

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Wilayah Penelitian

Subyek analisis dalam penelitian ini yang dijadikan adalah iklan rokok A Mild Sampoerna versi orang pemimpi, sedangkan untuk obyek penelitian dalam penelitian ini adalah semiotika Roland Barthes, sedangkan wilayah dalam penelitian ini adalah profil rokok A Mild Sampoerna. Untuk lebih lanjutnya akan dijelaskan dibawah ini.

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah dan Profil PT. Sampoerna

1. Generasi Founding Father H. M. Sampoerna Tbk

Liem Seeng Tee adalah seorang warga keturunan China yang bermigrasi ke Indonesia tepatnya di Surabaya. Seeng Tee sudah ditinggalkan oleh kedua orang tuanya karena sakit sejak masih anak – anak. Ia diangkat anak oleh keluarga Cina di Bojonegoro Jawa timur. Dibawah kerasnya keadaan pada masa kerajaan ayah angkat Seeng Tee. Memperkenalkan Seeng Tee muda sistem perdagangan cina. Suatu perkenalan yang nantinya sangat berharga bagi masa depan Seeng Tee. Selama tinggal dengan keluarga asuhnya ini Seeng Tee

juga belajar berbicara bahasa mandarin maupun Hokian suatu *asset* yang sangat berharga baginya dimasa nanti.

Pada usia 11 tahun Seeng Tee mulai bekerjadi jalanan kereta api atau disebut juga tuna wisma. Seeng Tee menjajakan makanan yang dibawa dengan kain sarung untuk penumpang kelas bawah yang sedang melakukan perjalanan Jakarta – Surabaya. Selama 18 bulan penuh Seeng Tee bekerja di jalanan kereta api tanpa libur satu hari pun dan berhasil mengumpulkan uang untuk membeli sepeda bekas. Disinilah karakter bisnis Seeng Tee mulai terbentuk kerja keras dan disiplin. Pembelian sepeda ini sangat berarti bagi Seeng Tee muda karena sepeda ini memungkinkannya untuk memulai usaha baru menjajakan arang di jalan Surabaya. Pada era Surabaya ini lah bertemu seorang gadis cina Hokian 18 tahun Tse Ciang Min kemudian menikah dengan pernikahan sederhana pada tahun 1912. Sepanjang pernikahan mereka sang istri menjalankan berbagai macam peran sebagai ibu, istri, pengawas, *arbiter*, dan bendahara tidak resmi dari perusahaan. Mereka berdua tinggal di rumah bedeng di jalan gang Gembong, suatu hunian yang dibangun dibawah pintu-pintu batas. Atas desakan istrinya Seeng Tee mendapat pekerjaan tetap di kota lamongan sebagai peracik dan pelinting rokok di pabrik rokok kecil. Disinilah keahlian Seeng Tee dalam meraih tembakau mulai tampak. Enam bulan setelah pernikahan mereka Seeng Tee berhasil menyewa warung kecil di jalan

tangkaian pojok di Surabaya lama. Di warung tersebut mereka menjual berbagai macam kebutuhan pokok serta berbagai bentuk tembakau. Disamping itu Seeng Tee juga menjual tembakaunya dengan sepedanya.

Pada tahun 1913 usaha kecil Seeng Tee telah berkembang dan dijadikan badan hukum dengan nama Handel Maskapai Liem Seeng Tee dan dalam waktu singkat berubah menjadi PT. Handel Maskapai Sampoerna. Seusai perang dunia kedua nama itu berubah lagi menjadi PT. Hanjaya Mandala Sampoerna, untuk menggantikan nama Belandanya kedalam bahasa Indonesia namun tetap mempertahankan singkatannya sebelum perang yaitu H.M. Guna menampung bertambahnya dua anak perempuan dalam keluarga Cien (1921) dan Huwe (1926) mereka membeli secara tunai sebuah rumah dan gedung kecil di jl . Ngaglik no. 9, kemudian lahir anak perempuan yang ketiga Huwang, Seeng Tee membutuhkan tempat untuk keluarga dan usahanya yang lebih besar dan mutlak berada disatu lokasi.

Pada awal tahun 1940 perusahaan menghasilkan produksi lebih dari 3 juta perbatang perminggu dan hampir lebih dari 1300 karyawan wanita dipekerjakan untuk melinting rokok Dji Sam Soe. Akan tetapi semua itu musnah karena kedatangan Jepang di Surabaya. Enam jam setelah Jepang mendarat Seeng Tee ditahan semua harta dan kekayaan yang melimpah ruah dirampas, rumah dan pabrik dibakar.

Beruntunglah kedua anak laki-lakinya berhasil melarikan diri dan bersembunyi di pegunungan. Ciang Min bersama anak-anak perempuannya mengungsi ke Malang. Mereka bertahan hidup dari hasil penjualan perhiasan yang diizinkan diambil atas kebaikan hati seorang opsir Jepang. Sementara itu Seeng Tee dimasukkan ke camp kerja paksa di Jawa Tengah dan Jawa Barat.

Selama perang, pabrik mereka digunakan Jepang untuk memproduksi rokok Fuji yang digunakan bagi pasukan Jepang yang beroperasi di Jawa dan Indonesia bagian timur. Selesai perang pabrik porak poranda semua musnah yang tertinggal hanyalah merek Dji Sam Soe. Setelah perang Seeng Tee di bebaskan dari camp tawanan dan berkumpul lagi bersama keluarganya di Surabaya. Setelah mengambil alih rumah di Ngaglik Seeng Tee melaksanakan selamatan. Seeng Tee yang tidak pernah mengetahui tanggal lahirnya menyatakan bahwa tanggal 27 Agustus hari pelepasan dirinya dari penjara sebagai hari jadi pabrik dan pendirinya. Setelah kontak-kontak bisnis Seeng Tee dimasa jaya kembali datang untuk mensuplai tembakau cengkeh dan bahan baku lainnya, jaringan rokok jawa timur mulai menampakkan kakinya setelah absen dari pasar dan Dji Sam Soe sangat populer mulai kembali berjaya dipangsa pasar Jawa Timur. Tahun 1949 pabrik kembali beroperasi. Dua tahun kemudian pabrik berhasil memproduksi lebih dari 3 juta sigaret kretek tangan (SKT) maupun sigaret rokok

mesin (SKM) perminggu. Tahun 1955 Ciang Min meninggal karena diabetes. Setahun setelahnya tepatnya tanggal 10 Agustus 1956 Seeng Tee juga meninggal karena serangan jantung di usia 63 tahun²⁵.

2. Generasi Aga Sampoerna

Saat pertama kali HM Sampoerna ditinggal oleh sang Founding Father dalam keadaan nyaris bangkrut, Aga Sampoerna, berbekal merek DJi Sam Soe, melakukan *turnaround* fantastis dengan mengadaptasikan perusahaan ke pasar rokok kretek yang saat itu tampak kurang menjanjikan tapi berpeluang besar untuk dikembangkan. *Turnaround* ini terbukti menyelamatkan Sampoerna dari kebangkrutan masa itu.

3. Generasi Putera Sampoerna

Demikian juga yang dilakukan oleh Putera Sampoerna pada saat beliau memprediksi dengan tepat pesatnya perkembangan rokok di masa depan dengan mempersiapkan 3 *milestone* penting yang menjadi dasar lepas landasnya Sampoerna di era 80 dan 90-an. Mengenai hal ini, Putera Sampoerna sendiri berkata, “Pahamilah lingkungan anda, apa yang bisa anda lakukan dengannya, dan bila tidak ada yang bisa anda lakukan? Ubahlah!?”. Ini masa *hypergrowth* Sampoerna, yang berhasil tumbuh menjadi 38 kali lipat dalam kurun waktu 10 tahun.

²⁵ Dokumentasi dai Museum Graha Sampoerna

4. Perpindahan Pemegang Saham ke Philip Morris Indonesia

Pada Maret 2005, Sampoerna Group melakukan gebrakan bisnis dengan melepas 33% sahamnya atas nama Putera Sampoerna kepada Philip Morris. Dengan harga banderol saham Rp. 10.600,- perlembar, Putera Sampoerna mendapatkan 20% diatas harga pasar. Jadi, dengan melepas 33% saham Sampoerna yang dimiliki Putera melalui Dubuis Holding, ia mendapatkan dana senilai Rp. 18,56 triliun²⁶. Akuisisi saham PT. HM Sampoerna sebesar 96,76% telah diambil alih oleh Philip Morris. Untuk mendapatkan saham sebesar itu, Philip Morris telah mengeluarkan total dana sekitar Rp. 45,3 triliun. Perinciannya, sebesar Rp. 18,6 triliun dibayarkan kepada Keluarga Sampoerna dan beberapa pemegang saham lainnya, selebihnya Rp. 26,7 triliun dibayarkan untuk pemegang saham yang menjual dalam penawaran tender²⁷. Transaksi saham ini juga menjadi deal bisnis terbesar sepanjang sejarah akuisisi di Indonesia. Akuisisi Philip Morris terhadap Sampoerna dilanjutkan dengan mengambil alih seluruh sisa saham yang tersisa di bursa lewat proses *tender offer*.

Dengan demikian, total investasi Philip Morris di Indonesia mencapai US\$ 5,2 miliar atau sekitar Rp. 48 triliun. Itu sudah termasuk utang Sampoerna sekitar Rp. 1,5 triliun. Masuknya Philip

²⁶ VISI NEWS IX, *Berebut Harumnya Asap Rokok*”, (Juni,2005), hal. 17

²⁷ *Ibid*, hal. 9

Morris diperkirakan akan memperkuat fundamental pabrik rokok yang pada 2004 menjadi terbesar kedua di Indonesia dari sisi juga akan memperkuat permodalan, distribusi, teknologi, dan penguasaan pasar. Ini tidak mengherankan, mengingat Philip Morris adalah perusahaan rokok terbesar di dunia dengan pangsa pasar sekitar 14,5% , pada 2004, anak usaha Altria Group Inc., ini juga membukukan penjualan sekitar US\$ 39,5 miliar dengan laba usaha US\$ 6,6 miliar. Akuisisi terhadap Sampoerna ini akan meningkatkan kinerja Philip Morris International sebagai perusahaan rokok terbesar di dunia²⁸. Philip Morris sendiri merupakan produsen rokok terbesar di dunia yang memiliki 44 pabrik yang tersebar di berbagai negara. Volume penjualannya mencapai 761,4 miliar batang atau setara 14,5% pangsa pasar rokok dunia²⁹.

Perusahaan dan Pabrik-pabrik H. M. Sampoerna Tbk

Kantor Pusat & Pabrik Unit I:

Jalan Rungkut Industry Raya No. 14-18

Surabaya 60293, Jawa Timur

Telp/Fax (031) 8431699 (16 lines) / (031) 8430986

Telex – 33234 SAMPRN IA

P.O. Box – 27/SBS/60401,234/SBS/60401

²⁸ *Ibid*, hal. 17

²⁹ *Ibid*, hal. 9

Website – <http://www.sampoerna.co.id>

Cabang Jakarta:

Plaza BAPINDO, Menara Roman I, 18th Floor

Jalan Jend. Sudirman Kav. 54-55, Jakarta Pusat

Telp / Fax (021) 5266287 (hunting) / (021) 5266646, 5266656

Pabrik-pabrik

- a. Jalan Taman Sampoerna No. 6, Surabaya, Jawa Timur
- b. Jalan Kalirungkut No. 9 – 11, Surabaya Jawa Timur
- c. Jalan Kedung Baruk No. 25, Surabaya, Jawa Timur
- d. Jalan Industri No. 2, Malang, Jawa Timur
- e. Jalan Letjend. S. Parman No. 44, Malang, Jawa Timur
- f. Jalan Raya Surabaya – Malang Km. 51.4, Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur

b. A Mild Sampoerna

1. Rokok Mild

Dalam mengantisipasi ketentuan kadar minimal tar dan nikotin sesuai dengan ketentuan PP No.81/1999, dan PP No. 38/2000, beberapa produsen rokok mulai memproduksi rokok dengan kadar tar dan nikotin yang rendah. Jenis rokok seperti itu dikenal dengan nama rokok mild.

Di antara sekian produsen rokok mild yang ada sekarang, Sampoerna A Mild merupakan rokok kretek pertama di Indonesia

(1989) yang memiliki keunikan kadar tar dan nikotin paling rendah bila dibandingkan dengan rokok kretek merek lainnya. Kehadiran A Mild diharapkan cocok untuk mereka yang tetap ingin merokok tapi tidak ingin terlalu banyak diracuni nikotin.

Untuk mendapatkan rokok dengan kadar tar dan nikotin rendah yakni maksimal 20 mg tar dan 1,5 mg nikotin, perusahaan rokok umumnya menggunakan mesin khusus yang harganya relatif cukup tinggi yakni mencapai sekitar Rp. 36 milyar. Mahalnya harga mesin inilah yang menjadi kendala bagi produsen rokok menengah dan kecil.

Namun menurut hasil penelitian, untuk menurunkan kadar nikotin dan tar ini dapat dilakukan juga dengan berbagai cara antara lain mengurangi diameter rokok, penggunaan tembakau sintetis, menggelembungkan tembakau, penggunaan filament yang lebih halus, dan penambahan karbon aktif.

Salah satu cara yang dikembangkan yaitu menggunakan filter khusus yaitu *active charcoal filter* (ACF) seperti yang dilakukan PT. Alam Indomegah yang memproduksi rokok kretek mild Joker, dan Hulam. Di Indonesia, filter ACF tersebut telah diproduksi oleh PT. Filtrona Indonesia.

Teknologi lain yang hampir serupa dengan ACF tersebut di atas adalah *Cigarette tipping paper* (CTP). Teknologi yang

dikembangkan oleh PT. Pura Group Kudus ini adalah berupa kertas rokok berperforasi. CTP ini berfungsi sebagai pengabungan antara filter dengan tembakau yang telah dibungkus kertas rokok, sehingga mampu mengencarkan asap tembakau, dan memperlambat kecepatan aliran partikel-partikel di dalam batangan rokok.

Menurut hasil penelitian rokok SKM yang menggunakan teknologi ini yakni dengan kertas rokok yang di profesi (dilubangi secara mikro) hingga 400 coresta unit, mampu menurunkan kadar tar dari 28,5 mg menjadi 18,6 mg per batang rokok. Sedangkan rokok SKT yang diperforasi hingga 600 coresta unit, mampu menurunkan kadar tar dari 31,6 mg menjadi 19,5 mg per batang rokok dan menurunkan kadar nikotin dari 1,73 mg menjadi 1,39 mg per batang rokok³⁰.

2. Volume Penjualan Rokok Mild

Berbeda dengan pertumbuhan volume penjualan rokok lainnya yang cenderung menurun, rokok rendah nikotin dan tar mild menunjukkan pertumbuhan cukup baik yaitu tumbuh sekitar 31,8% per tahun. Volume penjualan rokok jenis ini pada tahun 1998 diperkirakan baru mencapai 9,9 milyar batang dan pada tahun 2002 telah mencapai sekitar 29,4 milyar batang atau rata-rata meningkat sekitar 31,8 per tahun.

³⁰ Ibid, hal. 12

Volume penjualan sebesar itu terutama didominasi oleh rokok merek A Mild produksi PT. HM Sampoerna yang kontribusinya diperkirakan mencapai sekitar 60% terhadap total volume penjualan rokok mild pada tahun 2002.

2. Deskripsi Iklan Rokok A Mild Versi Orang Pemimpi

Untuk mengetahui gambaran iklan tersebut secara rinci berikut penulis paparkan sinopsis, durasi, dan naskah iklan :

a. Sinopsis

Pengambilan gambar iklan tersebut dilakukan di salah satu di rumah makan yang berbentuk apartemen dan keluar ke jalan raya dengan kondisi sepi lalu berjalan di perempatan lampu merah tiba-tiba menoleh kebelakang, ketika itu ada seekor rusa dan di atasnya terdapat burung elang ,lalu si rusa ini berhenti dihalaman jalan, si pria pun akhirnya berkhayal tercebur dalam laut sehingga dia bertemu seorang perempuan cantik dengan senyum yang manis yang ingin menolong si pria, lalu terbangun dan terdampar di gurun pasir sambil berjalan bersama pendeta, si pendeta ini ingin menunjukkan bahwasannya di gurun pasir ini terdapat *Crop Circle* layaknya fenomena di Yogyakarta, dan akhirnya si pria kembali ke rumah makan tadi lalu berkumpul sama teman-temannya sambil menunjukkan tiga buah benda yakni bunga matahari, kerang, *crop circle* berbentuk benda yang terbuat dari besi. Sang narrator menyebutkan bahwa ada dua macam orang yang hanya bermimpi dan yang hidup didalamnya.

Kemudian disusul dengan gambar si pria yang lagi tersenyum yang dibawahnya terdapat tulisan Go Ahead dan peringatan larangan merokok.

b. Durasi

Iklan rokok A Mild versi Orang Pemimpi yang ditayangkan di beberapa televisi swasta tersebut berdurasi 1 menit.

c. Linguistik Dalam Iklan

Yang dimaksud dengan linguistik dalam iklan rokok A Mild versi Orang Pemimpi di media tv adalah semua kata-kata dan kalimat yang terdapat didalamnya, yaitu:

1. Narasi : Ada dua macam orang yang hanya bermimpi dan yang hidup didalamnya.
2. Kalimat Go Ahead dan merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi, dan gangguan kehamilan dan janin.

d. Kronologi Iklan

Untuk lebih mengetahui detail iklan dan mempermudah proses analisis, berikut ini peneliti cantumkan hasil potongan iklan rokok A Mild “Versi Orang Pemimpi” di media TV.

Tabel 3.1
Kronologi Iklan

VISUAL	AUDIO	SHOOT
	Instrument	Full shoot
	Instrument	Full shoot
	Instrument	Long shoot
	Instrument	Full shoot

	Instrument dan suara rusa berjalan	Full shoot
	suara burung elang	Medium shoot
	angin	Full shoot
	Percikan air	Medium shoot
	Instrument	Close up

	Instrument	Medium shoot
	Instrument	Close up
	Instrument dan angin	Extreme long shoot
	Instrument dan angin	Medium shoot
	Instrument	Close up

	Instrument	Extreme long shoot
	Instrument	Full shoot
	Instrument	Close up
	instrument	Medium shoot
	Narrator dan instrument	Medium shoot

	<p>Narrator dan instrument</p>	<p>Medium shoot</p>
	<p>Narrator dan instrument</p>	<p>Close up shoot</p>
	<p>Narrator dan instrument</p>	<p>Close up shoot</p>
	<p>Instrument</p>	<p>Medium shoot</p>
	<p>Instrument</p>	<p>Close up shoot</p>

Tabel 3.2

E. Kerangka Analisis

Elemen	Penanda	Petanda	Makna Denotasi	Makna Konotasi
Audio	Burung elang	Suara burung elang	Pada dasarnya suara burung elang yang terbang dijalanan pada adegan aktris ketika melihat kearah langit.	
Audio linguistik	Ucapan narrator: ada dua macam orang yang hanya bermimpi dan yang hidup didalamnya	Kata motivasi yang diucapkan	Kalimat motivasi kehidupan manusia	Yang di ucapkan narrator dalam iklan ini dikonotasikan atas sebuah refleksi atas sesuatu yang seharusnya tidak dilakukan hal ini ditegaskan oleh produsen rokok A Mild selaku perusahaan yang berani menyuarakan ketimpangan sosial yang terjadi di masyarakat
Audio	Bunyi backsound instrument musik	Backsound	Backsound yang berasal dari instrument musik	Backsound dalam iklan ini mengkonotasikan suara sesuatu yang diwakilinya. Hal ini mengisyaratkan bagaimana kita harus merespon secara emosional terhadap

				tindakan atau peristiwa.
--	--	--	--	--------------------------

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Bagian ini memaparkan data dan fakta obyek penelitian yang terkait dengan rumusan masalah yang diajukan, yang berupa jawaban atas rumusan masalah yang didasarkan pada pengamatan peneliti. Untuk menunjang hal itu peneliti menggunakan metode signifikasi dua tahap milik Roland Barthes.

Dalam signifikasi dua tahap ini peneliti mengamati tanda-tanda pada elemen audio visual. Tanda-tanda elemen tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Elemen Audio

Meliputi : Narasi, Suara Burung, angin, rusa berjalan.

2. Elemen visual – setting

Meliputi: adegan yang ada pada iklan, seperti contoh pelanggaran rambu-rambu lalu lintas, dan sekumpulan daun yang diatas terdapat tulisan A Mild diatas kertas putih yang sudah lusush dan tulisan bukan basa basi.

3. Elemen visual-body language

Meliputi : gerakan wajah, dan gerakan tubuh dari actor dan aktris.

4. Elemen visual-properti

Meliputi : aksesoris yang dipakai actor dan aktris (mobil, rambu lalu lintas, pakaian, kacamata, kalung, anting, gelang).