

BAB IV

ANALISIS DATA

A. TEMUAN PENELITIAN

Berangkat dari fenomena tayangan iklan (televisi) yang banyak menggunakan citra (*image*) sebagai kemasan yang lebih ditonjolkan dalam menawarkan produk kepada pemirsa, sehingga informasi tentang produk itu menjadi kabur “terselimuti” oleh kuatnya pencitraan produk. Hal inilah yang menyebabkan jalinan alur cerita iklan seolah “nyambung,” meski sebenarnya jalinan imajinasinya sama sekali tidak terkait.

Fokus analisis iklan kali ini menyangkut tanda-tanda atau simbol-simbol yang digunakan dalam iklan. Tujuannya adalah untuk mengungkap atau mengetahui bagaimana image iklan televisi yang digunakan sebagai upaya untuk mengkonstruksi pola pikir dan gaya hidup masyarakat, sebab tayangan iklan televisi tidak hanya sebatas media promosi produk. Iklan televisi juga dapat dijadikan sebagai media belajar untuk anak-anak.

Disini akan kita kupas nilai-nilai edukasi yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is an adventure* dengan menggunakan analisis semiotik dari Roland Barthes.

Slide 1



Gambar 2.2 Pemandangan Alam

Secara denotasi makna pemandangan alam yang luas dan indah adalah gambaran dunia sebagai ciptaan tuhan yang indah.

Konotasinya menggambarkan, produk nutrilon dapat membangkitkan inspirasi otak dengan masukan-masukan nutrisi dan sari-sari makanan yang terdapat dari zat-zat yang terkandung dalam susu. Selain itu, penampilan slide di awal yang menggambarkan pemandangan alam ini merupakan rangkuman inti dari keseluruhan iklan yang dilatar belakangi petualangan di alam.

Slide 2



Gambar 3.1 Anak Lelaki Kecil dalam Mobil

Denotasi iklan ini secara umum adalah gambaran seorang anak yang sedang menikmati perjalanan dengan pemandangan alam yang indah seperti tampilan di slide 1. *Background* suara yang terdengar adalah musik klasik dan ucapan anak kecil “*I want to live my life to the absolute fullest*” yang artinya “Saya ingin menjalani hidup saya untuk sepenuhnya mutlak. konotasinya dapat diartikan bahwa produsen produk ingin menampilkan sosok keberanian seorang anak laki-laki yang melakukan perjalanan sendiri untuk menjalani hidup dengan mutlak sepenuhnya.

Berkaitan dengan musik, produk ini menggunakan musik klasik dimana musik klasik merupakan keindahan intelektual tertinggi dari semua jaman. Produk ingin menyampaikan pesan bahwasanya produk mereka ditujukan untuk kalangan ibu-ibu yang ingin anak mereka cerdas sejak dini. Selain itu, dapat kita maknai juga bahwa iklan ini disegmentasikan untuk kalangan dengan tingkat pengetahuan menengah ke atas.

Slide 3



Gambar 3.2 Pemandangan Tebing Tinggi diselimuti Kabut

Makna denotasinya adalah tebing tinggi dengan seekor burung yang terbang di alam.

Sementara itu, secara konotasi dapat diartikan bahwa adanya kekokohan. Kekokohan yang dimaksud disini adalah pendirian dan cita-cita yang tinggi yang harus digapai dengan semangat walaupun diterpa oleh berbagai kendala (yang dilambangkan dengan kabut yang menyelimuti). Cita-cita dan pendirian akan dikejar kemanapun (dilambangkan dengan burung yang terbang di alam).

Slide 4

Gambar 3.3 Anak Perempuan Meniup
Bunga Krisan

Makna denotasinya adalah seperti gambaran visualisasi yang terlihat. Namun sesungguhnya, slide ini menerangkan bahwasanya bunga krisan adalah bunga yang kuat dan mampu bertahan dalam kondisi apapun. Bunga ini dapat tumbuh dimana saja.

Pesan yang ingin disampaikan produk adalah kekuatan diri seorang anak agar mampu bertahan dalam menggapai impiannya dalam situasi apapun, dan juga mampu beradaptasi dengan lingkungan manapun yang ditemuinya sehingga menjadi pribadi yang tangguh.

Slide 5

Gambar 3.4 Anak Lelaki yang Tidur Di
atas Rerumputan

Tampilan visual iklan dengan makna denotasi seperti yang kita lihat di TV, sesungguhnya produk ingin menyampaikan bahwa setiap anak memiliki impian-impian yang ingin mereka raih. Seiringan dengan kata “ *to open my eyes to be all I can be*” yang artinya untuk membuka mata saya untuk menjadi semua yang saya bisa.

Slide 6



Gambar 3.5 Hampanan Ladang Gandung Disinari Matahari

Makna denotasinya adalah ladang gandum yang diterpa sinar matahari.

Tersirat makna ladang gandum dan sinar matahari sebagai sumber kehidupan. Produk ingin menyampaikan bahwa seorang anak adalah awal dari suatu generasi yang menjadi sumber pembangun sebuah peradaban dunia

Slide 7



Gambar 3.6 Jalanan Kosong di Hampanan Ladang Gandum

Makna denotasinya adalah: jalan kosong yang berada di tengah ladang gandum dan padang rumput yang luas. Tersirat makna bahwa jalanan kosong merupakan proses perjalanan hidup yang diikuti dengan kata-kata “*to travel roads not taken*” yang berarti untuk perjalanan yang tidak diambil.

Maksudnya perjalanan yang tidak biasa di tempuh kebanyakan orang. Disini produk menyiratkan bahwa seorang anak mempunyai suatu keberanian dalam mencoba hal-hal yang baru.

Slide 8



Gambar 3.7 Anak-anak yang Berlarian Di Tepi Pantai

Makna denotasinya adalah : gambaran anak-anak yang sedang berlarian di tepi pantai.

Tersirat makna bahwa anak-anak bersifat ceria dan selalu bahagia apabila bermain dengan teman-temannya. Anak-anak tidak mempunyai beban dalam hidup sehingga mempunyai semangat dalam menggapai cita-cita yang diinginkan.

Produk menyiratkan bahwa dengan mengkonsumsi produk anak-anak masih tetap ceria sebagai anak-anak meskipun banyak impian yang harus mereka raih.

Slide 9



Gambar 3.8 Enam Anak Bercengkrama

Makna denotasinya adalah: gambaran enam orang anak yang sedang bermain dan bercengkrama di jembatan di tepi danau.

Tersirat makna bahwa anak-anak yang diceritakan dalam iklan ini adalah anak-anak pemberani yang mewakili berbagai macam ras yang diikuti dengan kata-kata “*to meet faces unknown*” yang berarti untuk menemui wajah yang sebelumnya tidak pernah diketahui maksudnya adalah: mereka ingin berkenalan dengan orang-orang baru yang tidak di kenalnya ini melambangkan sifat keingintahuan yang tinggi.

Produsen menyiratkan bahwa produk mereka merupakan produk unggulan yang mendunia yang tidak hanya di konsumsi oleh masyarakat satu Negara seperti Indonesia. Ini tergambar dari tampilan enam orang anak dari berbagai macam ras.

Slide 10

Gambar 3.9 Anak Perempuan yang Berputar-putar

Makna denotasinya adalah : gambaran seorang anak perempuan yang merentangkan tangan sambil berputar-putar sambil merasakan hembusan angin.

Tersirat makna bahwa anak perempuan juga ingin merasakan kebebasan ini diperkuat oleh kata-kata “ *to feel the wind*” yang artinya Untuk merasakan angin.

Angin yang di maksudkan disini merupakan suatu kebebasan. Angin yang dirasakan oleh semua orang menandakan bahwa kebebasan itu milik semua orang.

Produsen ingin memberikan gambaran pada ibu-ibu konsumen bahwa anak-anak berhak atas kebebasan dan tidak hanya berada dalam cengkraman orang tuanya.

Slide 11

Gambar 3.10 Balita Perempuan
Mengangkat Tangan

Makna denotasinya adalah: gambaran seorang balita perempuan yang mengangkat tangannya seolah-olah ingin memetik sesuatu dengan ekspresi bahagia.

Tersirat makna bahwa seorang anak begitu bahagia ketika menggapai cita-citanya. Diperkuat oleh kata-kata “*to touch the stars*” yang maksudnya untuk menyentuh bintang-bintang. Untuk menggapai cita-cita dan impian yang di isyaratkan dengan bintang-bintang, maka di butuhkan usaha yang keras untuk mencapainya.

Slide 12

Gambar 3.11 Sinar Matahari

Makna denotasinya adalah: gambaran sinar matahari yang tertutup dedaunan yang membentuk sinar bintang.

Tersirat makna bahwa sinar matahari yang membentuk sinar bintang tersebut merupakan cita-cita dan impian yang tidak mudah di capai karena tertutup oleh dedaunan yang merupakan halangan dan rintangan dalam menggapainya. Produsen menyiratkan bahwa produk mereka adalah salah satu *tools* dalam menggapai cita-cita yang ingin digapai.

Slide 13



Gambar 3.12 Wajah Anak Lelaki yang sedang Menatap keluar

Makna denotasinya adalah: seorang anak laki-laki sedang menatap.

Tersirat makna bahwa ia mempunyai keyakinan untuk menatap masa depan meraih cita-cita dengan sepenuh hati. Dikuatkan dengan kata-kata “*I promise to discover my self*” yang berarti Aku berjanji untuk menemukan diri sendiri.

Bahwa si anak telah berjanji kepada dirinya untuk menggapai cita-citanya dengan tetap menjadi dirinya sendiri dan menemukan kemampuan dan jati dirinya.

Produsen menyiratkan bahwa produk mereka tidak hanya memberikan janji belaka, tapi merupakan produk terkemuka dan terpercaya, serta layak untuk di konsumsi.

Slide 14



Gambar 3.13 Anak Lelaki yang Berjalan Di Pohon yang Rubuh

Makna denotasinya adalah : gambaran anak laki-laki yang berjalan sambil merentangkan tangan di pohon yang rubuh di tepi danau.

Tersirat kekuatan anak ingin dapat berdiri tegak di kakinya sendiri dalam menjalani kehidupannya untuk memperoleh cita-cita. Dikuatkan dengan kalimat “*to stand tall with greatness*” berarti Untuk berdiri tegak dengan kebesaran.

Maksud kebesaran disini adalah kebesaran hati dan jiwa. Seseorang haruslah memiliki kebesaran hati dan jiwa untuk menjadi seorang yang “besar dan kuat”.

Produsen menyiratkan bahwa produk mereka membantu membentuk generasi dengan jiwa yang besar untuk menjadi pribadi yang kuat, tangguh dan seseorang yang “besar”.

Slide 15

Gambar 3.14 Pohon yang Kokoh

Makna denotasinya adalah satu pohon yang kokoh berdiri di tengah terpaan angin.

Tersirat makna bahwa proses kehidupan sama dengan pertumbuhan sebatang pohon. Untuk menjadi sebatang pohon yang besar dan kokoh, tidak hanya dalam waktu yang singkat namun memerlukan proses yang panjang. Begitu juga dengan kehidupan. Untuk menjadi seorang yang “besar”, tidak dapat diraih dalam hitungan singkat. Proses lama ini berhubungan dengan bagaimana pengalaman dan pembelajaran yang ditanamkan dapat membentuk pribadi yang kuat serta jiwa yang kokoh.

Slide 16

Gambar 3.15 Sekelompok Burung
Terbang Menyentuh Air

Makna denotasinya adalah : gambaran sekelompok burung yang terbang menyentuh air sungai seolah-olah sedang memburu ikan.

Menyiratkan bahwa anak-anak di ibaratkan sebagai burung, ketika burung yang sudah terbang tinggipun tidak melupakan dari mana mereka berasal. Seorang anakpun diajarkan dan dilatih untuk tetap rendah hati.

Slide 17 .



Gambar 3.16 Sekelompok Anak yang Berlarian di Tepi Pantai

Makna denotasinya adalah : gambaran segerombolan anak yang berlarian di tepi pantai.

Tersirat makna bahwa anak-anak tidak akan kehilangan keceriaannya. Mereka tetap gembira dan bermain bersama teman-temannya. Karna memang begitulah karakteristik anak-anak. Mereka akan tetap selalu ceria dalam situasi apapun.

Slide 18

Gambar 3.17 Anak Perempuan yang
Berlari Ke Danau

Makna denotasinya adalah : gambaran anak perempuan yang berlari ke danau seolah ingin melompat.

Makna konotasinya bahwa seorang anak perempuanpun haruslah menjadi pribadi yang tangguh, pemberani, dan memiliki semangat yang tinggi untuk menggapai apa yang dicita-citakan. Ini dikuatkan dengan kalimat si anak yaitu *to chase down and catch every dream*) yang berarti Untuk memburu dan menangkap setiap mimpi.

Dalam tampilan gambar di perlihatkan bahwa ia akan mengejar kemanapun mimpinya dan meraihnya hingga terwujud. Ini semua berkaitan dengan realitas sosial bahwa wanitapun bisa menjadi apa yang mereka inginkan.

Slide 19



Gambar 3.18 Anak Lelaki yang Berlari dari dalam Rumah



Gambar 3.19 Langit yang Bertuliskan *Living Of Full Life On The Outside, Starts On The Inside*

Makna denotasinya adalah : gambaran Anak laki-laki yang berlari dari dalam rumah menuju halaman rumah yang luas serta langit yang bertuliskan : “*LIVING OF FULL LIFE ON THE OUTSIDE, STARTS ON THE INSIDE*”). Disini terkandung makna yang tersirat yakni anak-anak dididik dari sejak dini bahwa mereka harus menghabiskan hidupnya di luar rumah seperti belajar, bekerja dan berusaha untuk mencapai kesuksesan dan membuat dirinya menjadi lebih bernilai.

“*LIVING OF FULL LIFE ON THE OUTSIDE, STARTS ON THE INSIDE*” merupakan rangkuman dari seluruh pesan/ content iklan.

Produsen menyiratkan produk mereka membantu membentuk generasi muda semenjak dini sebagaimana slogan yang dikampanyekan oleh iklan susu nutrilon yaitu: PROTECTION FROM THE INSIDE “. Dimana nutrilon mampu memproteksi anak dari dalam dirinya dengan mengkonsumsi produk. Sehingga dapat menjalani aktifitas dengan baik.

Slide 20



Gambar 3.20 Gambar Produk Nutrilon Royal 3

Makna denotasinya adalah : Gambar produk NUTRILON ROYAL 3 berlatar belakang sunrise dengan tulisan “ LIFE IS AN ADVENTURE”).

Tersirat makna bahwa Kecenderungan untuk berpetualang sebenarnya sudah ada dalam diri anak-anak kecil. Kita semua terlahir dengan suatu perasaan akan adanya keajaiban, yang mendorong kita untuk menjelajah. Anak kecil adalah guru yang terbaik dalam kemampuannya berpetualang dalam menjelajah. Lihatlah anak kecil kebanyakan selalu ingin tahu dan ingin mencoba dan siap untuk mencoba apa saja. Mereka tidak terkekang oleh ketakutan akan celaan atau kegagalan.

Produsen menyiratkan bahwa produk mereka membantu membentuk generasi dengan jiwa yang besar dan petualang sehingga bias menggapai cita-cita yang diinginkan. Mengapa life is an adventure karna iklan nutrilon terbaru ini penuh dengan makna yang tersirat yang ingin memotivasi anak-anak serta ibu-ibu untuk menggapai impian dengan berpetualangan.

Disini terdapat penjelasan tersurat mengenai produk mereka yaitu susu formula untuk bayi, balita dan anak-anak “NUTRILON ROYAL 3”.

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

Dari judul dan fokus penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu “ nilai-nilai edukasi dalam iklan Televisi (analisis semiotika Roland Barthes iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure*). Peneliti mendapatkan temuan baru bahwa nilai-nilai edukasi yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure yang pertama*, mengandung sebuah kesan yang sangat mendalam bagi semua kalangan, terutama bagi orang tua yang berharap anaknya mendapatkan ilmu dari menonton TV. Melalui iklan tersebut, orang tua tidak perlu khawatir lagi tentang nilai edukasi yang terkandung di dalamnya. Selain itu, iklan ini juga dapat dijadikan sebuah pelajaran bagi orang tua yang menginginkan anaknya menjadi pribadi yang mandiri. Dalam iklan tersebut, seorang anak dibiarkan dengan sendirinya mencari makna sebuah kehidupan dengan berpetualang. Dengan berpetualang tersebut lah, anak akan belajar tentang arti sebuah kehidupan. Hal tersebut juga dijadikan untuk mencari jati diri mereka. Mereka bebas melakukan apapun yang mereka inginkan, apapun yang ingin mereka lakukan tanpa dihalang-halangi oleh orang tua. Namun tetap dalam pengawasan yang maksimal pula tentunya. *Kedua*, Iklan ini menjadikan orang tua mendapatkan pelajaran bahwa dalam mendidik anak tidak perlu dengan memaksakan kehendak. Biarlah anak yang belajar dengan sendirinya. *Ketiga*, tak sepenuhnya iklan itu mengandung unsur

melebih-lebihkan, dalam artian melebih-lebihkan tanpa fakta yang mendukung. Namun dalam iklan ini, fakta akan benar-benar terbukti dalam mendidik anak.

Di sinilah peneliti ingin mengkonfirmasi hasil temuan dari teori yang ada. Jika dikonfirmasi dengan kajian kepustakaan tentang nilai-nilai edukasi, seperti yang telah dijelaskan di atas, nilai-nilai edukasi adalah segala sesuatu tentang yang baik maupun yang buruk dalam segala usaha orang tua kepada anak-anaknya untuk memimpin perkembangan jasmani dan rohaninya ke arah kedewasaan. Melalui iklan tersebut, nilai-nilai edukasi dapat diterapkan kepada anak. Adapun nilai-nilai pendidikan/edukasi yang dapat ditemukan dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* adalah sebagai berikut.

1. Nilai Edukasi Religius

Nilai-nilai pendidikan religius yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* adalah jelas. Tidak ada sikap atau apapun yang melenceng dari syariat. Tingkah polah anak kecil wajar dalam iklan tersebut. Bagi seorang anak kecil, berpetualang untuk mencari jati diri merupakan bagian dari karya seni dimaksudkan agar penikmat karya tersebut mendapatkan renungan-renungan batin dalam kehidupan yang bersumber pada nilai-nilai agama.

2. Nilai Edukasi Moral

Dari iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* yang menampilkan tingkah polah anak-anak yang alamiah muncul dalam diri mereka, nilai pendidikan moral yang terkandung adalah lebih mendidik

anak-anak untuk menjadi pribadi yang mandiri dan tidak bergantung pada orang tua semata.

3. Nilai Edukasi Sosial

Dari iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure*, nilai pendidikan sosial yang muncul dengan menyaksikan iklan tersebut adalah produk Nutrilon ini lebih bersosialisasi kepada masyarakat terutama kepada para ibu-ibu rumah tangga yang ingin menjadikan anak-anaknya berkepribadian mandiri.

5. Nilai Edukasi Budaya

Nilai-nilai pendidikan budaya yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* adalah nilai kejujuran, patriotisme, persaingan, harmonis dan kerjasama. Maksudnya, produk Nutrilon ini ingin menampilkan kejujuran dari tingkah laku anak-anak dalam iklan. Patriotisme maksudnya, produk ini ingin membuat anak-anak memiliki sikap yang berani, pantang menyerah dan rela berkorban demi bangsa dan negaranya. Persaingan maksudnya, produk ini ingin bersaing secara sehat dan murni. Harmonis dan kerjasama maksudnya, ingin menjadikan masyarakat ini menjadi lebih harmonis lagi dan saling bekerja sama dalam hal apapun terutama mencerdaskan generasi muda.

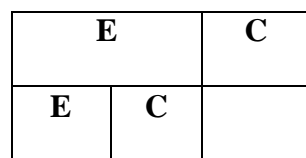
Mitologi Roland Barthes yang digunakan untuk menelaah iklan Nutrilon Royal 3-*Life is an Adventure* tentang penanda dan petandanya

membuat lebih jelas makna nilai-nilai edukasi yang terkandung dalam iklan tersebut.

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

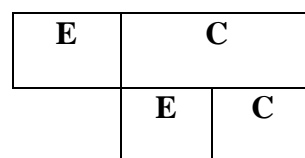
Secara lebih rinci, linguistik pada dasarnya membedakan tingkat ekspresi (E) dan tingkat isi (C) yang keduanya dihubungkan oleh sebuah relasi (R). Kesatuan dari tingkat-tingkat dan relasinya ini membentuk sebuah sistem (ERC). Sistem demikian ini dapat di dalam dirinya sendiri menjadi unsur sederhana dari sebuah sistem

kedua yang akibatnya memperluasnya. Mengacu pada Hjelmslev, Barthes sependapat bahwa bahasa dapat dipilih menjadi dua sudut artikulasi demikian:



1. Konotasi

2. Denotasi



Metabahasa

Objek bahasa

Gambar 3.21 Dua Sudut Artikulasi Barthes

Pada artikulasi pertama (sebelah kiri), sistem primer (ERC) mengkonstitusi tingkat ekspresi untuk sistem kedua: (ERC)RC. Disini sistem 1 berkorespondensi dengan tingkat denotasi dan sistem 2 dengan tingkat

konotasi. Pada artikulasi kedua (sebelah kanan), sistem primer (ERC) mengkonstitusi tingkat isi untuk sistem kedua: ER(ERC). Disini sistem 1 berkorespondensi dengan objek bahasa dan sistem 2 dengan metabahasa (*metalanguage*).⁴⁸

Iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* ini menjadi salah satu iklan pendidikan untuk anak-anak. Dan bagi orang tua, mereka hanya harus membimbing dengan menerangkan makna yang terkandung di dalamnya. Iklan yang membuat banyak orang terkesan dengan ini.

⁴⁸ Alex Sobur, *Semiotika komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 69-70