formulasi, Farmakognosi, Stabilitas, Kultur Jaringan, dan Analisis Kimia (yang telah memperoleh sertifikat ISO 17025 sesuai akreditasi Komite Akreditasi Nasional dan Badan Standardisasi Nasional).

### 3. Deskripsi iklan

#### 3.1. Synopsis iklan

Iklan kuku bima pada umumnya menggambarkan tentang keindahan alam, keunikan, dan kebudayaan di Indonesia. Produsen sendiri sudah membuat beberapa iklan dengan menggunakan tema dan lokasi syuting yang berbeda-beda. Hal tersebut didasarkan pada

keinginan produsen untuk mengangkat potensi pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia. Baik dari keindahan alam, keunikan dan keragaman budaya tiap daerah, serta adat atau tradisi yang dimiliki oleh masing-masing daerah.

Salah satu iklan yang dimiliki oleh PT Sidomuncul adalah berlatar belakang Provinsi Papua dengan mengedepankan keindahan alamnya dan juga keunikan budaya yang diwakili oleh tarian Sajojo dan menampilkan salah satu suku asli di Papua beserta dengan kebudayaan dan adat yang mereka miliki.

Dalam iklan tersebut, selebriti yang dilibatkan adalah Chris John, Donny Kusuma, dan Shanti. Dalam iklan itu digambarkan para selebriti berinteraksi langsung dengan masyarakat asli Papua. Mulai dari berlari, naik perahu, dan bermain dengan anak-anak. Tarian Sajojo juga dilakukan tak hanya oleh masyarakat adat, tapi juga dilakukan bersama-sama dengan selebriti tersebut.

### 3.2. Durasi iklan

Iklan kuku bima energi ini memiliki durasi iklan yang cukup panjang, yaitu selama dua menit satu detik.

### 3.3. Linguistic

#### a. Gambar

Gambar yang digunakan untuk mendukung iklan tersebut, diantaranya keindahan alam papua, tarian sajojo, dan kebersamaan antara selebriti *endorsement* dengan masyarakat asli Papua

#### b. Suara

Suara dapat berupa nyanyian yang dinyanyikan dengan bagus oleh Shanti dan kalimat yang diucapkan oleh pengisi *voice over*

#### c. Tagline

*Tagline* terkenal dari iklan kuku bima energi adalah kata ROSA yang merupakan bahasa daerah Sleman Yogyakarta

## B. Deskripsi Data penelitian

### 1. Deskripsi data Visual

Dengan menggunakan model signifikasi dua tahap Roland Barthes, peneliti akan mengamati makna tanda-tanda yang digunakan di dalam iklan kuku bima energi versi tari Sajojo yang meliputi elemen visual dan audio.

### 1. Penyajian Data iklan Visual

#### *Scene 1*





**Gambar 3.2**  
**Rangkaian gambar scene 1**

| Visual  | Audio                                      | Dialog/narasi                 |
|---|--|-------------------------------|
| Orang asli papua sedang memandang alam sekeliling | Suara alat music awal dari <i>backsong</i> | Papua, bumi yang penuh berkah |

**Table 3.1**

**Analisis Scene 1**

Dalam mencari kebenaran di balik sebuah tanda, Barthes menggunakan dua tahap untuk mengetahui makna yang terkandung di dalamnya. Tahap pertama adalah menemukan penanda dan petandanya. Tahap ini lebih melihat tanda secara denotatif. Tandanya adalah seseorang yang sedang berdiri dan terdapat gambar pulau. Sedangkan penandanya digambarkan bahwa orang itu sedang mengawasi keadaan di sekelilingnya. Dari hal tersebut didapatkan makna denotasi seseorang dengan pakaian adatnya sedang melihat ke ser tempat yang di tinggali.

Sedangkan tahap kedua dalam teori Roland Barthes disebut dengan tahap konotasi. Yaitu melihat makna yang ada dibalik tanda tersebut. Secara konotatif *scene* diatas dapat diberi makna bahwa orang tersebut bangga dengan apa yang dimilikinya dan tempat yang dia tinggali. Melihat begitu indahny alam yang mendampinginya. Keindahan yang tercermin dalam

scene tersebut berbeda dengan yang ada di tempat lain. Dengan kenyataan seperti itu, tidak bisa dipungkiri bahwa Papua memiliki potensi yang besar dalam bidang pariwisata. Selain menawarkan keindahan alam, orang tersebut juga mengenakan pakaian adatnya, suku asli di Papua. Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka bangga akan adat yang mereka miliki, dan mereka akan terus mempertahankannya.

Laurence M. Gould mengutip pendapatnya Coleridge dalam wukmir dan gopinatha sebagai berikut; “keindahan adalah kesatuan dan keanekaan” jika melihat adalah kasatuan, maka mungkin yang dimaksud adalah pengamatan, perasaan, pemikiran, dan penginderaan pandangan serta sasaran tujuan, kepada obyek yang dikatakan indah. Selanjutnya keanekaan keindahan, mungkin juga yang dimaksud adalah berbagai macam bentuk keindahan yang tercakup di dalam sejumlah obyek yang dikatakan indah.

Hasil survei *World Economic Forum (WEF)* 2012 menempatkan keindahan alam Indonesia di peringkat enam dunia.<sup>31</sup> hal ini adalah modal besar untuk mengembangkan pariwisata karena siapapun tahu bahwa pantai dan laut yang terindah di dunia ada di Indonesia. hal tersebut tentunya sayang jika tidak dikembangkan menjadi salah satu cara untuk menambah devisa Negara melalui dunia pariwisata.

Dalam iklan tersebut juga menunjukkan sosok laki-laki asli Papua, yang diwakili oleh Suku Dani yang memiliki penampilan fisik kekar dan kuat. itu menggambarkan bahwa para lelaki Suku Dani memiliki kekuatan

---

<sup>31</sup> <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/06/10/mo5tup-keindahan-alam-indonesia-peringkat-enam-dunia> diakses pada tanggal 05 Juli 2013

lebih dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya. Serta kemampuan dan keterampilan yang lebih. Hal tersebut dibutuhkan untuk mempertahankan diri dan mempertahankan hidup dari ancaman bahaya hidup di alam, dan mungkin bahaya yang bisa datang dari suku lainnya. Karena pertikaian antarsuku di Papua terkadang sulit untuk dihindari.

**Scene 2**



**Gambar 3.3**  
**Rangkaian Gambar Scene 2**

| Visual  | Audio          | Dialog/narasi               |
|---|----------------|-----------------------------|
| Shanty sedang meniup kerang, dan kemudian berteriak | Suara terompet | Papua, penuh potensi Sajojo |

**Tabel 3.2**  
**Analisis Scene 2**

Pada *scene* yang kedua, terlihat salah satu ambassador dari iklan Kuku Bima energi, yaitu Shanty. Makna denotasi yang terkandung adalah bahwa Shanty sedang meniup kerang dan beberapa saat kemudian dia meneriakkan kata Sajojo. Kata tersebut adalah kata pertama dalam lagu yang dijadikan backsong untuk iklan ini.

Pada tahap konotasinya, meniup kerang menimbulkan suara yang indah. Dan terdengar dari jarak tertentu. Jika mendekatkan mulut kerang ke telinga, maka orang tersebut bisa mendengar suara laut. Selain itu, kerang juga bisa dimaknai sebagai salah satu hasil laut dari papua yang bisa berpotensi sebagai bahan kerajinan yang bernilai ekonomi. Pada gambar kedua, saat Shanty meneriakkan kata Sajojo menunjukkan sebagai identitas. Identitas yang dimaksud adalah menunjukkan bahwa mereka sedang berada di tanah Papua. Sajojo merupakan salah satu kata dari bahasa asli yang digunakan di tanah papua.

Identitas juga dapat diartikan sebagai kondisi atau keadaan untuk menjadi sesuatu yang khusus atau spesifik sehingga bisa dibedakan dengan sesuatu yang lain. Sedangkan nasional berasal dari bahasa inggris, yaitu kata "*national*" yang memiliki arti kebangsaan, dalam negeri, domestik, atau lokal<sup>32</sup>. Dalam hal ini, kata Sajojo merupakan salah satu kata yang berasal dari bahasa setempat, yaitu bahasa salah satu suku yang mendiami Provinsi Papua, dengan kata yang khas dan berbeda dengan bahasa yang dimiliki oleh daerah lain, itu menunjukkan bahwa kata tersebut berasal dari Papua. Dimana kata tersebut tidak ditemukan di daerah lain.

---

<sup>32</sup> <http://likulros.blogspot.com/2012/10/identitas-nasional.html> diakses pada tanggal 05 Juli 2013

### Scene 3



**Gambar 3.4**  
**Rangkaian Gambar Scene 3**

| Visual  | Audio                       | Dialog/narasi |
|---|-----------------------------|---------------|
| Shanty melihat beberapa warga suku asli papua sedang menari | <i>Backsong</i> lagu sajojo | -             |

**Tabel 3.3**  
**Analisis Scene 3**

Pada scene ini makna denotasinya terletak pada saat Shanty datang dan melihat beberapa warga suku asli Papua menari bersama. Melihat hal tersebut, Shanty menjadi tertarik dan ikut menari bersama yang lainnya. Setelah menari, Shanty dan yang lainnya minum-minuman bersama. Alunan music, pakaian unik, dan gerakan badan mengiringi tarian warga suku papua yang bernama tarian sajojo, dan Raut kegembiraan muncul ketika melakukan hal yang sudah menjadi tradisi, hal yang merupakan sebuah warisan.

Pemaknaan tahap kedua, yaitu tahap Konotasi dimana Shanty yang melihat orang-orang menari merasa tertarik sehingga dia mengikuti irama dan tarian dari yang lainnya. Berbeda penampilan atau perbedaan asal dan latar belakang tidak menghalangi seseorang untuk belajar dan ikut melakukan apa yang dilakukan orang lain. Tarian bukan hanya menjadi suatu hal yang harus dilestarikan oleh suku darimana asal tarian tersebut. Tapi, semua pihak juga harus bisa menjaga warisan tersebut. Di akhir scene, terlihat Shanty minum bersama yang lainnya, dan tentunya itu adalah minuman Kuku Bima energi. Dalam scene ini, dimaknai bahwa setelah lelah menari, makan rasa haus yang ditimbulkan akan segera hilang dengan meminum Kuku Bima Energi.

Menggoyang-goyangkan tubuh merupakan symbol dari keceriaan dan juga kegembiraan menikmati musik yang mengalun mengiringi tarian tersebut. Sajojo biasanya digunakan sebagai tari penyambutan untuk para tamu yang hadir.

Namun, semakin kesini tari Sajojo mengalami perkembangan menjadi tari untuk menyambut para wisatawan yang datang untuk berkunjung. Manusia dalam hidup di dunia ini tidak bisa hidup sendiri, mereka selalu bersosialisasi atau senang berkelompok, pada dasarnya manusia diciptakan di dunia ini untuk saling mengenal satu sama lainnya, setelah saling mengenal satu sama lainnya akhirnya terjalin suatu ikatan tertentu, suatu ikatan tertentu terjadi karena banyak hal, bisa karena menemukan teman baru, bisa karena menemukan sesuatu hal yang baru, bisa pula karena mempunyai kecocokan yang sama atau hobi yang sama dsb. Dalam hal ini manusia biasanya setelah

saling mengenal akan berkumpul dan kemudian membentuk kelompok-kelompok sosial yang pada akhirnya akan membentuk suatu identitas pada kelompok-kelompok sosial di masyarakat. Teori mengenai identitas sosial yang digagas oleh Henri Tajfel dan John Turner bisa menjelaskannya. Menurut mereka, setiap orang cenderung mengelompokkan diri dalam berbagai grup sosial. Ragam kumpulannya sangat banyak. Kelompok bisa berasal dari kesamaan kelas sosial, minat atau hobi, hingga regional.<sup>33</sup> dalam hal ini, Shanty yang melihat kesamaan dirinya sebagai seorang penyanyi yang juga menampilkan *dance* dalam setiap penampilannya, merasa tertarik untuk ikut menari bersama dengan masyarakat.

#### *Scene 4*



**Gambar 3.5**  
**Rangkaian Gambar *Scene 4***

<sup>33</sup> <http://sosbud.kompasiana.com/2013/05/16/suatu-kebanggaan-akan-identitas-kelompok-kelompok-sosial-560673.html> diakses pada tanggal 05 Juli 2013

| Visual  | Audio                       | Dialog/narasi |
|---|-----------------------------|---------------|
| Beberapa warga suku asli menari sajojo diiringi oleh music, kemudian Donny kusuma datang dengan membawa bendera | <i>Backsong</i> lagu Sajojo | -             |

**Tabel 3.4**  
**Analisis Scene 4**

Makna denotatif yang ada pada *Scene* ini adalah suasana riang dimana beberapa warga suku asli Papua menari bersama. Tak lama kemudian datanglah Donni kusuma dengan membawa bendera Kuku Bima energi yang kemudian bergabung dengan warga tersebut.

Makna konotasinya penampilan yang berbeda tidak menghalangi seseorang untuk menjadi akrab dan menyapa, apalagi bergabung dengan mereka. Bendera yang dibawa oleh Donni kusuma secara tidak langsung menunjukkan kepada para pemirsa bahwa iklan yang sedang tayang adalah iklan Kuku Bima energi. Jelas bahwa tujuan dari iklan itu adalah untuk memasarkan produk minuman berenergi tersebut.

Pemilihan Donny Kusuma sebagai salah satu *Brand Ambassador* iklan bukan merupakan hal yang tanpa tujuan, tapi melihat bagaimana proporsi tubuh dari Doni Kusuma yang menggambarkan tentang kekuatan yang dimiliki oleh seorang laki-laki. Dengan kata lain memiliki tubuh yang sehat dan terlihat selalu bersemangat serta bisa melakukan pekerjaan apapun, termasuk berlari. Sama dengan pembahasan di *scene* sebelumnya, dimana seseorang bisa membuat kelompok karena kesamaan hobi atau minat, dalam

hal ini Doni kusuma yang merupakan seorang *public figure* dan seorang atlet, merasa dia bisa melakukan kegiatan yang sama dan bergabung dengan masyarakat lain untuk ikut menari. Karena bagaimanapun, menggerakkan badan adalah salah satu cara untuk menjaga kesehatan selain dengan berolahraga. tarian dengan menggunakan lagu dengan tempo yang cepat, sama artinya dengan melakukan kegiatan senam.

**Scene 5**



**Gambar 3.6**  
**Rangkaian Gambar Scene 5**

| Visual  | Audio                       | Dialog/narasi |
|---|-----------------------------|---------------|
| Chris John sebagai salah satu bintang iklan membantu salah satu warga suku asli Papua untuk naik ke | <i>Backsong</i> lagu Sajojo | -             |

|                          |  |  |
|--------------------------|--|--|
| tempat yang lebih tinggi |  |  |
|--------------------------|--|--|

**Table 3.5**  
**Analisis Scene 5**

Dari scene tersebut dapat dijelaskan bahwa makna denotasinya adalah Chris John yang sedang menolong warga suku asli Papua dengan senang hati.

Makna konotasinya adalah menolong orang lain tidak melihat darimana orang itu berasal. Walau beragam suku yang ada di Indonesia, tetapi sebagai bangsa yang satu yaitu Bangsa Indonesia, tidak ada perbedaan pada setiap individu. Tidak melihat darimana dia berasal dan bagaimana cara berpakaian.

Manusia dalam hidup di dunia ini tidak bisa hidup sendiri, mereka selalu bersosialisasi atau senang berkelompok, pada dasarnya manusia diciptakan di dunia ini untuk saling mengenal satu sama lainnya.<sup>34</sup> Saling tolong menolong dan melakukan hal bersama-sama tanpa memandang latar belakang adalah salah satu hal yang seharusnya dilakukan sebagai seorang manusia. Manusia tidak diciptakan sama rata, tetapi diciptakan dengan perbedaan dan kekurangan yang nantinya akan mendorong manusia untuk belajar saling menghargai apa kelebihan dan kekurangan orang lain.

Chris John sebagai salah satu *Brand Ambassador* terkenal sebagai seorang petinju yang mampu mempertahankan gelar beberapa kali. dan itu menunjukkan kekuatan sebagai seorang laki-laki. Dimana dia bis

---

<sup>34</sup> <http://sosbud.kompasiana.com/2013/05/16/suatu-kebanggaan-akan-identitas-kelompok-kelompok-sosial-560673.html> diakses pada tanggal 05 Juli 2013

amenghadapi dan menjatuhkan lawan-lawannya serta bagaimana untuk melindungi diri mereka.

**Scene 6**



**Gambar 3.7**  
**Rangkaian Gambar Scene 6**

| Visual   | Audio                                | Dialog/narasi |
|--|--------------------------------------|---------------|
| Anak-anak mandi di sungai, Shanty melihatnya. Tak lama anak-anak menghampirinya, dan kemudian berjalan bersama-sama. | Suara air<br>Suara tertawa anak-anak | -             |

**Tabel 3.6**  
**Analisis Scene 6**

Makna denotasi yang terdapat dalam *scene* diatas adalah beberapa anak suku ali papua sedang mandi di sungai. Secara kebetulan Shanty melihatnya. Kemudian anak-anak tersebut menghampiri Shanty dan mereka berjalan bersama.

Sedangkan makna konotasinya adalah menunjukkan bahwa anak-anak tetaplah anak-anak. Tak peduli dari suku apa mereka berasal, tapi mereka tetaplah anak yang suka bermain dan tertarik dengan hal yang baru dan menyenangkan untuk mereka.

Suara air yang terdengar menunjukkan bahwa air itu telah tersibak karena ada benda yang jatuh ke adalamnya. dan dalam hal ini digambarkan bahwa anak-anak Papua sedang mandi di danau. danau di Papua memiliki air yang masih jernih, sama dengan air yang ada di lautnya. Shanty sebagai salah satu *Brand Ambassador* memiliki kesempatan untuk bercengkeramah dengan anak-anak tersebut. Melihat bagaiman anak-anak menikmati hari-hari mereka dengan bermain. tempat bermain mereka adalah di hutan yang berada di ser tempat tinggal mereka. Hutan yang masih alami dengan pohon-pohon hijau yang menggambarkan keasrian dan keaslian hutan yang masih belum terjamah oleh tangan manusia. hutan yang memiliki kualitas oksigen yang baik bagi siapa saja yang tinggal di dalamnya. Namun, yang perlu diperhatikan adalah hutan tidak selalu aman dari gangguan terutama hewan buas. Dalam iklan ini menunjukkan bagaimana keberanian anak-anak bermain di luar area pedesaan mereka walau ada bahaya yang bisa mengancam mereka kapan saja.

Scene 7



Gambar 3.8

Rangkaian Gambar Scene 7

| Visul   | Audio                       | Dialog/narasi |
|---|-----------------------------|---------------|
| Chris John, Shanty, Donni Kusuma datang bersama dengan anak-anak mengunjungi desa adat. Chris john belajar tari perang, Shanty bercanda bersama anak-anak, dan semuanya larut dalam kegembiraan | <i>Backsong</i> lagu Sajojo | -             |

Table 3.7

Analisis Scene 7

Chris John bersama seorang anggota suku asli Papua. Chris John belajar tarian perang dengan membawa tombak dari salah satu masyarakat asli Papua. Adegan ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan apapun jika ingin belajar sesuatu. Chris John menunjukkan bahwa dia juga bisa belajar tarian daerah seperti tarian perang dari Papua.

Hal ini menunjukkan makna konotasi dimana budaya itu bisa dipelajari, dan untuk mempelajari budaya lain bukanlah suatu hal yang dilarang. Dengan mempelajari budaya yang dimiliki suku lain, secara tidak langsung juga telah ikut melestarikan budaya tersebut.

Belajar budaya tak terbatas pada darimana dia berasal, tapi seseorang bisa belajar budaya lain untuk menambah pengetahuan. Belajar merupakan hal yang wajib bagi manusia, dan itu tidak terbatas pada waktu, ruang, tempat, adat, dan budaya. Pada *scene* ini, laki—laki anggota suku Dani di Papua menunjukkan bagaimana keterampilan mereka dalam memegang senjata. dan salah satunya adalah tombak. Tombak merupakan senjata tradisional yang masih dipakai oleh masyarakat asli Papua selain panah. dalam *scene* tersebut juga ditunjukkan betapa kuat dan perkasanya lelaki suku Dani yang tergambar dari otot-otot yang mereka miliki.

Dalam suatu proses belajar mengenal suatu budaya seorang individu mempelajari dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat-istiadat, sistem norma, serta peraturan-peraturan yang hidup dalam kebudayaannya. Seorang individu dalam hidupnya juga sering meniru dan

membudayakan berbagai macam tindakan setelah perasaan dan nilai budaya yang memberi motivasi akan tindakan meniru itu telah diinternalisasi dalam kepribadiannya.<sup>35</sup> Dalam hal ini, semua *brand ambassador* bergabung dengan kelompok masyarakat suku Dani untuk mengenal lebih dekat tentang kebudayaan yang dimiliki oleh mereka.

**Scene 8**



**Gambar 3.9**  
**Rangkaian Gambar Scene 8**

| Visual               | Audio                       | Dialog/narasi      |
|----------------------|-----------------------------|--------------------|
| Seorang warga meniup | <i>Backsong</i> lagu Sajojo | Indahnya negeriku, |

<sup>35</sup> <http://bintangriyadi.blogspot.com/2008/01/dinamika-masyarakat-dan-kebudayaan.html> diakses pada tanggal 05 Juli 2013

|   |  |                                 |
|---|--|---------------------------------|
| cangkang kerang, dan mulai menari bersama dengan ppada ambassador produk Kuku Bima Energi |  | indahny Indonesia, kebanggaanku |
|---|--|---------------------------------|

**Tabel 3.8**

### ***Analisis Scene 8***

Makna denotasinya. Donny kusuma, Shanty, dan Chris John menari bersama masyarakat asli papua. Kegembiraan menari bersama para selebriti dengan masyarakat asli papua menarikan tarian sajojo. Para selebriti menunjukkan bahwa mereka juga bisa menari bersama dengan suku asli papua.

Sedangkan makna konotasinya tidak ada perbedaan antara para selebriti dan masyarakat asli papua. mereka bisa menyatu dengan warga suku dengan melakukan tarian bersama.. Keberagaman bukanlah hal yang sulit untuk disatukan jika mau untuk menghilangkan perbedaan tersebut dan mencoba untuk menjadi satu. Budaya seperti tarian bisa dipelajari, dan itu tidak terbatas siapa yang belajar, dan apa latar belakang mereka. Salah satu cara untuk mengenal dan melestarikan budaya adalah dengan belajar untuk melakukannya.

Suara kerang terdengar dan kemudian masyarakat suku Dani mulai berkumpul. Biasanya suara tersebut menandakan bahwa itu adalah tanda perintah untuk berkumpul dan melakukan adat mereka.

Nasib budaya ini bergantung dengan apa yang dilakukan.<sup>36</sup> Jika masyarakat Indonesia tidak mempunyai kepedulian terhadap apa yang mereka miliki sebagai suatu bangsa yang memiliki beragam kebudayaan yang tidak sedikit jumlahnya, tidak salah jika bangsa lain mengklaim budaya tersebut sebagai budayanya. Dan yang lebih parah lagi, ketika budaya tersebut sudah diklaim oleh bangsa lain, masyarakat berbondong-bondong melayangkan protes bahwa itu merupakan budaya milik mereka. tentu saja hal ini tidak boleh terulang, walau budaya tersebut berasal dari suku lain, tapi budaya tersebut tetaplah milik Bangsa Indonesia, bukan hanya milik golongan tersebut.

*Scene 9*



**Gambar 3.10**  
**Rangkaian Gambar *Scene 9***

| Visual   | Audio                       | Dialog/narasi          |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Ketiga ambassador berdiri di depan warga ali papua | <i>Backsong</i> lagu Sajojo | Kuku bima energi, Rosa |

**Table 3.9**

<sup>36</sup> <http://najibnasich.blogspot.com/2013/04/wujudkan-rasa-cinta-akan-budaya.html> diakses pada tanggal 05 Juli 2013

## ***Analisis Scene 9***

Makna denotative dari scene ini adalah berdiri bersama dalam satu tanah lapang dan di bawah langit yang sama. Adegan diatas menunjukkan bahwa itu adalah tujuan dari iklan ini.yaitu mempromosikan produk. Para selebriti dan warga suku asli berdiri bersama-sama, namun yang diutamakan adalah para selebriti yang berdiri lebih di depan daripada warga suku asli papua.

Makna konotatifnya adalah bahwa bukan hanya orang-orang yang berpenampilan modern, terkenal, dan hidup di perkotaan saja yang bisa meminum minuman tersebut, bahkan warga asli papua yang hidup di pedalaman juga minum minuman tersebut. Ini berarti bahwa Kuku Bima energi adalah produk minuman yang bisa diminum oleh semua kalangan tak peduli darimana mereka berasal.

Keberagaman dapat disatukan dengan melakukan hal yang sama secara bersama-sama. Tidak mudah untuk menyatukan keberagaman, tapi itu bukanlah hal yang mustahil dilakukan. manusia yang pada hakikatnya sebagai makhluk yang universal memiliki tetapi perwujudan yang beraneka ragam, ada persamaan tapi ada pula perbedaan, ada kelemahan akan tetapi ada keunggulan yang diungkapkan secara tidak seragam.

### 2. Penyajian data Audio dan *Tagline*

#### a. Lagu *backsong*

Sajojo, sajojo

Yumanampo misa papa

Samuna muna muna keke

Samuna muna muna keke

Sajojo, sajojo

Yumanampo misa papa

Samuna muna muna keke

Samuna muna muna keke

Kuserai, kusaserai rai rai rai rai

Kuserai, kusaserai rai rai rai rai

Inamgo mikim ye

pia sore, piasa sore ye ye

Inamgo mikim ye

pia sore, piasa sore ye ye

Sajojo adalah lagu yang berkisah tentang perempuan cantik dari desa. Perempuan yang dicintai ayah dan ibunya Dan sangat di puja oleh para lelaki di desanya itu. dia menjadi dambaan bagi para pria untuk bisa berjalan-jalan bersamanya. Lagu ini merupakan lagu daerah Papua

yang juga digunakan untuk mengiringi senam di tanah Papua bahkan di seluruh tanah air Indonesia.

Namun dalam iklan ini makna konotasi dari lagu tersebut adalah sebagai identitas tanah Papua sendiri. Hal tersebut diketahui dari bahwa yang digunakan dalam lagu tersebut. Lagu dengan irama ceria yang cocok untuk dijadikan background dari iklan ini. Dimana dalam iklan ini menggambarkan suasana keceriaan dan kebersamaan.

Bangsa Indonesia memiliki banyak perbedaan. Akan tetapi, bangsa Indonesia juga memiliki banyak persamaan. Beragamnya perbedaan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang memiliki berbagai suku bangsa yang mempunyai adat, kebiasaan, dan bahasa tersendiri, membuat orang memiliki suatu identitas. Dengan bahasa dan aksen yang dimiliki oleh seseorang, maka orang lain dapat dengan mudah mengetahui darimana asal lawan bicaranya.

b. Narasi

1. Papua, bumi yang penuh berkah

Papua adalah nama sebuah provinsi di Indonesia. Tanah yang diberkahi dengan keindahan alam yang unik dan masih terjaga kelestariannya. Keindahan Papua yang ditunjukkan dalam iklan ini menunjukkan bahwa Papua menyimpan banyak sekali hal yang menjadikannya sebuah berkah yang tidak dimiliki oleh daerah lain, keindahan alam dan keunikan budaya yang dimiliki merupakan suatu berkah tersendiri

bagi provinsi Papua. Dan berkah ini bisa dimanfaatkan untuk mendorong kemajuan perkembangan dan pembangunan di papua.

2. Papua, penuh potensi

Letaknya yang berada di ujung timur Indonesia membuat Provinsi papua menjadi salah satu wilayah yang proses pembangunannya lambat. Namun, lambatnya pembangunan di papua tidak membuat Papua kehilangan potensinya. Dalam iklan ini ditunjukkan bahwa sebenarnya Papua memiliki potensi yang besar dalam bidang pariwisata. Terlihat dari keindahan alam dan juga budaya asli yang dimilikinya.

3. Indahnya negeriku, indahnya Indonesia, kebanggaanku

Tidak salah jika Indonesia menjadi salah satu tempat tujuan wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, keindahan dan keberagaman budaya di Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia patut untuk diperhitungkan keberadaannya termasuk di dunia pariwisata. Sebagai penduduk Indonesia, hal tersebut merupakan suatu kebanggaan yang tak dapat ditukar dengan apapun.

c. *Tagline*

‘ROSA’

Tagline tersebut diambil dari bahasa jawa, tepatnya dari daerah Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kata tersebut memiliki arti 'kuat'.

Sedangkan makna konotatifnya terletak pada tujuan dari minum minuman tersebut, yaitu jika minum Kuku Bima energi maka rasa capek akan segera hilang dan membuat peminum bersemangat lagi untuk melakukan pekerjaan lainnya.