

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Data Hasil Temuan

Dari analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya ada beberapa hal yang ditemukan yaitu :

- a. Iklan ini menggunakan tema budaya sebagai daya tarik konsumen
- b. Budaya yang digunakan adalah budaya asli Papua dengan melibatkan langsung masyarakat suku asli pedalaman.
- c. *Setting* yang diambil juga berada di Provinsi Papua. Dengan mengeksplor segala keindahan alam dan keunikan masyarakatnya yang bisa dijadikan sebagai potensi pariwisata.
- d. Indonesia tak hanya tergambar dari kehidupan masyarakatnya yang terpusat di Pulau Jawa, tapi Indonesia memiliki ribuan pulau dengan budaya dan keunikan yang berbeda yang mungkin jumlahnya mencapai ribuan.
- e. Suku Dani adalah suku yang ditampilkan dalam iklan ini. Suku Tersebut terkenal dengan kekuatan dan kemampuan berperang yang mereka miliki. Mereka bertempat tinggal di Lembah Baliem.

Selain beberapa hal diatas, dalam iklan ini juga terkandung penanda dan petanda seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya.

1. Penanda

Penanda merupakan aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau di dengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Penanda data berupa bunyi atau coretan yang bermakna. Penanda dalam iklan ini adalah segala sesuatu yang mempunyai makna yang dapat berupa suara, dialog, tulisan, *body language*, properti ataupun setting.

a. Penanda berupa suara

Penanda berupa suara terbagi atas penanda berupa suara backsong dan juga suara narasi selama iklan berlangsung. Yaitu suara kerang, suara air, lagu sajojo, dan narasi “papua bumi yang penuh berkah”, “papua penuh potensi”, indahnyanya negeriku, indahnyanya Indonesia, kebanggaanku” dan tagline produk yaitu “ROSA”.

b. Penanda yang berupa adegan

Meliputi adegan yang dilakukan oleh *actor* dan aktris dalam iklan.

c. Penanda berupa penampilan

Penampilan yang dimaksud adalah cara mereka berpakaian dan apa yang menjadi pelengkapnyanya.

2. Petanda

Petanda merupakan gambaran mental, pikiran, atau konsep. Dengan kata lain adalah aspek mental dari bahasa. Suatu tanda dibentuk dari penanda dan petanda. Penanda tanpa petanda tidak berarti apa-apa dan karena itu tidak merupakan tanda. Jadi, petanda yang terdapat dalam iklan

ini adalah back sound, suara narasi dan tagline, apa yang dipakai oleh actor dan aktris, actor dan aktris yang menari bersama.

B. Makna yang Terkandung dalam Obyek Penelitian

1. Makna Denotasi

Denotasi adalah makna paling nyata yang terdapat dalam sebuah tanda yang bersifat langsung berupa gambar dan denotasi merupakan apa yang digambarkan tanda terhadap subyek. Berdasarkan proses analisis di bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa makna denotasi yang terdapat dalam iklan Kuku Bima energi versi tari Sajojo sebagai berikut :

- a. *Brand ambassador* dalam iklan ini adalah tiga orang artis yang sudah mempunyai nama di bidang mereka masing-masing. Shanty sebagai penyanyi, Chris John sebagai olahragawan dan juga Doni Kusuma seorang olahragawan yang juga berkecimpung di dunia *entertain*.
- b. *Brand ambassador* dalam iklan digambarkan memiliki perbedaan dengan pemeran pendukung lainnya yang berasal dari Papua. Hal ini juga ditunjukkan oleh cara berpakaian yang berbeda. Hal tersebut juga menunjukkan status social dan kehidupan yang berbeda.
- c. *Brand ambassador* bercanda dan bergaul bersama suku asli Papua. Belajar menari dan menari bersama.
- d. Pengambilan gambar dilakukan di provinsi Papua. Menampilkan keindahan alam Papua yang memiliki potensi pariwisata serta

keunikan budaya berupa tarian, tempat tinggal, pakaian, dan bagaimana mereka menjalani kehidupan.

- e. Pada elemen audio, iklan ini menggunakan *backsong* lagu daerah selama penayangannya yang berjudul Sajojo. Dimana lagu ini berasal dari Biak dan biasa digunakan sebagai musik untuk melakukan senam.
- f. Narasi atau kalimat yang diucapkan oleh pengisi suara dan actor menggunakan bahasa Indonesia yang memberitahukan tentang potensi papua khususnya.

2. Makna Konotasi

Selain makna denotasi (nyata), dalam iklan ini juga ditemukan makna konotasi. Barthes menyebutkan bahwa Konotasi adalah signifikasi tahap dua yang memiliki makna subyektif dan intersubyektif. Konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemau dengan perasaan atau emosi serta nilai-nilai dari kebudayaan tempat munculnya tanda. Bila denotasi merupakan apa yang digambarkan tanda terhadap subyek, maka konotasi adalah bagaimana menggambarkannya.

Pada signifikasi tahap ini, ketiga aktor tersebut dianalogikan sebagai perwakilan dari kehidupan yang lebih modern dengan segala hal yang mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju. Ini tentu merupakan suatu hal yang dapat dilihat dimana sebagian penduduk Indonesia dengan penampilan mereka yang lebih modern dan mengikuti perkembangan yang ada di dunia khususnya dunia fashion. Sedangkan

penduduk asli Papua diplot untuk mewakili masyarakat yang hidup dengan mempertahankan tradisi yang mereka miliki. Tetap berpenampilan dengan pakaian adat mereka, tinggal di rumah yang menjadi ciri khas. Dan ini menunjukkan bahwa masih ada masyarakat Indonesia lainnya yang juga memilih untuk hidup di pedalaman jauh dari kemodernitasan.

Mengetahui perbedaan yang terjadi pada masyarakat Indonesia, dimana sentuhan modernitas yang seiring dengan perkembangan zaman lebih cepat terjadi dan terpusat di daerah pulau Jawa, sedangkan di wilayah lainnya perkembangan berjalan pelan. Hal tersebut juga berimbas pada pembangunan yang tidak merata di seluruh wilayah Indonesia. Tentunya hal itu menimbulkan akibat pada bagaimana cara atau gaya untuk bertahan hidup yang berbeda juga. Melihat perbedaan yang begitu besar diantara dua hal tersebut, tentunya merupakan suatu pekerjaan bagaimana agar kehidupan bangsa Indonesia menjadi lebih baik dan juga bisa menjangkau seluruh kalangan. Dari perbedaan tersebut tak jarang juga menimbulkan konflik yang diakibatkan oleh kecemburuan sosial.

Namun, dibalik perbedaan tersebut juga tersembunyi suatu pelajaran berharga. Yaitu tentang bagaimana menyikapi dan menghargai perbedaan tersebut bukan menjadi suatu masalah, tapi menjadi suatu kebanggaan.

Hal lain yang didapatkan dari proses analisis ini adalah Peluncuran iklan Kuku Bima Energi versi Tari Sajojo yang berasal dari Papua bertujuan agar masyarakat mencintai dan ikut melestarikan budaya bangsa

khususnya Tari Sajojo agar tidak di klaim oleh bangsa lain, karena ini merupakan salah satu aset negara . Pada tayangan iklan kali ini tergambar dengan jelas akan keindahan alam Papua

Secara keseluruhan, iklan ini ingin menunjukkan keberagaman yang dimiliki bangsa Indonesia, ingin memberitahukan kepada seluruh masyarakat Indonesia bahwa bangsa ini memiliki begitu banyak budaya, adat istiadat, serta hal-hal unik yang bisa diperkenalkan kepada dunia. namun di balik itu semua, sebenarnya yang harus dilakukan adalah bagaimana cara menjaga kebudayaan itu agar tetap lestari dan tidak lagi diklaim oleh bangsa lain.

Dalam iklan ini juga bisa menimbulkan rasa kebanggaan dan ikut memiliki sebagai bangsa Indonesia. Meski berasal dari tempat, adat, budaya, bahasa, dan hal-hal yang membedakannya, namun sebenarnya bangsa Indonesia adalah satu. Perbedaan bukanlah suatu pemisah, tapi mungkin perbedaan itu malah bisa menyatukan dan saling melengkapi satu sama lain.

C. Korelasi dengan Teori

Pakar ekonomi politik mengkaji kontrol elit dari institusi ekonomi seperti perbankan dan penyedia pasar dan kemudian mencoba menunjukkan bagaimana pengaruh kontrol tersebut pada berbagai institusi sosial lainnya, termasuk media massa. Dalam beberapa hal, pakar ekonomi politik menyetujui asumsi klasik marxisme yang bersumber dari dominasi

superstruktur. Mereka meneliti alat dan cara produksi dari institusi ekonomi, lalu mengharapkan institusi ini akan dapat membentuk media sesuai dengan kepentingan dan tujuan mereka. Misalnya, para ekonom politik telah menjelaskan bagaimana ketidakleluasaan media yang di batasi atau bias dari bentuk budaya massa yang diproduksi dan di sebarakan melalui media. Pakar ekonomi kurang memberi perhatian pada penelusuran mengenai bagaimana budaya massa mempengaruhi kelompok-kelompok khusus atau sub-sub kultur dan lebih tertarik untuk mendalami bagaimana proses isi produksi dan distribusi dibatasi.

Teori ekonomi politik media adalah bagian daripada teori makro. Teori ini merupakan nama lama yang dihidupkan kembali untuk digunakan dalam menyebutkan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi dari pada muatan (isi) ideologis media. Teori ini mengemukakan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur pemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Menurut tinjauan ini, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik.

Kualitas pengetahuan tentang masyarakat, yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar pelbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pasar, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan. Berbagai kepentingan tersebut berkaitan dengan kebutuhan untuk

memperoleh keuntungan dari hasil kerja media dan juga dengan keinginan bidang usaha lainnya untuk memperoleh keuntungan, sebagai akibat dari adanya kecenderungan monopolistis dan proses integrasi, baik secara vertikal maupun horizontal (sebagaimana halnya menyangkut minyak, kertas, telekomunikasi, waktu luang, kepariwisataan, dan lain sebagainya). Pendekatan yang memusatkan perhatian pada media sebagai proses ekonomi yang menghasilkan komoditi (isi).

Dalam iklan kuku bima energy, jelas terlihat jika iklan ini menggunakan keunikan budaya masyarakat Papua sebagai daya tarik utama untuk menarik konsumen. dengan menggunakan jasa dari para selebriti yang mempunyai nama besar dengan sifat yang mereka miliki. seperti Donny Kusumu yang merupakan atlet *baseball* dengan prestasi yang cukup baik, dan menjalankan pola hidup sehat. Shanty dengan keceriaan dan pola hidup yang baik dan dapat bergaul dengan siapa saja, sedangkan Chris John seorang atlet tinju yang telah mampu meraih dan mempertahankan juaranya. serta elemen lain mengapa produsen mengguankan Suku Dani sebagai model atau perwakilan dari suku-suku lain yang ada di Indonesia. mungkin hal tersebut karena Suku Dani dianggap lebih sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen sebagai wakil yang sesuai dengan tema Kuku Bima Energi. PT Sidomuncul memilih nama Kuku Bima Energi bukannya tanpa alasan melainkan pemilihan nama Bima diambil dari salah satu nama keturunan pandawa yang luar biasa Kuat, sehingga diharapkan orang yang minum produk ini akan memiliki kekuatan

luar biasa seperti Bima. Suku Dani menurut penilaian bisa mewakili karakter tersebut, dengan semangat, dan kerja keras serta kekuatan yang mereka miliki.