

ANALISIS IKLAN TELEVISI ROKOK A MILD “BUKAN MAIN” DENGAN PENDEKATAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Muhammad Cholis Ardiansyah¹⁾ Dr. Zulkifli, M.Sn.²⁾

^{1,2}Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan

Email: muhammadcholis56@gmail.com

Abstrak

Kesalahpahaman tentang iklan video disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat tentang cara membaca dan memperhatikan rambu-rambu dalam iklan video. Penelitian ini bertempat di Digital Library Universitas Negeri Medan, jalan Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate. Waktu penelitian selama 3 bulan dengan 6 agenda kegiatan yakni: pengumpulan data, verifikasi data, analisis dan pengujian data, pengkajian hasil dan pembahasan, penarikan kesimpulan dan penulisan laporan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Populasi yang ditemukan sebanyak 14 scene dari video iklan rokok A Mild “Bukan Main” sedangkan sampel yang diambil adalah sebanyak 11 scene. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini meliputi catatan report dan tabel cropping. Teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dokumentasi dan wawancara. Pengolahan data melalui proses pengamatan, *cropping*, analisis tanda, penemuan konotasi dan penggabungan konotasi. Teknik analisis data melalui 3 tahapan yakni denotasi, konotasi dan ideologi. Hasil Penelitian iklan rokok A Mild “Bukan Main” berhasil menciptakan stigma atau citra positif dari penayangannya. Hanya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu masyarakat sadar bahwa itu adalah iklan rokok tanpa harus memunculkan secara gamblang kegiatan merokok sesuai peraturan yang berlaku. Pesan moral yang disampaikan dapat dengan mudah diterima karena adegannya banyak menyentuh ranah fenomena-fenomena yang terjadi dalam interaksi masyarakat sehari-hari.

Kata Kunci: Semiotika, Rolan Barthes, Iklan Rokok (A Mild)

Abstract

Misconceptions about video ads are caused by a lack of public awareness about how to read and pay attention to the signs in video ads. This research took place at the Digital Library, Medan State University, Jalan Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate. The research time was 3 months with 6 activity agendas namely: data collection, data verification, data analysis and testing, results review and discussion, drawing conclusions and report writing. The method used is descriptive qualitative. The population found was 14 scenes from the video of the A Mild cigarette advertisement "No Main" while the samples taken were 11 scenes. The instruments used in this study include report notes and cropping tables. While data collection techniques through literature, observation, documentation and interviews. Data processing through the process of observation, cropping, analysis of signs, finding connotations and merging connotations. Data analysis techniques go through 3 stages namely denotation, connotation and ideology. Research results of A Mild's cigarette advertisement "No Main" succeeded in creating a positive stigma or image from its broadcast. Only by using certain symbols does the public realize that it is a cigarette advertisement without having to clearly show smoking activities in accordance with applicable regulations. The moral message conveyed can be easily accepted because the scenes touch a lot on the realm of phenomena that occur in people's daily interactions.

Keywords: Semiotics, Rolan Barthes, Cigarette Advertising

Correspondence author: Muhammad Cholis Ardiansyah, muhammadcholis56@gmail.com, Medan, and Indonesia.



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Komunikasi sangat penting bagi masyarakat di dunia saat ini, terutama dalam menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lain. Komunikasi memiliki berbagai bentuk dalam kehidupan sehari-hari. Baik mode komunikasi verbal maupun non-verbal digunakan oleh orang-orang setiap hari. Perkembangan global yang pesat saat ini tentu saja berdampak pada perkembangan komunikasi, apalagi jika melibatkan perkembangan media massa. Peran media massa tidak dapat dipisahkan ketika membahas komunikasi massa. Dalam proses komunikasi, media sangat dibutuhkan sebagai sarana perantara antara informan dan pendengar.

Media massa elektronik yang paling populer dan yang mendapat dukungan publik terbesar adalah televisi. Hal ini disebabkan oleh karakter audio visualnya yang tidak dimiliki oleh media massa lain, serta jangkauan periode penyiarannya yang relatif luas dan hampir tidak terbatas. Kekuatan utamanya dalam menyampaikan pesan demonstratif adalah kemampuan audio-visualnya. Hal ini terlihat dari penayangan berbagai video iklan televisi.

Agar produk akhir dapat dikenal oleh masyarakat umum, suatu korporasi akan menggunakan periklanan sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran. Karena persaingan yang ketat dalam industri pemasaran, bisnis harus mempertahankan daya saingnya agar dapat menjual cukup barang masing-masing untuk bertahan hidup. Iklan adalah pesan yang mempromosikan suatu produk kepada masyarakat melalui suatu media. Tujuannya adalah untuk mengajari pelanggan tentang suatu produk, meyakinkan mereka untuk mengidentifikasi, membeli, dan menggunakannya, menumbuhkan persepsi positif terhadap produk, dan menarik audiens yang cukup besar.

Perusahaan didorong untuk membuat iklan yang tidak hanya akurat dan menarik, tetapi juga harus efektif. Hal tersebut dilakukan karena pada zaman sekarang ini tingkat kecerdasan masyarakat semakin tinggi serta mudahnya mendapatkan akses informasi. Dalam hal itu, untuk menarik lebih banyak perhatian publik perusahaan harus membuat iklan yang menarik serta meyakinkan. Perusahaan harus menyadari hal-hal apa saja yang terjadi di masyarakat agar familiar dimata mereka. Ini bertujuan untuk mendorong pandangan masyarakat ketika melihat iklan yang dihasilkan.

Rokok adalah salah satu barang selain alkohol, kondom, dan narkoba yang diatur dengan hati-hati dan tegas tentang produksi dan penayangan iklannya dalam undang-undang. Hal ini memberikan insentif yang besar bagi perusahaan rokok dan perusahaan periklanan untuk mengembangkan iklan yang inovatif dan kreatif dengan memaksimalkan komponen verbal dan nonverbal, terutama fitur visual dan aural yang kaya akan makna. Sehingga setiap iklan rokok memiliki ciri khas dan berbeda dengan yang lainnya.

Sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku terhadap periklanan rokok, iklan rokok mengutamakan bahasa visual yang berperan dalam penyampaian pesan. Ini dapat dilihat dari hampir keseluruhan iklan rokok yang ditayangkan di televisi menampilkan konten gambar yang mendominasi penuh dan hanya menggunakan sedikit penjelasan yang biasanya tersirat dalam gambar-gambar ataupun nyanyian (audio) pada iklan. Hal ini dapat mengakibatkan munculnya tafsiran-tafsiran yang abstrak dari masyarakat sesuai dengan pengalaman dan intelektual pribadinya. Abstrak dalam hal ini maksudnya tafsiran yang ada di dalam benak masyarakat masih acak atau masih belum jelas.

Sebelumnya untuk mengetahui permasalahan tersebut, penulis terlebih dahulu melakukan sebuah wawancara sederhana terhadap beberapa mahasiswa dan masyarakat secara acak mengenai tanggapan mereka terhadap iklan rokok A Mild “Bukan Main” dengan mempertontonkan video iklan tersebut. Kemudian setelah itu, penulis meminta kepada mereka

untuk memberikan tanggapan dan menafsirkan secara ringkas makna dan maksud dari iklan tersebut.

Berdasarkan temuan wawancara, beberapa di antaranya justru memberikan jawaban yang beragam. Beberapa dari mereka hanya menerjemahkan sesuai dengan ide mereka sendiri dari pada menafsirkan substansi video secara keseluruhan.

Selain itu, berdasarkan temuan studi, penulis membuat asumsi sementara bahwa beberapa orang mengabaikan penggunaan kalimat atau tulisan pendukung yang terdapat dalam iklan karena mereka tidak memahami tujuan atau bagaimana tulisan dalam urutan berhubungan dengan iklan rokok. Dalam iklan video, kualitas urutan memang penting, tetapi ternyata urutan yang terlalu unik dapat mengalihkan pemirsa dari pesan mendasar yang coba dikomunikasikan oleh kampanye tersebut. Kesalahpahaman tentang iklan video disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat tentang cara membaca dan memperhatikan rambu-rambu dalam iklan video. Hal inilah yang membuat penulis merasa perlu untuk memaparkan kajian semiotik dari iklan tersebut.

Studi tentang tanda dalam masyarakat, unsur-unsur yang membuatnya, dan aturan yang mengendalikannya dikenal sebagai semiotika. keadaan perkembangan semiotika saat ini sangat dipengaruhi oleh sejumlah bidang yang berbeda, termasuk seni rupa karena semiotika seni rupa menyelidiki teks visual atau bahasa visual, maka dikategorikan sebagai semiotika visual.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Analisis Iklan Televisi Rokok A Mild "Bukan Main"* Dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes".

Bouzida (2014:1003) mengatakan ;

"Semiology analysis is a key element to understand, decode the significant visual messages used by the media, and to generate meanings that refer to the socio-cultural and personal associations on the second level of significant which is connotation. Semiology can be applied in the context of media to analyze any media text; films, television programs, cartoons and adverts. In addition, the semiotic reader as a receiver plays an important role in the interpretation".

"analisis semiologi adalah elemen kunci untuk memahami, mendekode pesan visual signifikan yang digunakan oleh media, dan untuk menghasilkan makna yang merujuk pada asosiasi social-budaya dan di yang kedua tingkat signifikasi yang merupakan konotasi. Semiology dapat diterapkan dalam konteks media untuk menganalisis apa saja teks media; film, program televisi, kartun, dan iklan. Selain itu, pembaca semiotik sebagai penerima memainkan peran penting dalam penafsiran".

Pemikiran penerus Saussure adalah Roland Barthes. Saussure lebih memperhatikan cara-cara rumit di mana kalimat dibangun dan bagaimana struktur kalimat memengaruhi makna daripada fakta bahwa pernyataan yang sama mungkin memiliki banyak makna tergantung pada konteksnya.

Roland Barthes membangun ide ini dengan menyoroti hubungan antara teks dan pengalaman individu dan budaya pengguna. The "order of signification," yang mencakup denotasi (makna sebenarnya, seperti yang didefinisikan oleh kamus), dan konotasi, adalah teori yang dipopulerkan oleh Barthes (makna ganda yang lahir dari pengalaman budaya dan pribadi). Meskipun Barthes terus menggunakan kata yang dilambangkan oleh Saussure, di sinilah posisi mereka berbeda. Barthes memandang "mitos" yang mengidentifikasi suatu peradaban sebagai penandaan lain (Piliang, 2008: 90).

Roland Barthes dibesarkan di Bayonne, sebuah kota kecil di Prancis Barat Daya dekat pantai Atlantik. Ia lahir di Cherbourg pada tahun 1915 dari keluarga Protestan kelas menengah. Dia ditunjuk sebagai Direktur d'Etudes divisi keenam Ecole Pratique des Hautes Etudes pada tahun 1960, di mana dia mengajar kritik semiotik dan sosiologi tanda, simbol, dan representasi komunal. Di College of France, Barthes diangkat sebagai profesor "semiologi sastra" pada tahun 1976. Ia tertabrak mobil di jalanan Paris dan meninggal dunia pada tahun 1980 pada usia 64 tahun. (Sobur, 2009:63).

Barthes menerbitkan beberapa karya sepanjang hidupnya, termasuk *S/Z* yang terkenal. (1970). Ia meneliti karya pendek Honore de Balzac, Sarrasine, yang ditulis di Prancis pada abad

ke-19. Barthes menulis buku ini dalam upaya mengklarifikasi aturan naratif yang mengatur karya realisme. Menurut Barthes, Sarrasine ini telah dirasionalkan dengan cara yang mirip dengan bahasa isyarat mode. Lima kode yang dikaji Barthes adalah kode gnomik atau budaya, kode simbolik, kode proairetik (logika tindakan), kode semimik (makna konotatif), dan kode hermeneutik (kode teka-teki).

Peran pembaca merupakan salah satu topik penting yang digalinya dalam studinya tentang tanda (pembaca). Barthes memberikan analisis mendalam tentang apa yang kadang-kadang disebut sebagai sistem makna tingkat kedua, yang didasarkan pada sistem sebelumnya. Sistem pemaknaan kedua ini disebut sebagai konotatif oleh Barthes, yang secara tegas memisahkannya dari denotatif atau sistem pemaknaan tingkat pertama dalam mitos-mitosnya (Sobur, 2009: 64).

Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk menemukan arti atau makna melalui kajian semiotika Roland Barthes yaitu: leksia dan kode pembaca (kode hermeneutic, kode semik, kode simbolik, kode proairetik dan kode kultural), denotasi dan konotasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertempat di *Digital Library* Universitas Negeri Medan, jalan Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate. Waktu penelitian selama 3 bulan dengan 6 agenda kegiatan yakni: pengumpulan data, verifikasi data, analisis dan pengujian data, pengkajian hasil dan pembahasan, penarikan kesimpulan dan penulisan laporan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Populasi yang ditemukan sebanyak 14 *scene* dari video iklan rokok *A Mild* “Bukan Main” sedangkan sampel yang diambil adalah sebanyak 11 *scene*.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini meliputi catatan report dan tabel cropping. Sementara teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dokumentasi dan wawancara. Pengolahan data melalui proses pengamatan, cropping, analisis tanda, penemuan konotasi dan penggabungan konotasi. Teknik analisis data melalui 3 tahapan yakni denotasi, konotasi dan ideologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka pada bab ini akan dipaparkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan terkait dengan analisis iklan televisi rokok *A Mild* “Bukan Main”. Hasil penelitian berupa paparan dari analisis potongan-potongan atau scene, jingle, lirik, dan teks dari iklan rokok *A Mild* “Bukan Main” yang diinterpretasikan pada aspek denotasi, konotasi, dan ideologi.

Scene 1: “Kita ngerasa udah maju, nyatanya gini-gini aja”

Scene pertama pada iklan rokok *A Mild* “Bukan Main” terdapat lirik atau teks yang berbunyi “Kita ngerasa udah maju, nyatanya gini-gini aja”. Pada scene pertama ini memperlihatkan satu kondisi peradaban yang jika dilihat secara kasat mata sudah mulai maju dengan adanya pembangunan fisik berupa gedung-gedung megah namun tidak di barengi dengan pembangunan moralitas dan perilaku manusia yang mendukung kemajuan itu sendiri.

Denotasi: pemaknaan denotasi merupakan tataran pemaknaan tingkat pertama. Pada scene pertama secara rinci makna denotasi dijelaskan secara leksia dari potongan-potongan capture iklan rokok *A Mild* “Bukan Main”. Ada tiga potongan gambar hasil tangkap layar pada scene pertama yaitu potongan gambar gedung megah yang menandakan peradaban yang telah maju, potongan gambar peresmian sebuah bangunan terowongan baru merupakan progres dari kemajuan yang dilakukan secara terus-menerus. Potongan gambar pada satu sisi tembok bangunan terowongan yang baru di resmikan telah di coret oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

Tabel 1 Scene 1 "Kita ngerasa udah maju, nyatanya gini-gini aja"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Gedung yang megah menandakan peradaban yang telah maju dan pembangunan terus dilakukan terlihat dari seorang pejabat yang meresmikan bangunan baru namun ada bagian tembok yang di coret-core	Menunjukkan keinginan akan kemajuan namun masih banyak orang yang belum maju cara berfikir dan berperilaku seperti mencoret-core tembok dengan tidak bertanggung jawab

Sumber: Dokumen Pribadi, 2024.

Konotasi: pemaknaan konotasi merupakan pemaknaan pada tataran tingkat kedua. Makna tersirat yang terkandung pada scene pertama iklan rokok A Mild “Bukan Main” dapat di tafsirkan melalui potongan-potongan gambar dari scene pertama dan dikaitkan dengan berbagai aspek. Pembangunan fisik infrastruktur ditandai dengan berdiri kokohnya gedung-gedung megah menandakan sebuah peradaban yang maju.

Pembangunan dan peresmian fasilitas terus dilakukan namun terlihat pada scene ke satu setelah dilakukan peresmian banyak sampah-sampah yang berserakan dan juga terdapat sisi tembok baru yang telah di coret-core menandakan kemajuan hanya pada tingkat pembangunan fisik dan infrastruktur (penanda). Pada kenyataannya hakikat kemajuan yang sesungguhnya adalah tingkat intelegensi dan kesadaran akan norma-norma sosial yang harus dijaga dan di patuhi sebagai wujud dari ketertiban dan kemajuan pola fikir. Kesadaran untuk tidak membuang sampah sembarangan dan tidak merusak fasilitas umum masih cukup sulit dilakukan karena kurangnya tingkat kesadaran untuk maju secara pikiran dan tindakan(petanda).

Ideologi: Menjunjung tinggi moralitas dan kesadaran untuk berperilaku sesuai norma-norma sosial yang berlaku di tataran masyarakat merupakan satu kemajuan bertindak. Pentingnya menjaga kebersihan dan kesadaran menjaga fasilitas umum dengan tidak membuang sampah sembarangan, tidak merusak atau mencoret-core fasilitas umum akan menguntungkan semua pihak.

Menyadari kepemilikan bersama bukan hanya menuntut pembangunan fisik. Turut menjaga dan menghargai usaha orang lain adalah satu wujud yang semestinya di terapkan dalam berkehidupan bermasyarakat. Kalimat “kita merasa udah maju, tapi nyatanya gini-gini aja” merupakan kalimat pembuka dimana kita tidak boleh hanya fokus pada pembangunan fisik semata namun pembangunan sumber daya manusia juga harus turut di perhatikan.

Iklan rokok A Mild “Bukan Main” pada scene pertama ini bertujuan untuk mengajak seluruh lapisan masyarakat agar sadar betapa pentingnya pembangunan sumber daya manusia. Mengajak melihat realita sosial dimana kurangnya menghargai hasil kerja orang lain, tingkat disiplin yang rendah, kesadaran akan kebersihan yang masih buruk terlihat dan kerap kita saksikan di lingkungan sekitar kita. Pembangunan fisik dan infrastruktur harus tetap berjalan namun pembangunan sumber daya manusianya juga harus diperhatikan. Scene pertama pada iklan ini pada intinya mengajak kita untuk sadar untuk meningkatkan kesadaran sosial dan terus meningkatkan kapasitas diri juga peduli terhadap kepentingan bersama.

Scene 2: “Senang cari jalan pintas, biar cepat kelarin urusan”

Adegan selanjutnya pada scene kedua memperlihatkan antrian yang cukup panjang untuk masuk bergantian menggunakan fasilitas toilet umum. Dalam proses antrean yang panjang salah seorang melihat kesamping dan ada secarik kertas disebelahnya dan kemudian pria tersebut mengambil kertas tersebut tanpa disadarinya saat ingin kembali ke antrian orang yang berada dibelakangnya tanpa merasa bersalah langsung maju ke posisi antrian tersebut. Berikut detail analisis scene kedua dengan lirik atau teks “Senang cari jalan pintas, biar cepat kelarin urusan.”

Denotasi: pemaknaan dengan aspek denotasi dari scene kedua memperlihatkan antrian yang cukup panjang dan padat untuk menggunakan fasilitas toilet umum. Pada saat mengantre salah seorang laki-laki yang mengenakan kemeja biru bermotif tiba-tiba melihat secarik kertas di sebelahnyanya sehingga dia bergeser sedikit ke samping dan merunduk untuk mengambil kertas tersebut. Saat sang pria mengambil kertas tampak seorang laki-laki yang mengenakan kemeja hitam, dimana sebelumnya berbaris mengantre dibelakang laki-laki yang mengenakan kemeja biru maju kedepan mengambil posisi antrean laki-laki tersebut. Laki-laki berkemeja biru tersebut kebingungan karena antreannya sudah di serobot oleh orang yang sebelumnya ada di belakangnya tanpa komunikasi dan merasa tidak bersalah.

Tabel 2 Scene 2 "Senang cari jalan pintas, biar cepat kelarin urusan"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Banyak orang yang sedang mengantre untuk menggunakan toilet namun antrean seorang laki-laki di serobot orang di belakangnya.	Terlihat seorang pria menyerobot antrian orang didepannya dengan sengaja tanpa merasa bersalah

Konotasi: pemaknaan tingkat kedua dengan menganalisis unsur tersirat dari scene kedua pada iklan A Mild “Bukan Main” ditafsirkan dari potongan gambar pada adegan-adegan pada scene kedua dilakukan dengan melihat secara detail keterkaitan-keterkaitan adegan yang berlangsung. Jika di analisis lebih detail, scene kedua mengandung makna bahwa dalam kehidupan bersama budaya antre dan tingkat kesabaran juga tidak mengambil hak orang lain harus ditingkatkan dalam kehidupan bermasyarakat.

Kurangnya rasa peduli, sabar, dan tidak mengambil yang bukan haknya terlihat dari potongan iklan pada scene kedua ini (penanda). Teks “Senang mencari jalan pintas, biar cepat kelarin urusan” merupakan sindiran dari iklan rokok A Mild “Bukan Main” bagi orang-orang yang egoistik dan tidak peduli akan orang lain (petanda).

Ideologi: secara ideologi pemaknaan scene dari iklan rokok A Mild “Bukan main” seharusnya kita menunjukkan sikap sabar dan tidak selalu mengedepankan kepentingan sendiri akan tetapi juga bisa mempertimbangkan hak orang lain. Sikap egois yang tinggi tanpa memperdulikan orang lain hanya akan membawa perpecahan. Berprilaku humanis dan taat aturan merupakan wujud dari kesadaran sosial yang baik.

Budaya antre dan tidak menyerobot antrean orang lain memerlukan tingkat kesabaran yang tinggi. Scene kedua iklan *A Mild* “Bukan Main” ini sangat menginterpretasikan kenyataan yang ada di sekitar kita. Ketidak sabaran dan kurangnya rasa peduli akan orang lain kerap kita temukan dalam kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat kita. Setiap orang punya urusan dengan tingkat mendesak masing-masing namun kita juga harus menjunjung tinggi hak dan kepentingan orang lain. Etika untuk tidak mengambil hak orang lain dan menghormati orang lain dalam situasi apapun harus selalu di kedepankan guna menciptakan suasana yang kondusif.

Menyepelekan hal-hal kecil terkadang tidak membuat manusia sadar betapa hal kecil dapat menjadi nilai besar jika dilakukan bersama. Lebih peduli dan peka terhadap situasi sosial tidak akan merugikan diri kita. Tingkat disiplin juga dituntut agar ketertiban dan kenyamanan bersama dapat tercipta. Kontrol diri untuk tidak mengambil antrean merupakan contoh kecil dari begitu banyaknya perilaku dan budaya menjalankan etika di tempat umum dalam menciptakan disiplin diri dan meningkatkan nilai moralitas bangsa.

Scene 3: “Sering gengsi duluan, urusan laper bisa belakangan”

Adegan pada scene selanjutnya yaitu bagian ke 3 dari iklan rokok *A Mild* “Bukan Main” adalah adegan yang sangat terkait dengan realita kehidupan zaman sekarang dimana media sosial bukanlah hal yang asing bagi kebanyakan orang. Adegan makan bersama sedang dilakukan oleh empat orang pada satu meja yang sama di sebuah cafe dimana ada satu orang laki-laki dan tiga orang perempuan. Disaat makanan mulai terhidang ketiga wanita tersebut sibuk dengan kegiatan mengambil gambar atau foto dari makan yang akan mereka santap sontak membuat kesal seorang laki-laki yang akan makan bersama mereka. Detail analisis iklan dari aspek denotasi, konotasi, dan ideologi dengan teks “Sering gengsi duluan, urusan laper bisa belakangan” sebagai berikut:

Denotasi: Aspek denotasi pada pemaknaan iklan rokok *A Mild* “Bukan Main” pada scene ke tiga dengan teks “Sering gengsi duluan, urusan laper bisa belakangan” memperlihatkan adegan yang sangat berkaitan dengan kenyataan atau fenomena yang terjadi di masyarakat era smart phone atau gadget seperti sekarang ini. Scene ketiga ini memperlihatkan adegan ada empat orang dimana ada 3 orang perempuan dan satu orang laki-laki sedang duduk dan berkumpul bersama di sebuah meja pada sebuah cafe.

Adegan selanjutnya setelah beberapa saat kemudian pesanan makanan satu persatu diantarkan oleh pelayan untuk disajikan kepada keempat orang tersebut. Saat pelayan menyajikan makanan milik seorang laki-laki itu dengan tiba-tiba tanpa meminta izin perempuan yang duduk tepat di sebelah pria tersebut langsung mengambil satu piring makanan si pria untuk diambil gambar atau foto dari makanan tersebut. Kedua wanita lainnya pun juga turut melakukan hal yang sama yaitu sibuk-memfoto makanan mereka sebelum di makan. Peruntukan foto yang di ambil tidak lain adalah untuk diunggah pada platform sosial media mereka.

Raut wajah kesal terlihat pada potongan scene ke tiga ini. Rasa laper dan kesal karena tingkah laku ketiga teman yang akan makan bersamanya melakukan hal yang sama, namun ketiganya tidak peduli dan tampak tetap sibuk dengan ponsel yang digunakan masing-masing.

Tabel 3 *Scene 3* "Sering gengsi duluan, urusan laper bisa belakangan"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Adegan makan bersama dengan teman-teman disebuah <i>cafe</i> .	Menunjukkan sebuah adegan dimana seorang perempuan mengambil makanan sang pria untuk di foto dan diunggah kemedial sosial

Konotasi: makna konotatif yang termuat dalam adegan scene ke tiga dari iklan rokok A Mild "Bukan Main" ini mengiyaratkan bahwa kita harus menghargai orang yang ada di sekitar kita. Kejadian semacam ini pada saat sekarang malah dianggap hal yang lumrah. Memamerkan makanan yang akan di santap ke media sosial sebelum di makan merupakan hal yang menyenangkan bagi sebagian orang. Demikian kita juga harus peka dan peduli dengan dunia nyata dimana ada sebagian orang tidak melakukannya dan menganggap etika dihadapan makan harus senantiasa dijaga.

Terkadang keinginan untuk diakui secara media sosial mengalahkan betapa realita atau kenyataan hidup yang sebenarnya jauh lebih penting. "Sering gengsi duluan, urusan laper bisa belakangan" kutipan teks tersebut juga mengisyaratkan bahwa demi gengsi orang rela menunda laper (penanda). Makan ketika laper terkadang kalah dengan posting makanan di media sosial dengan gaya estetik yang dianggap lebih penting. Fenomena semacam ini bukan lagi hal aneh di tataran kehidupan era gadget seperti sekarang ini (petanda).

Ideologi: dilihat dari aspek ideologi pemaknaan adegan iklan rokok pada bagian ke tiga dengan teks "Sering gengsi duluan, urusan laper bisa belakangan" memperlihatkan bahwa betapa kita tidak boleh mengedepankan gengsi. Status sosial saat ini di intepretasikan bukan lagi dari pengakuan secara nyata pada kehidupan yang nyata. Media sosial saat ini sudah menjadi trend bagi kebanyakan orang untuk berlomba-lomba menjadi yang terdepan walau terkadang dunia media sosial tidak selalu sejalan dengan kehidupan nyata.

Setiap orang akan berlomba-lomba untuk mendapatkan pengakuan di media sosial dan terkadang lupa dengan kehidupan nyata. Status sosial orang sekan-akan dapat dengan mudah diukur dari apa yang mereka makan melalui unggahan-unggahan foto makan yang akan mereka santap. Sikap anti sosial terkadang muncul saat orang yang sudah terlalu dalam memaknai kehidupan media sosial. Tidak peduli apakah orang yang ada di sebelah mereka dan terkadang abai terhadap perasaan orang yang ada di sebelah karena terlalu sibuk dengan kehidupan media sosial.

Pentingnya menjaga etika dan sikap menghargai orang harus senantiasa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Sikap tidak menghargai kebersamaan dan mengumbar atau pamer makanan mewah di media sosial tidak sepatutnya dijadikan hal yang lumrah. Kehidupan di dunia nyata juga memiliki aturan. Bergaya sesuai kemampuan dan bukan bergaya yang dipaksakan demi mendapatkan pengakuan semua dari masyarakat dunia media sosial.

Scene 4: "Seringkali lo yang salah, kok malah lo yang galak"

Scene ke empat pada iklan rokok A Mild "Bukan Main" menayangkan bagaimana situasi lokasi parkir mobil yang sedang penuh dan ada dua pengemudi mobil yang sedang mencari lokasi tempat untuk memarkirkan kendaraannya. Ketepatan ada salah satu pengguna parkir yang sedang akan keluar dari tempat parkir dan tentunya ada salah satu dari pengemudi yang sudah menunggu duluan hendak menempati tempat parkir yang akan kosong tersebut. Kemudian kendaraan lain

menyerobot masuk dan pengemudinya keluar dengan marah-marah. Analisis lebih detail dengan pendekatan aspek denotatif, konotatif, dan ideologi sebagai berikut:

Denotasi: pemaknaan secara denotasi berarti memaknai sebuah alur cerita atau analisis sebuah gambar melihat dengan realitanya. Pada scene ke empat dari iklan rokok A Mild “Bukan Main” dapat dilihat bahwa ada sebuah parkiran mobil yang sedang penuh. Pada saat yang bersamaan ada dua pengendara mobil lainnya dengan warna mobil merah dan hitam yang hendak mencari tempat parkir di lokasi tersebut.

Sebuah mobil merah yang sudah mengantre menunggu sebuah mobil berwarna putih hendak keluar. Setelahnya tiba-tiba saat mobil putih berhasil keluar parkir dan pengendara mobil merah hendak memarkirkan kendaraannya dari arah berlawanan ada sebuah mobil hitam yang tampak tergesa-gesa masuk ke dalam tempat parkir mobil yang kosong tersebut. Tidak lama kemudian ada seorang wanita paruh baya keluar dari mobil berwarna hitam dengan kondisi sedang marah-marah kepada pengemudi mobil berwarna merah tersebut.

Tabel 4 Scene 4 “Seringkali lo yang salah, kok malah lo yang galak”

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Situasi parkir mobil yang sedang penuh dan seorang wanita yang marah-marah	Ada dua orang pengemudi mobil yang hendak memarkirkan kendaraan namun salah satunya menyerobot dan marah-marah

Konotasi: aspek konotasi pemaknaan dari sebuah alur kisah atau cerita dan gambar berarti memaknai dengan pendekatan makna tersirat yang terkandung dalam sebuah cerita atau gambar. Adegan pada scene keempat pada iklan ini dengan teks “Seringkali lo yang salah, kok malah lo yang galak” menampilkan bahwa sikap egositik dan tidak pernah merasa bersalah kerap terjadi di sekitar kita.

Kejadian tidak merasa bersalah saat melakukan kesalahan terlihat saat seorang wanita yang keluar dari sebuah mobil berwarna hitam dengan berdebat dengan ekspresi marah setelah menyerobot tempat parkir. Bukannya meminta maaf, untuk menutupi hingga terkesan dirinya tidak bersalah wanita tersebut sengaja marah-marah (penanda). Istilah “the power of emak-emak” kerap dijadikan alat bagi wanita yang melakukan kesalahan namun tidak mau disalahkan dengan cara marah-marah sehingga kesempatan itu dijadikan tameng untuk menutupi kesalahannya (petanda).

Ideologi: aspek ideologi pada pemaknaan bagian ke empat dari iklan rokok A Mild “Bukan Main” dapat dimaknai bahwa jiwa disiplin dan menghargai orang lain serta taat aturan bukan hanya dari kalangan masyarakat kelas bawah saja. Etika bermasyarakat harusnya di junjung tinggi sehingga rasa saling menghormati dan menghargai tercipta.

Pada norma yang berlaku jika kita bersalah seharusnya meminta maaf. Tayangan scene ke empat pada iklan ini menunjukkan betapa masih banyak terjadi di sekitar keseharian kita mendapati orang-orang yang merasa dirinya paling benar dan tidak mau disalahkan. Jangankan

meminta maaf dapat dilihat bahwa wanita tersebut malah berdebat dengan ekspresi marah kepada pengendara yang diserobot tempat parkirnya.

Teks “Seringkali lo yang salah, kok malah lo yang galak” mengisyaratkan bahwa memiliki rasa saling menghormati dan attitude bermasyarakat sudah mulai memudar. Seharusnya ada rasa malu saat kita berbuat salah dan melakukan intropeksi diri adalah hal yang penting untuk menciptakan suasana damai. Saling menghargai juga adalah salah satu sikap dewasa yang seharusnya ditampilkan oleh setiap orang dalam bertata krama dengan sesama manusia.

Scane 5: “Kita ini membangun gedung, bukan manusianya”

Adegan pada scene ke lima iklan A Mild “Bukan Main” memperlihatkan betapa dunia yang sudah maju tapi mengalami kemunduran cara bertindak. Bagian ke lima pada iklan ini menayangkan adegan di lokasi sekitar kepadatan lalu lintas. Saat lampu lalu lintas sedang berwarna merah seharusnya para pengendara berhenti di belakang garis batas zebra cross namun banyak yang melanggar aturan dengan berhenti melewati batas saat para pejalan kaki ingin lewat.

Denotasi: pemaknaan aspek denotasi pada scene ke lima dari iklan A Mild “Bukan Main” ini menayangkan adegan suasana di persimpangan jalan yang diatur oleh tanda lampu lalu lintas. Saat lampu lalu lintas berwarna merah seharusnya pengendara berhenti di belakang garis pembatas. Namun banyak pengendara yang tanpa mersa bersalah berhenti dengan melewati batas garis penyebrangan yang diperuntukan bagi pejalan kaki.

Adegan berlanjut dimana pejalan kaki merasa terhalang untuk menyebrang jalan karena banyak pengendara yang hampir menutupi zebra cross. Tidak hanya pengendara motor, bahkan pengendara mobil pun tidak merasa bersalah dengan turut berhenti melewati batas yang telah ditentukan.

Tabel 5 Scane 5 “Kita ini membangun gedung, bukan manusianya”

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Suasana di perempatan jalan dimana lampu lalu lintas sedang berwarna merah yang berarti pengendara harus berhenti dan banyak pengendara yang berhenti melewati garis pembatas yang semestinya.	Pembangunan saat ini lebih berfokus pada pembangunan fisik dan infrastruktur namun tidak di barengi dengan pembangunan manusianya.

Konotasi: makna tersirat yang disampaikan melalui scene ke lima iklan rokok A Mild “Bukan Main” melalui penyampaian tayangan adegan dan juga teks “Kita ini membangun gedung, bukan manusianya” ialah sering kita mewajarkan sesuatu yang salah aturan dibuat seakan hanya untuk di jalan. Penanda rambu-rambu lalu lintas di buat untuk menertibkan arus lalu lintas tanpa mendiskriminasi dan memberikan kesempatan yang sama untuk semua pihak baik pengendara maupun pejalan kaki sekalipun.

Setiap orang mempunyai hak yang sama di satu fasilitas umum. Setiap kepentingan ada aturannya, termasuk aturan di jalanan. Melanggar aturan seakan adalah hal yang lumrah. Menyepelekan hal-hal kecil dan menganggap pelanggaran kecil dapat di tolerir merupakan satu kemunduran dari maraknya pembangunan infrastruktur (penanda).

Tidak kalah penting, pembangunan manusia juga satu aspek yang harus diperhatikan. Pengetatan aturan-aturan di ranah publik sesegara mungkin harus mulai terbangun. Memulai dari diri sendiri melalui iklan ini kita di sindir agar sadar ternyata kejadian ini sering terjadi namun kita kurang peduli atau bahkan menjad pelaku (petanda).

Ideologi: tertib berlalu lintas adalah satu aturan yang wajib dijalankan. Setiap orang memiliki hak yang sama pada aturan-aturan yang telah di buat. Aturan di buat agar ada kontrol dan keserasian serta ketertiban dalam kehidupan bermasyarakat. Kewajiban menaati aturan adalah hal wajib bagi semua orang.

Setiap orang memiliki urusan masing-masing namun demikian tidak setiap kebutuhan mendesak harus di dahulukan karena tingkat mendesak pada tiap orang ada porsinya. Melanggar aturan-aturan yang telah di buat merupakan satu ketidak disiplin yang kerap terjadi di sekitar kita.

Kontrol diri untuk patuh terhadap rambu-rambu lalu lintas adalah hal dasar dalam berkendara. Lemahnya sanksi yang diberikan mengakibatkan masih banyak pengendara yang tidak mematuhi aturan berkendara. Bukan tidak tau tapi sikap tidak mau tau atau bodo amat masih banyak ditemui di keseharian kehidupan sosial. Pembangunan fisik sangat populer belakangan ini, namun sayang pembangunan yang di gadang-gadang sebagai sebuah kemajuan tidak dibarengi dengan pembangunan manusianya. Etika dan disiplin diri untuk menaati aturan masih cukup lemah dikalangan masyarakat. Tingkat kepedulian yang masih cukup rendah kerap muncul di kehidupan sehari-hari. Seharusnya jika gedung semakin tinggi maka dibarengi dengan dengan tingkat kepedulian dan sadar diri pada manusia juga turut kebersamai.

Scane 6: "Lihat depan belakang, semua bebas bikin kesalahan"

Bagian ke enam pada iklan A Mild "Bukan Main" menayangkan adegan berlatar di salah satu warung dimana ada seorang laki-laki yang sedang membeli makanan dengan dibungkus dan setelahnya laki-laki tersebut keluar dan ternyata diluar antrean kemacetan sudah terjadi. Teks pada iklan ini "Lihat depan belakang, semua bebas bikin kesalahan" dimana sesuai dengan kondisi adegan dalam iklan begitu banyak terjadi fenomena disekitar kita orang-orang yang sedang berbuat salah. Lebih detail pembahasan mengenai bagian ke enam ini pada pembahasan berikut:

Denotasi: adegan pada bagian kelima dari iklan A Mild "Bukan Main" ini menayangkan latar belakang awal di suatu warung makan, dimana beberapa orang tampak sedang makan disana. Ada seorang laki-laki juga sedang membeli makanan dengan di bungkus dan di bawa. Sesaat setelah selesai bertransaksi, laki-laki tersebut keluar dari warung dengan membawa makanannya. Terlihat antrean kemacetan yang cukup panjang dan padat di jalan yang berukuran cukup sempit. Mobil angkutan yang di kendarai oleh laki-laki tersebut ternyata di parkir secara paralel sehingga menutup akses jalan bagi para pengendara yang akan lewat dibelakangnya.

Selain itu tampak deretan para pedagang memakai ruas jalan untuk menjajakan dagangannya sehingga terjadi penyempitan arus lalu lintas sepanjang jalan itu. Sadar atau tidak pada hakikatnya banyak orang yang belum sadar bahwa tindakannya adalah tindakan yang salah.

Tabel 6 Scane 6 "Lihat depan belakang, semua bebas bikin kesalahan"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Seorang pria sedang membeli makanan di satu warung namun saat sesaat setelah keluar ternyata mobil angkutan yang diparkirkannya menghalangi jalan sehingga terjadi kemacetan begitu juga para pedagang yang menjajakan dagangannya di badan jalan.	Terlihat seorang pria memarkirkan kendaraannya dengan sengaja dan menutup akses jalan bagi para pengendara lain dan pedagang yang menjajakan dagangan di ruas jalan yang cukup sempit sehingga mengakibatkan kemacetan

Konotasi: analisis makna yang tersirat dari potongan gambar pada bagian ke enam iklan rokok A Mild “Bukan Main” menjelaskan bahwa banyak orang yang secara sadar atau tidak menyadari bahkan tidak peduli tindakannya adalah salah dan merugikan orang lain. Kesalahan-kesalahan yang diperbuat terkadang dianggap sepele. Berhenti dengan sengaja di jalanan umum tanpa memikirkan akibatnya kerap terjadi di jalanan. Selain itu penggunaan badan jalan dengan sengaja juga kerap dilakukan oleh para pedagang(penanda). Kejadian yang kerap terjadi di jalanan yang sempit menjadi lebih sempit dan berakibat pada kemacetan (petanda).

Begitu banyak pengecualian-pengecualian terhadap pelanggaran yang terjadi di sekitar kita. Hal yang salah menjadi seakan benar saat tidak ada yang peduli bahwa hal tersebut adalah salah. Mulai dari adegan supir angkutan yang memarkirkan kendaraan dengan sengaja dan menutup akses jalan, banyak pedagang yang memarkirkan dagangannya di ruas jalanan sempit, menandakan bahwa semua sudah pada tutup mata akan perbuatan salah yang terjadi.

Ideologi: kesadaran diri harusnya dimulai dari diri sendiri. Tidak turut dalam melakukan hal yang salah dimana setiap orang dengan bebas melakukan hal yang sebenarnya salah. Banyak pengecualian-pengecualian dari masalah yang di anggap hal wajar. Seharusnya kita sudah mulai berbenah untuk ketertiban bersama dimulai dari al kecil seperti tidak lagi berhenti dan parkir sembarangan di ruas jalan karena akan mengganggu pengguna jalan lain.

Memposisikan diri sebagai orang yang terdampak kemungkinan dapat menyadarkan diri untuk tidak melakukan kesalahan-kesalahan kecil yang juga memiliki konsekuensi tentunya. Penawaran akan terus berlanjut jika permintaan semakin tinggi, begitu juga dengan para pedagang yang banyak memarkirkan dagangannya di sepanjang ruas jalan dikarenakan adanya permintaan yang tinggi juga dari para pembeli disekitarnya. Melihat sekeliling dan memulai dari diri sendiri adalah langkah awal untuk memberikan contoh bagi orang lain bahwa pengecualian kecil jika di teruskan akanmen jadi kumpulan besar dan menimbulkan akibat yang besar pula.

Scane 7: “Gede-gedeane bikin pesta, malah nambah-nambahin utang”

Adegan pada bagian ke tujuh dari iklan A Mild “Bukan Main” menampilkan sebuah pertunjukan pesta untuk seorang perempuan yang didampingi oleh seorang laki-laki yang terkejut saat melihat tagihan biaya pesta yang baru saja di gelarnya. Teks “Gede-gedeane bikin pesta, malah nambah-nambahin hutang” seakan menyentil orang-orang yang tampil demi bergaya walau berhutang bukan masalah. Detail pemaknaan dari adegan ini dibahas sebagai berikut:

Denotasi: adegan yang terlihat dari scene ke tujuh ini berlatar belakang pertunjukan sebuah pesta perayaan yang diperuntukan untuk seorang wanita yang berpakaian glamour dan di dampingi oleh seorang laki-laki disisinya. Kegiatan pesta berjalan sangat meriah dan terlihat semua tampak bahagia pada saat acara pesta berlangsung.

Adegan berlanjut dimana seorang pelayan memberikan tagihan biaya untuk pesta yang baru saja digelarnya. Sang wanita dan pria yang awalnya tersenyum menerima tagihan yang masih belum di baca tiba-tiba syok sesaat setelah melihat jumlah tagihan untuk pesta yang baru mereka gelar.

Tabel 7 *Scane 7* "Gede-gedeane bikin pesta, malah nambah-nambahin utang"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Perayaan pesta seorang wanita yang di gelar dengan meriah	Terlihat wanita dan pria yang menggelar pesta syok sesaat setelah mendapatkan tagihan biaya perayaan pesta yang baru di gelar

Konotasi: adegan ke tujuh dan Teks “Gede-gedeane bikin pesta, malah nambah-nambahin hutang” seakan menunjukkan bahwa hanya banyak terjadi di sekitar kita orang yang bergaya tidak dengan kapasitasnya. Jika memang belum mampu untuk tampil mewah sebaiknya tidak memaksakan diri (Penanda).

Fenomena-fenomena mengorbankan diri sendiri dengan berhutang demi sebuah gengsi dan tanggapan orang akan status sosial bukan lagi menjadi rahasia umum. Banyak orang yang rela berhutang sana-sini demi sebuah gengsi dan gaya hidup hedonisme. Ingin terlihat kaya namun kemampuan belum mencapai terlihat pada adegan iklan bagian ke tujuh ini. Berhutang hanya akan menambah beban materil dan juga mental. Rendahnya rasa bersyukur dan percaya diri untuk menjalani hidup dengan apa yang dipunya tanpa harus berhutang, bukan lagi hal memalukan tetapi ada yang bangga melakukannya (petanda).

Ideologi: Bergaya demi gengsi walau berhutang adalah penanda dari rendahnya mentalitas kebanyakan orang untuk berani tampil apa adanya. Bersyukur atas apa yang di punya juga memerlukan kekukuhan yang kuat dari dalam diri setiap individu. Gengsi untuk tampil sebagai orang yang berada demi status sosial terkadang membelenggu kehidupan orang-orang yang tidak ingin merasa dirinya berada di kelas sosial menengah kebawah.

Memaksakan diri untuk tampil dengan gaya hedonisme seakan suatu yang mudah dilakukan. Rasa percaya diri harus ditanamkan sejak dini. Bergaya demi gengsi dengan cara berhutang bukanlah cerminan dari kehebatan atas pencapaian seseorang. Menjadi jati diri dan tampil percaya diri dengan kualitas diri dan etika yang baik merupakan satu apresiasi terhadap diri sendiri. Hal ini menjadi penting bahwa menjadi diri sendiri dan dapat mengukur diri akan membawa ketentraman dalam hidup tanpa di pusingkan dengan hutang piutang yang memusingkan.

Scane 8: “Rusuhnya di dunia maya, di dunia nyata diem aja”

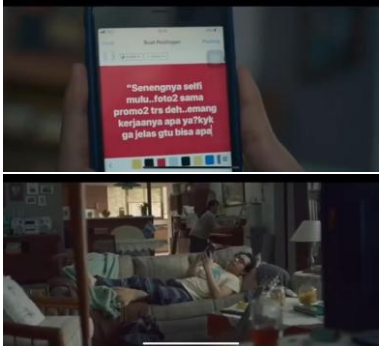
Analisis iklan rokok A Mild “Bukan Main” pada bagian ke delapan menayangkan seorang laki-laki yang sedang rebahan di sofa sembari memegang sebuah ponsel. Adegan selanjutnya laki-laki tersebut sedang mengetik sesuatu “Senengnya selfi mulu.. foto2 sama promo2 trs deh...emang kerjanya apa ya? Kyk ga jelas gitu bisa apa”. Untuk pemaknaan lebih detail melalui aspek denotasi, konotasi dan ideologi dari Roland Barthes sebagai berikut:

Denotasi: adegan pada bagian ke delapan ini menayangkan situasi di sebuah rumah dimana ada seorang laki-laki berkacamata yang sedang rebahan di kasur sambil memainkan sebuah telepon genggam miliknya. Lalu terlihat laki-laki tersebut sedang mengetik tulisan sebuah kalimat “Senengnya selfi mulu.. foto2 sama promo2 trs deh...emang kerjanya apa ya? Kyk ga jelas gitu bisa apa” tulisan itu mungkin akan di unggah ke laman akun media sosialnya.

Pria pada bagian ke delapan iklan tersebut merangkai tulisan seraya menyindir orang-orang yang kerjanya berfoto-foto selfi dan membuat promo-promo dimana kegiatan itu adalah kegiatan yang menghasilkan. Nyatanya terlihat dari adegan dalam tayangan iklan jika laki-laki

tersebut hanya bermalas-malasan sambil rebahan dengan sama sekali tidak mencerminkan perilaku produktif.

Tabel 8 Scane 8 "Rusuhnya di dunia maya, di dunia nyata diem aja"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Seorang pria sedang rebahan dengan memainkan tepelon genggamnya terlihat sedang menulis sebuah kalimat untuk di unggah ke media sosialnya	Terlihat seorang pria yang rebahan hanya memainkan ponsel dan mengunggah kalimat ke media sosial namun tidak berbicara atau berinteraksi dengan orang yang ada didekatnya

Konotasi: pemaknaan secara konotasi dari iklan A Mild "Bukan Main" pada scene ke delapan seraya memaparkan betapa orang sangat mudah untuk memberikan label pada orang lain. Sangat mudah berkomentar atas apa yang dilakukan orang lain namun tidak melihat bagaimana dan apa yang telah di perbuat oleh dirinya sendiri. Banyak sekali orang-orang dengan sangat mudah menggerakkan jarinya tanpa memikirkan apa akibatnya.

Iklan tersebut mengisyaratkan bahwa begitu banyak fenomena di dunia media sosial orang-orang yang tidak bertanggung jawab dengan mudah mengomentari dan meyindir seseorang atau komunitas tanpa berfikir akibatnya. Mudahnya mengakses dunia maya dan merasa dirinya paling benar di dunia media sosial terkadang tampak miris(penanda).

Bagian ke delapan mengisyaratkan bahwa banyak terjadi di sekitar kita orang yang tidak menarik diri apa yang dilakukannya ternyata lebih tidak menghasilkan apapun. Berani dengan lantang berkomentar di dunia sosial namun di dunia nyata tidak melakukan apapun dan hanya bermalas-malasan adalah tipikal orang dengan sebutan netizen berselancar di dunia media sosial(petanda).

Ideologi: Idealnya jika orang ingin mengomentari atau memberi nasihat kepada orang lain sebaiknya melihat dirinya sendiri dahulu. Sadar diri adalah hal yang penting untuk dimiliki oleh setiap orang. Berfikir sebelum bertindak adalah hal bijak yang seharusnya di lakukan oleh setiap orang.

Tidak berprasangka buruk terhadap hal yang dilakukan orang lain yang kita tidak mengetahui secara pasti adalah sebuah etika bermasyarakat. Dunia nyata adalah realita hidup yang harus dihadapi. Dunia media sosial tidak sepenuhnya benar. Bijak dalam bermedia sosial tentunya tidak akan merugikan siapapun. Jika berani dan aktif berbincang di dunia media sosial harusnya hal yang sama juga dilakukan di dunia nyata sehingga terjadi keseimbangan antara kehidupan dunia nyata dengan dunia sosial. Kita hidup didunia nyata juga butuh bersosialisasi.

Scane 9: "Cinta sama keindahan, bodoh amat sama kebersihan"

Adegan pada bagian ke sembilan dari iklan rokok A Mild "Bukan Main" menayangkan suasana keindahan di suatu pantai dengan pemandangan langit cerah dan air yang berwarna biru kehijauan juga pasir putih yang terlihat indah. Sepasang pria dan wanita terlihat sedang berenang di laut. Saat sedang berenang banyak sampah plastik yang mengapung mencerminkan ketidakpedulian terhadap lingkungan. Analisis lebih detail ditinjau dari aspek denotasi, konotasi, dan ideologi Roland Barthes dibahas sebagai berikut:

Denotasi: analisis dengan pendekatan aspek denotasi bagian ke sembilan iklan A Mild "Bukan Main" terlihat dalam tayangan iklan suasana pemandangan laut yang indah dengan air laut yang berwarna biru kehijauan, langit cerah, dan pasir yang tampak putih bersih. Sepasang laki-laki dan perempuan sedang asik menikmati keindahan pantai tersebut dan berlari kedalam air untuk berenang. Saat asik berenang terlihat seorang pria mendapati sampah pelastik di atas

kepalanya, namun dengan tidak peduli sampah itu langsung disingkirkan dari atas kepalanya. Terlihat mereka berdua seakan tidak memperdulikan sampah-sampah yang berserakan di sekeliling mereka.

Tabel 8 *Scane 8* "Rusuhnya di dunia maya, di dunia nyata diem aja"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Sepasang pria dan wanita sedang asik berenang di pantai dan banyak sampah di sekeliling mereka	Sepasang pria dan wanita yang tidak peduli dengan sampah yang berserakan di sekeliling tempat mereka sedang berenang

Konotasi: makna tersirat dari adegan iklan bagian ke sembilan menunjukkan banyak orang yang tidak peduli dengan keadaan sekitarnya. Pencemaran lingkungan terjadi dimana-mana. Tempat yang indah harusnya dapat menjadi tempat menghilangkan penat. Namun jika tempat yang indah sudah tercemar tandanya banyak orang yang tidak peduli dengan lingkungan(penanda).

Adegan ini mengisyaratkan bahwa banyak terjadi disekitar kita orang yang bersikap apatis dan tidak memperdulikan sekitar. Kepedulian akan kebersihan seakan bukan menjadi tanggung jawab bersama. Anggapan bahwa jika bukan kita yang membuang sampah sembarangan maka kita tidak berkewajiban untuk membuangnya adalah sebuah keapatisan kecil yang nyata dan banyak kita saksikan. (Penanda).

Ideologi: rasa peduli terhadap lingkungan sekitar seharusnya di lakukan oaleh setiap orang, namun nyatanya masih banyak orang-orang yang seakan tidak perduli dengan hal itu. Menjaga lingkungan agar tetap serasa bukan menjadi tanggung jawab bersama. Banyak orang yang masih apatis dalam melakukan kebaikan jika hal yang dilihat tidak sesuai bukan diakibatkan olehnya sendiri.

Prinsip untuk bersama menjaga lingkungan adalah prinsip bersama dalam menjaga keseimbangan alam. Kepedulian juga harus ditanamkan sejak dini agar kerusakan dan pencemaran lingkungan tidak lagi terus terjadi. Banyaknya sampah yang berserakan berarti moral untuk bersama menciptakan lingkungan yang bersih masih jauh dari kata baik.

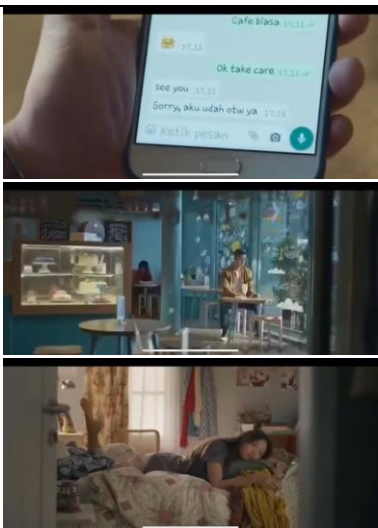
Scane 10: “Apa-apa ngumbar-ngumbar janji, tapi gak apa-apa nunda janji”

Adegan pada bagian ke sepuluh iklan *A Mild* “Bukan main” terdiri dari adegan yang menunjukkan isi pesan dari seorang wanita yang telah membuat janji dengan pria yang sudah menunggu. Wanita tersebut mengatajan sudah berangkat namun nyatanya masih bermalas-malasan di kamarnya. Analisis lebih detail di lihat dari aspek denotasi, konotasi, dan ideologi sebagai berikut:

Denotasi: adegan pada bagian ke sepuluh iklan *A Mild* “Bukan Main” menayangkan kisa seorang pria yang sedang menunggu seorang wanita di sebuah cafetaria. Terlihat isi pesan yang menunjukkan bahwa wanita tersebut telah berangkat menuju ke lokasi tempat keduanya berjanji. Tidak disangka ternyata wanita itu sudah berbohong karena setelah dia mengatakan sudah

berangkat ternyata dia masih rebahan di kasurnya. Pria yang menunggu tampak percaya dan senang saat menerima pesan kalau sang wanita bilang sudah berangkat namun nyatanya itu hanya janji palsu yang dibuat oleh si perempuan.

Tabel 9 Scane 10 "Apa-apa ngumbar janji, tapi gak apa-apa nunda janji"

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Menunjukkan isi sebuah pesan dari layar ponsel seorang wanita yang sedang bersantai	Memperlihatkan isi pesan seorang pria yang sedang menunggu seorang wanita untuk datang dengan isi pesan bahwa wanita tersebut telah berangkat padahal sedang berbohong karena masih bermalas-malasan

Konotasi: makna konotasi dari iklan rokok A Mild "Bukan Main" mengisyaratkan bahwa begitu mudah kita membuat janji namun dengan mudah juga diingkari. Demi untuk menyenangkan orang lain sesaat banyak orang yang melakukan kebohongan. Kerap terjadi di sekitar kita mengatakan pada pesan singkat "OTW (On The Way)" padahal nyatanya masih belum bersiap sama sekali di rumah(penanda).

Ketidakjujuran yang sering kali di anggap hal yang remeh dalam keseharian sering kita temui. Iklan tersebut seakan mengisyaratkan tidak apa-apa jika berbohong yang penting bisa menyelamatkan diri. Kerap ketidakjujuran dijadikan sebuah alasan untuk menutupi kesalahan. Hal ini bukanlah hal yang wajar dan dapat di kecualikan (Petanda).

Ideologi: adegan iklan bagian ke sepuluh ini mengajarkan bahwa kebohongan tetap sebuah kebohongan yang merupakan hal salah. Kebiasaan yang salah seperti ini seharusnya mendapatkan perhatian untuk tidak di toleransi. Pembiasaan akan keburukan sikap jika dibiarkan akan menjadi satu kebiasaan.

Disiplin diri dan menghargai orang lain merupakan konsekwensi dari sebuah janji. Janji kerap dianggap sebagai hutang, namun sekarang banyak orang yang senang menunda janji yang berarti menunda menunaikan hutang. Rasa tanggung jawab yang lemah seharusnya menjadi kesadaran bagi setiap individu untuk selalu memposisikan diri pada posisi orang lain. Menghindari masalah tidak harus dengan berbohong, mendapatkan pengertian dari orang lain lebih baik dari pada berbohong tentunya di barengi dengan tanggung jawab dan tidak dengan sengaja melalaikan janji.

Scane 11: "Inilah cerita jutaan orang yang bukan main"

Scene ke sebelas ini merupakan scen terakhir dari iklan rokok A Mild "Bukan Main". Adegan puncak pada iklan terkhir ini menayangkan sebuah konser meriah yang diadakan oleh group band. Ditengah keramaian terlihat hanya satu orang yang benar-benar bersorak dan terlihat menikmati konser tersebut di antara orang-orang yang sibuk merekam aksi sang penghibur. Analisis lebih detai dengan pendekatan teori semiotik Roland Barthes pada aspek denotasi, konotasi, dan ideologi sebgai berikut:

Denotasi: bagian ke sebelah ini menayangkan sebuah pertunjukan konser dari sebuah group band yang sangat meriah. Terlihat begitu ramai dengan jumlah penonton yang cukup padat. Diantara sekian banyak penonton hanya terlihat satu orang laki-laki yang benar-benar menikmati konser tersebut. Awalnya laki-laki yang berambut panjang tersebut merasa heran mengapa hanya dia yang antusias dengan melompat-lompat sendirian dimana oranglain pada sibuk merekam aksi dari group band tersebut dengan menggunakan ponsel mereka. Bahagia orang memang berbeda namun tidak banyak orang terlihat benar-benar menikmati hiburan dengan makna yang sebenarnya.

Tabel 10 *Scane 11 "Inilah cerita jutaan orang yang bukan main"*

No	Tanda (Gambar)	Penanda	Petanda
1		Sebuah pertunjukan konser dengan jumlah penonton yang sangat ramai	Memperlihatkan sebuah pertunjukan konser dengan jumlah penonton yang cukup banyak namun kebanyakan dari penonton sibuk merekam dan bukan menikmatinya.

Konotasi: makna tersirat dari adegan iklan bagian terakhir ini mengisyaratkan bahwa dunia sedang tidak baik-baik saja. Bukan main ini lah realita zaman sekarang dimana orang-orang menonton konser atau menikmati hiburan bukan dengan cara dinikmati sebagaimana mestinya. Konten untuk asupan media sosial menjadi lebih penting. Sekian banyak penonton konser hanya ada satu yang bisa menikmati. Terbukti makna menikmati sebuah hiburan telah beralih menjadi membayar sebuah hiburan hanya untuk mendapatkan apresiasi dari warganet di media sosial (penanda).

Sudah menjadi hal lumrah saat ini orang lebih tertarik dengan ponsel mereka. Interaksi dunia nyata seakan tidak lagi penting. Makna dari satu hiburan hanya sebatas sebagai konten dan bukan lagi untuk menghilangkan penat (petanda).

Ideologi: interaksi nyata dengan memberikan respon nyata adalah sebuah apresiasi bagi setiap usaha yang dilakukan oleh orang lain. Adegan pada bagian terakhir iklan ini menunjukkan betapa bukan mainnya tindakan manusia pada zaman sekarang. Hanya tersisa bagian kecil dari orang-orang yang mampu memberikan apresiasi secara nyata.

Ponsel pintar dan media sosial seakan telah menggeserkan orang-orang yang nyatanya ada di samping kita. Intensitas interaksi langsung antarmanusia jauh lebih berkurang. Merasa ramai di tempat sunyi dan merasa sunyi di tempat ramai merupakan istilah dari fenomena-fenomena yang terjadi saat sekarang ini. Setiap kali berkumpul bukannya ngobrol dan saling berbagi cerita namun kebanyakan pada sibuk dengan ponsel masing-masing. Betapa dunia sedang tidak baik-baik saja manusia mulai digantikan dengan alat. Menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh sudah jadi pemandangan biasa. Begitu kiatnya pengaruh media sosial sehingga penilaian dan apresiasi dari media sosial seakan diatas penilaian dan apresiasi manusia secara langsung.

SIMPULAN

Setiap tampilan atau tayangan dari sebuah objek iklan tentunya memiliki tujuannya tersendiri. Cara menginterpretasikan dan daya tafsir setiap orang akan berbeda tentunya. Banyak cara untuk memaknai sebuah tayangan iklan, salah satunya dengan pendekatan teori semiotika Ronald Barthes. Beberapa aspek yang dapat digunakan adalah dengan melihat aspek tersebut dari sudut pandang pemaknaan tingkat pertama dengan melihat memaknai sesuatu dengan apa yang terlihat atau disebut aspek denotasi, pemaknaan tingkat kedua dengan melihat makna pesan yang tersirat atau konotasi, dan memaknainya menggunakan aspek ideologi dengan melihat mitos-mitos yang terkandung didalam sebuah tayangan iklan. Berikut kesimpulan dari hasil penelitian ini:

Penggunaan pendekatan analisis semiotika dalam memaknai iklan rokok A Mild “Bukan Main” memudahkan setiap orang untuk memahami secara jelas makna yang ingin disampaikan dari iklan tersebut. Dengan adanya penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*) maka urutan-urutan pemaknaan menjadi terstruktur. Semiotika sendiri mampu menghadirkan pemaknaan sebuah karya visual menjadi lebih jelas.

Hasil dari analisis iklan rokok A Mild “Bukan Main” mengandung banyak makna dimana setelah di analisis secara denotatif iklan tersebut dapat dijelaskan secara lugas dan tegas. Hanya dengan melihatnya kita dapat langsung mengerti adegan dalam tayangan kerap kita temukan dalam interaksi sehari-hari.

Secara tersirat (aspek konotatif) iklan ini di dominasi oleh iklan yang memiliki makna satire atau sindiran, dimana banyak adegan dan teks atau jingle yang mengarah pada fenomena-fenomena yang terjadi di dalam interaksi sehari-hari masyarakat Indonesia. Kita diajak untuk tersindir bahwa banyak pengecualian-pengecualian pelanggaran norma-norma sosial yang sudah dianggap menjadi hal biasa.

Secara aspek ideologi melalui iklan ini pembuat iklan memiliki tujuan untuk mengajak para penontonnya agar sadar bahwa pelanggaran tidak dapat terus menerus diabaikan, memulai dari diri sendiri untuk bisa menjadi manusia yang maju membutuhkan kesadaran diri yang baik.

Perusahaan PT Sampoerna Tbk, melalui iklan rokok A Mild “Bukan Main” berhasil menciptakan stigma atau citra positif dari penayangannya. Hanya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu masyarakat sadar bahwa itu adalah iklan rokok tanpa harus memunculkan secara gamblang kegiatan merokok sesuai peraturan yang berlaku. Pesan moral yang disampaikan dapat dengan mudah di terima karena adegannya banyak menyentuh ranah fenomena-fenomena yang terjadi dalam interaksi masyarakat sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Haris Malikul. 2015. *Pesan Hidup Sehat Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Aqua Versi Selfie Bareng Sandhy Sandoro dan Narji)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Anggriani, Venty. 2016. *Prinsip-Prinsip Komposisi Desain Komunikasi Visual Pada Poster Iklan Rokok Galan*. Universitas Negeri Medan.
- Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Haryadi, Toto. *Analisis Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi “Es Kacang Hijau” Dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes*. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Mitak, Clara Natalia Christina. *Wacana Iklan Televisi Rokok Djarum 76 Versi “Penguin Eksis”*: *Analisis Tanda Menurut Roland Barthes*. Jurnal Ilmiah Kebudayaan Sintesis, Volume 11, No. 2, Oktober 2017: 95-107. Universitas Sanata Dharma.
- Purningsih, Iis. (2017). *Makna dan Pesan Dalam baliho Pemilu Legislatif 2014*. Jurnal Desain Vo. 4 No. 3, Mei 2017 231-242. Universitas Indraprasta PGRI.
- Rahmadoni, Gema (2018). *Inteerpresiasi Denotasi dan Makna Konotasi Dalam Iklan Worls Wide Fund For Nature (WWF)*. Universitas Negeri Medan.
- Sobur, Alex. (2015). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis “Framing”*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Suhandang, Kustadi. (2018). *Periklanan Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa.
- Tamara, Junisty. 2021. *Kajian Semiotika Roland Barthes Pada Poster UNICEF*. Universitas Negeri Medan.
- Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual*. Nirmana Vol. 5, No. 1, Januari 2003: 31-47. ISI Yogyakarta.
- Valentina, Agnes (2016). *Analisis Foto Pada Iklan Rokok Sampoerna A Mild dari Bulan Juli 2014-juli 2015 Dilihat Dari Teknik dan Tema*. Universitas negeri Medan.
- Yusuf, A,Muri. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zulkifli, *Commodification of Ulos in the Perception and Respond of Batak Society (Structuralism Approach)*. Vol. 6, No. 20, 2016: 49. International Institute for Science.