

PESAN MORAL DALAM IKLAN IM3 “KEMBALI UNTUK MENGULANG #SERUNYASILATURAHMI” DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA ROLAND BARTHES)

MELI FIRDAUSI NAZILA

UNIVERSITAS GADJAH MADA

e-mail : melifirdausi@gmail.com

ABSTRAK

Iklan adalah instrumen penting dalam promosi produk. YouTube menjadi media komunikasi PT. Indosat Ooredoo untuk mengiklankan produknya yaitu IM3 Ooredoo seperti iklan versi “Kembali Untuk Mengulang #Serunya Silaturahmi”. Iklan sebagai instrumen promosi memiliki pesan moral. Penelitian ini bertujuan menganalisis tanda pada komunikasi verbal dan non verbal. Lalu menginterpretasi makna denotasi dan konotasi. Teori yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes. Pendekatan penelitiannya secara kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini adalah IM3 dapat menjadi solusi permasalahan komunikasi. Setiap scene menampilkan komunikasi yang terulang kembali bersama orang terdekat. Tanpa melupakan orang-orang yang jauh, IM3 menawarkan solusi kreatif melalui pembelian paket internet. Pesan verbal yang ditampilkan dari iklan ini adalah lagu berjudul Kembali Untuk Mengulang. Pesan non verbalnya adalah semua pengambilan gambar, ekspresi wajah, gerak tubuh. Makna denotasinya adalah semua aktivitas yang ditampilkan secara verbal dan non verbal. Sedangkan makna konotasinya adalah interpretasi makna bersifat implisit yaitu IM3 dapat mendekatkan yang jauh dan mendekatkan kembali orang yang sudah dekat. Kesimpulannya yaitu iklan ini adalah iklan yang mengajak masyarakat untuk menciptakan kebersamaan di bulan Ramadhan bersama orang-orang terdekat. IM3 dapat menjadi solusi permasalahan komunikasi yaitu jalinan kekerabatan kepada orang-orang yang berbeda tempat agar tetap terhubung melalui internet.

Keywords: Iklan, YouTube, Semiotika, Makna

1. PENDAHULUAN

Iklan adalah instrumen penting dalam promosi suatu produk atau jasa dari perusahaan (Lukitaningsih, 2013). Iklan adalah bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang dapat disampaikan melalui media cetak, media elektronik, dan internet. Adanya iklan bertujuan untuk menarik minat calon konsumen untuk membeli produk

perusahaan (Azhari, 2014). Oleh karena itu produksi iklan memerlukan strategi kreasi yang inovatif agar iklan nampak berbeda dari iklan lain (Gunalan, 2020).

Internet sebagai media baru saat ini tengah berkembang pesat. Internet menjadi media yang efektif dan efisien sebagai media publikasi, promosi, sarana komunikasi, dan pencarian informasi (Yunianto & Sirine, 2018).

Youtube merupakan salah satu sasaran media beriklan perusahaan. Bahkan jumlah pengiklan di Youtube mengalami kenaikan lebih dari 40% setiap tahunnya. Hal ini karena besarnya pengguna Youtube yang dilansir mencapai lebih dari satu miliar penonton. Youtube ditonton oleh sepertiga pengguna internet di dunia sehingga menghasilkan miliaran kali tayangan setiap hari. Presentasi jumlah jam tayangan juga mengalami kenaikan sebesar 60% setiap tahun (Yuniarto & Sirine, 2018).

Banyaknya iklan terpasang di Youtube tak jarang membuat kesal para penonton (Azhari, 2014). Hal ini karena konten dari iklan terkadang tidak sesuai dengan produk yang dipromosikan. Selain itu tidak adanya unsur *unique selling promotion* dari menyampaikan iklan. Para pembuat iklan perlu memiliki kreativitas agar tercipta ide-ide segar untuk menarik perhatian calon konsumen. Kreativitas ini penting dalam trend iklan di tengah ketatnya persaingan pengiklan di Youtube sekarang (Ardia & Indriawan, 2020).

Iklan pada Youtube terdiri atas *scenes* dengan warna, tanda, kode, gerak, suara, musik, dan pesan yang ditampilkan secara audio visual. Iklan mempersuasi khalayak dari makna yang disampaikan (Nurfebiaraning, 2017). Interpretasi makna pada iklan dapat ditelusuri dengan analisis semiotika. Semiotika memaparkan bagaimana tanda, kode, dan makna membentuk iklan. Iklan dibuat tidak hanya sebatas

kepentingan pemasaran produk, namun terdapat pesan secara verbal dan nonverbal yang dapat dilihat secara implisit maupun eksplisit.

Salah satu iklan IM3 yang menarik diteliti adalah iklan IM3 versi “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaSilaturahmi” yang ditayangkan di media YouTube. Iklan ini dirilis pada 14 Maret 2023 untuk menyambut Bulan Ramadhan. Iklan berdurasi 5 menit 14 detik ini menggandeng empat musisi tanah air seperti Ari Lesmana, Fiersa Besari, Hindia, dan Feby Putri. Hingga penelitian ini ditulis, sudah sebanyak 34.632.832 penayangan dan 7,8 ribu *likes* di Youtube. Tema dari iklan ini adalah merasakan kembali keseruan tradisi Ramadhan mulai dari pawai obor, *ngabuburit* mencari takjil, buka bersama, dan membangunkan orang sahur. Iklan IM3 bersama para musisi tersebut menceritakan perjalanan masing-masing dalam menemukan kembali keseruan dan tradisi Ramadhan yang dirindukan melalui lagu berjudul Kembali Untuk Mengulang yang diciptakan bersama di *collaboration mini camp*.

Berbeda dengan iklan IM3 sebelumnya, iklan versi “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaSilaturahmi” ini menarik untuk ditelusuri lebih lanjut. Hal ini disebabkan setiap *scene* memiliki pesan moral bagi penontonnya. Melalui iklan ini IM3 berusaha membawakan suasana masa kecil ketika datang Ramadhan. Berbagai tradisi seperti pawai obor, *ngabuburit*, buka bersama, pesta

kembang api, hingga sahur diceritakan kembali dalam iklan. Kenangan manis masa kecil bersama orang terdekat dapat diciptakan kembali ketika sudah dewasa. Salah satu cuplikan yang terjadi dalam *scene* iklan ini adalah pulangnya seorang pemuda yang telah merantau lama di ibukota ke kampung halaman di Pekanbaru. Dia disambut hangat oleh orang tuanya. Kebersamaan dengan orang tua yang telah lama berpisah, berusaha dia ciptakan kembali dengan cara beraktivitas bersama.

Penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes. Roland Barthes adalah tokoh semiotika yang terkenal akan pemikirannya bagaimana menganalisis makna dalam tanda. Barthes mencetuskan model analisis semiotika tanda signifikan ke dalam dua tahap atau *two order of signification*. Dari dua tahap ini dikembangkan menjadi tanda denotasi dan konotasi (Griffin, 2019). Tanda denotasi menghasilkan makna eksplisit, langsung, pasti, bersifat tertutup terhadap tafsir baru. Kemudian tanda konotasi menghasilkan makna implisit, tidak langsung, tidak pasti. (Sarifah, 2022). Tanda konotasi bersifat umum, global, tersebar dan terbuka pada tafsir baru (Barthes, 2017). Tahap penyampaian pesan moral menurut Roland Barthes sendiri adalah dengan menganalisis tanda lalu diperoleh makna denotasi dan konotasi (Kusuma, 2017). Dari analisis ini akan diperoleh pesan moral yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan kepada penontonnya.

Berdasarkan analisis Roland Barthes di atas, maka hal yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan mencari bahan iklan lalu dianalisis setiap *scene*. Selanjutnya memperhatikan tanda pada setiap objek sehingga dapat diperoleh makna secara denotasi dan konotasinya. Tahap terakhir adalah menyimpulkan interpretasi pesan moral dalam iklan IM3 versi “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaSilaturahmi” ini.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode penulisannya secara deskriptif dan bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, mendalam, nyata, dan akurat (Triyono, 2021). Analisis yang digunakan adalah semiotika. Semiotika merupakan suatu ilmu dan metode analisis yang mengkaji tanda, kode, dan makna. Fokus penelitiannya pada analisis tanda melalui komunikasi verbal (percakapan pemeran iklan, lagu), dan komunikasi non verbal (pengambilan gambar (*type of shot*), ekspresi wajah, gerak tubuh), makna denotasi dan konotasi. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi terhadap iklan IM3 versi “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaSilaturahmi” dan studi pustaka terhadap jurnal-jurnal yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan PT. Indosat Tbk (Indosat Ooredoo)

PT. Indosat Tbk (Indosat Ooredoo) adalah penyelenggara jasa telekomunikasi terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini adalah bagian dari Grup Ooredoo sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi dunia. Indosat Ooredoo didirikan pada tahun 1967 yang menyediakan layanan selular, data tetap, dan layanan broadband nirkabel serta layana telekomunikasi tetap. Visi PT. Indosat Ooredoo yaitu menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia. Adapun misinya menyediakan layanan dan produk yang membebaskan, jaringan data unggul, memperlakukan pelanggan sebagai sahabat, dan menumbuhkan transformasi digital.

Profil Produk

IM3 Ooredoo pada mulanya adalah sebuah perusahaan bernama PT. Indosat Multi Media Mobile (IM3). Perusahaan ini menjadi operator layanan telekomunikasi berbasis GPRS pertama di Indonesia. Pada tahun 2003, PT. Indosat Tbk melakukan merger terhadap PT. Indosat Multi Media Mobile, PT. Satelindo, da PT. Bimagraha menjadi operator seluler di Indonesia dengan brand bernama IM3. Selanjutnya pada tahun 2015, karena proses akuisisi saham mayoritas PT. Indosat Tbk oleh Qatar Telecom, identitas berubah menjadi PT. Indosat Ooredoo. Perubahan ini berimbas pada perubahan brand yang

sudah ada menjadi IM3 Ooredoo. Produk IM3 Ooredoo dapat dilihat di laman website www.indosatooredoo.com.

Merujuk pada uraian teori analisis semiotika Roland Barthes, maka penelitian ini mengacu pada konsep analisis tanda, makna denotasi dan konotasi, pesan moral. Penelitian ini meneliti dari segi komunikasi verbal berupa dialog pemeran dalam iklan, dan komunikasi non verbal berupa pengambilan gambar (*type of shot*), ekspresi wajah, gerak tubuh, lalu makna denotasi dan konotasi.



Scene 1

Scene 1 pada detik ke 00:00:20 menceritakan kepulangan seorang pemuda dari perantauannya di Jakarta ke rumahnya di Pekanbaru. Ia mencium tangan dan memeluk ibunya melepas rindu. Sesampai di rumah, pemuda itu ikut membantu memasak bersama ibunya. Sang Ibu mengatakan rindu mendengar suara adzan anaknya yang saat kecil sering melakukan adzan.

Tabel 1.

Analisis *Scene 1*

Dialog/Lirik	Pemuda: Hallo Ibu Ibu: Ibu kangen suara kamu yang dulu Adzan
Ekspresi	Senang, Senyum, dan terharu
<i>Type of Shot</i>	1. <i>Medium close up</i> 2. <i>Long shot</i>

Denotasi	Pemuda yang baru tiba di rumahnya di Pekanbaru disambut hangat oleh ibunya di depan rumah. Ia mencium tangan dan memeluk tubuh ibunya. Pemuda itu membantu menyiapkan buka puasa di dapur bersama ibunya. Ibu mengatakan bahwa dirinya rindu dengan suara anaknya saat kecil dahulu. Pemuda itu hanya membalas ucapan ibunya dengan senyuman.
Konotasi	Pemuda yang tiba itu baru saja pulang dari perantauannya di Jakarta. Ia mencium tangan dan memeluk tubuh ibunya lama tak bertemu. Ia yang membantu ibunya di dapur menandakan bahwa ia sosok anak yang ringan tangan. Ibu yang mengatakan rindu suara anaknya pertanda bahwa ibu itu ingin mendengar kembali suara adzan anaknya di masjid, karena dalam <i>scene</i> terdapat <i>backsound</i> suara adzan tanda berbuka puasa. Pemuda yang membalas dengan senyuman pertanda dia terkesan dengan ucapan ibunya dan mau melakukan perintah itu.



Scene 2

Scene 2 pada detik ke 00:00:32 menampilkan Heni sedang duduk satu meja menyantap makan sahur bersama ayah dan ibunya. Heni melihat menu Ikan Pallumara terhidang di meja seketika langsung terbayang memori masa lalu. Saat itu ia pernah memasak menu tersebut bersama neneknya di dapur rumahnya. Suasana hangat pun tercipta dari riang tawa yang terpancar.

Tabel 2.

Analisis *Scene 2*

Dialog/Lirik	Nenek: Heni, yang halus ya nak karena ikannya gampang hancur Heni: Oh ya? Nenek: Nah gini nih bikin Ikan Pallumara Lirik: Beri diriku sedikit pujian, kau berhasil lewati masa yang sulit dan pahit
Ekspresi	Melamun dan tertawa
<i>Type of Shot</i>	1. <i>Long shot</i> 2. <i>Medium close up</i>
Denotasi	Heni sedang duduk satu meja menyantap sahur bersama ayah dan ibunya. Ia baru saja pulang dari Jakarta dan tiba di rumahnya di Makassar. Heni melihat menu makanan Ikan Pallumara di meja makan dan teringat kenangan memasak bersama neneknya. Heni diajari resep yang tepat memasak menu tersebut. Heni tertawa dan memeluk nenek.
Konotasi	Heni yang duduk satu meja menyantap menu sahur bersama ayah dan ibu menandakan bahwa Heni sedang membangun kebersamaan yang hangat

	bersama keluarga setelah ia pulang dari perantauan. Heni yang teringat kenangan bersama neneknya pertanda bahwa Heni merindukan nenek dan masakannya yang lezat. Nenek yang mengajarkan resep yang tepat menandakan bahwa nenek sangat peduli dan ingin Heni berhasil memasak. Heni memeluk nenek pertanda bahwa Heni sangat menyayangi neneknya yang peduli.
--	---



Scene 3

Scene 3 pada menit ke 00:01:19 menampilkan Ikhsan yang sedang memakaikan mukenah pada putrinya untuk sholat bersama. Ia memeluk dan mengelus putrinya. Seusai sholat, Ikhsan merapikan sajadah dan memasukkan ke lemari. Lalu ia terbayang ingatan dahulu juga pernah dipakaikan sarung oleh ayahnya sebelum sholat.

Tabel 3.

Analisis Scene 3

Dialog/Lirik	Ayah: San sini Ayah pakaikan sarungnya Ikhsan: Terima kasih Ayah Lirik: Kita kembali tuk mengulang. Kembali tuk berjuang. Hari bahagia datang. Perjalanan masih panjang. Perjalanan masih panjang.
Ekspresi	Senyum, melamun, riang, tawa
Type of Shot	Long shot
Denotasi	Ikhsan sedang memakaikan mukenah pada putrinya sebelum sholat. Latar tempat terjadi di rumah Ikhsan di Bandung. Ia memeluk dan mengelus putrinya. Seusai sholat, Ikhsan merapikan sajadah dan terlintas bayangan masa kecilnya. Duhulu ia pernah dipakaikan sarung oleh ayahnya sebelum sholat. Ikhsan bercanda tawa dengan ayahnya.
Konotasi	Ikhsan yang memakaikan mukenah pada putrinya menunjukkan bahwa ia peduli dan berusaha menanamkan nilai agama yang baik pada anaknya. Ikhsan memeluk dan mengelus putrinya pertanda ia sangat menyayangi anaknya. Ikhsan yang bernostalgia dengan memori masa kecil pertanda bahwa ia rindu masa-masa bersama ayahnya. Kehangatan yang Ikhsan berikan pada putrinya adalah turunan perilaku dari ayahnya kepadanya



Scene 4

Scene 4 pada menit ke 00:01:45 menampilkan seorang pria yang sedang mengamati kegiatan bagi-bagi takjil gratis di Jakarta. Ia tersenyum melihat banyak orang antusias mengantre takjil gratis. Ia berjalan pergi dari keramaian dan menemukan tempat makan yang dulu ia dan teman-temannya pernah makan disana. Namun tempat makan itu sekarang tutup

Tabel 4.

Analisis Scene 4

Dialog/Lirik	Tidak ada Lirik: Kerinduan mencari arti pulang. Dan kenangan yang menjadi arah. Kita rayakan semua rasa damai dan bahagia. Yang menghampiri asa. Semua resah hilang dengan cepat.
Ekspresi	Mengamati, senyum, sedih, bahagia
Type of Shot	1. Long shot 2. Medium close up
Denotasi	Seorang pria mengamati kegiatan bagi-bagi takjil gratis di sore hari di Jakarta. Ia tersenyum saat melihat ramai orang berdatangan. Pria itu berjalan hingga menemukan

	tempat makan Bakmie Ben-Ben yang sudah tutup. Ia terlihat murung. Lalu ia terbayang dahulu bersama teman-temannya, mereka makan di tempat tersebut sambil bercanda tawa. Ingatan itu seketika hilang, dan ia melanjutkan berjalan.
Konotasi	Pria tersenyum saat melihat banyak orang yang antre takjil artinya tradisi bagi takjil gratis masih diminati banyak orang hingga kini. Pria yang terlihat murung saat melihat Bakmie Ben-Ben tutup pertanda bahwa ia teringat dengan kenangan bersama teman-temannya dulu yang sering nongkrong disana. Namun kini, teman-temannya telah hidup masing-masing.



Scene 5

Scene 5 pada menit ke 00:02:20 menampilkan momen kebersamaan keluarga besar Heni di rumahnya. Ia menjamu saudara-saudaranya untuk makan bersama. Ia telah memasak semua menu makanan dengan resep-resep yang pernah diajarkan oleh neneknya.

Tabel 5.

Analisis Scene 5

Dialog/Lirik	Tidak ada Lirik: Maka kau jaga itu. Maka kau jaga itu. Kesempatan tuk mengulang. Maka kau jaga itu.
--------------	--

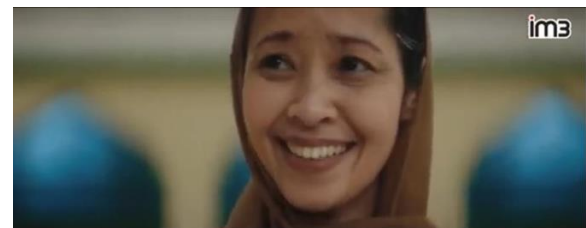
Ekspresi	Riang dan tertawa
Type of Shot	Long shot
Denotasi	Heni memasak makanan di dapur. Ia juga memasak Ikan Pallumara. Ia menyambut saudara-saudaranya dan mempersilakan duduk di kursi makan. Ayah Heni mencicipi masakan anaknya dan tersenyum mengangguk pada Heni.
Konotasi	Heni memasak makanan di dapur pertanda ia sedang mempersiapkan kedatangan saudara-saudaranya. Ayah Heni yang mencicipi masakan Heni sambil tersenyum dan mengangguk pertanda rasanya enak dan ia suka.

	Bazar Ramadhan. Terlihat juga mereka sedang menawarkan makanan yang akan di beli pada sebuah stand. Mereka berdua lantas melihat kemeriahan kembang api di angkasa. Putri ikhsan menarik tangannya untuk bermain kembang api.
Konotasi	Ikhsan membawa putrinya ke bazar pertanda ia ingin menciptakan momen manis bersama putrinya. Ia ingin putrinya merasakan tradisi Ramadhan yang menyenangkan. Anak yang menarik tangan Ikhsan pertanda ia ingin melihat kembang api dan bermain kembang api.



Scene 6

Scene 6 pada menit ke 00:02:50 menampilkan keramaian Bazar Ramadhan. Ikhsan mengajak putrinya untuk bermain kembang api dan menyaksikan kembang api di langit malam.



Scene 7

Scene 7 pada menit ke 00:03:14 menampilkan seorang pria yang datang ke masjid bersama ibunya. Ia lalu memulai adzan di mikrofon masjid. Terdengar suaranya melantunkan adzan.

Tabel 6.

Analisis Scene 6

Dialog/Lirik	Tidak ada Lirik: Merelakan, memaafkan, merayakan. Nanana... Kembali tuk mengulang Merayakan-merayakan kisah kita bersama. Kembali bertukar tawa. Bertukar tawa.
Ekspresi	Penuh tawa
Type of Shot	Detail close up
Denotasi	Ikhsan membawa putrinya ke

Tabel 7.

Analisis Scene 7

Dialog/Lirik	Lantunan adzan
Ekspresi	Ibu senang dan terharu
Type of Shot	Close up
Denotasi	Seorang pria datang ke masjid. Ia mendekati mikrofon dan melantunkan adzan. Ia khuyuk ketika melantunkan adzan. Ditampilkan juga cuplikan masa kecil pria tersebut melakukan hal yang sama. Ibu tersenyum saat mendengar suara anaknya.
Konotasi	Pria datang ke masjid pertanda dia akan ikut sholat berjamaah. Ia khuyuk melantunkan adzan pertanda dia sedang konsentrasi. Cuplikan masa kecil pria pertanda bahwa saat kecil, ia sering adzan di masjid kampungnya. Kini ia melakukannya kembali ketika dewasa. Ibu tersenyum mendengar suara anaknya pertanda keinginan ibu dituruti.



Scene 8

Scene 8 pada menit ke 00:04:43 menampilkan seorang pria yang datang ke Bazar Ramadhan. Ia menemukan gerobak Bakmie Ben-Ben yang dicaricarinya. Pria itu menghubungi teman-temannya. Mereka datang lalu berkumpul untuk makan bersama.

Tabel 8.

Analisis Scene 8

Dialog/Lirik	Pria: Gua ketemu Bakmie Ben-Ben Lirik: Merelakan, memaafkan, merayakan kisah kita bersama. Kembali bertukar tawa. Bertukar tawa.
Ekspresi	Senang dan penuh tawa
Type of Shot	Medium close up
Denotasi	Seorang pria datang ke Bazar Ramadhan. Ia kaget menemukan gerobak Bakmie Ben-Ben. Pria itu menghubungi teman - temannya. Mereka berdatangan dan berkumpul bersama. Mereka juga bercanda tawa.
Konotasi	Pria kaget menemukan Bakmie Ben-Ben pertanda bahwa ia tak menyangka bisa menemukan makanan yang ia cari-cari. Sedangkan kemarin ia menemukan tempat makannya sudah tutup. Pria yang menghubungi teman-temannya pertanda bahwa ia ingin berjumpa dan bernostalgia bersama setelah sekian lama tak pernah bertemu. Mereka yang bergelagak tawa pertanda bahwa mereka saling akrab dan asyik dalam obrolan.



Scene 9

Scene 9 pada menit ke 00:04:51 menampilkan pria yang sedang di Bakmie Ben-Ben menghubungi kawan-kawannya dari Pekanbaru, Makassar, Bandung melalui video call. Mereka saling menunjukkan keseruan dan

kebersamaan dengan orang terdekat.

Tabel 9.

Analisis Scene 9

Dialog/Lirik	Pria: Hai-Hai Guys Heni: Hai Pria: Gimana Ramadhannya? Ikhsan: Seru Pria: Seru dong, tuh... Heni: Selamat berbuka puasa ya buat kalian Lirik: Merelakan, memaafkan, merayakan kisah kita bersama. Kembali bertukar tawa. Bertukar tawa
Ekspresi	Senang dan penuh tawa
Type of Shot	Close up Long shot
Denotasi	Pria yang bersama teman-temannya di Bakmie Ben- Ben menghubungi kawan-kawannya dari Pekanbaru, Makassar, dan Bandung melalui video call. Ia menanyai kabar dan menunjukkan keseruan masing-masing. Mereka saling melambaikan tangan dengan gembira.
Konotasi	Pria yang menghubungi kawan-kawannya pertanda ia ingat kawan- kawannya yang telah mudik ke kampung halaman. Teknologi juga dapat mendekatkan orang yang jauh agar tetap bisa silaturahmi. Pria itu ingin menanyai kabar dan keseruan bulan puasanya. Mereka saling melambaikan tangan dengan senang pertanda mereka sedang menyapa satu sama lain.

Scene 10 pada menit ke 00:05.00 menampilkan pesan yang disampaikan iklan. Kalimatnya berbunyi “yang sempat hilang jadi lebih bernilai saat kembali” diucapkan oleh *voice over* iklan.

Tabel 10.

Analisis Scene 10

Dialog/Lirik	Yang sempat hilang jadi lebih bernilai saat kembali Lirik: Kesempatan tuk mengulang Kembalikan keseruan
Ekspresi	Senang dan penuh tawa
Type of Shot	Blur
Denotasi	Terdapat pesan yang diucapkan oleh <i>voice over</i> .
Konotasi	Iklan ini berpesan agar tidak menysia-nyiakan kebersamaan bersama orang terdekat selagi dapat bersama. Kebersamaan yang tercipta kembali bersama orang-orang yang sempat hilang akan memiliki nilai lebih saat kita bisa menyatukannya.



Scene 10

Dari analisis *scene by scene* di atas didapatkan makna bahwa IM3 sebagai layanan seluler berbasis penjualan paket internet dapat menjadi solusi alternatif untuk terhubung dengan banyak orang. Tiap *scene* yang ditampilkan berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. *Scene*-nya menggambarkan betapa berharganya dapat terkoneksi dengan orang-orang dekat, menghabiskan waktu bersama, mengulang kembali kenangan,

tanpa harus melupakan orang-orang jauh yang berbeda tempat.

Seperti yang kita ketahui bahwa setiap orang selalu berinteraksi. Ada kalanya orang menemukan teman baru dan melupakan teman lama. Iklan ini mengandung pesan moral bahwa tidak ada kata terlambat untuk mengulang kembali momen bersama orang-orang yang telah lama hilang. Kenangan dapat diciptakan kembali bersama orang yang sama, selama kita mau berkomunikasi. Pada dasarnya kita akan menyesal jika terlambat menyadari betapa berharganya kehadiran orang-orang terdekat.

Iklan IM3 versi “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaRamadhan” juga menggugah ingatan masa kecil para pemerannya saat Ramadhan, agar khalayak juga dapat ikut *flashback* ke memori masing-masing. Bermacam-macam tradisi Ramadhan yang diikuti menciptakan memori berkesan bagi setiap orang yang mengalami. Tradisi seperti mencari takjil gratis, buka bersama, sholat tarawih berjamaah, membangunkan orang sahur, adzan, pawai obor, bazar, dan pesta kembang api tersebut dapat dilakukan kembali di masa sekarang. Meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk bernostalgia mengikuti keseruan Ramadhan dapat menjadi pilihan untuk menciptakan Ramadhan yang berkesan.

Pada akhir *scene*, IM3 menawarkan pilihan paket internet agar dapat terjalin dengan banyak orang. Jalinan komunikasi bersama orang terdekat sama pentingnya dengan kawan yang

jauh. Untuk memudahkan komunikasi ini tanpa takut internet habis, IM3 bisa menjadi solusi. Pentingnya memperkuat komunikasi ini juga dikatakan oleh *voice over* iklan “yang sempat hilang jadi lebih bernilai saat kembali”.

4. KESIMPULAN

Berikut beberapa simpulan yang didapatkan:

- a. Pada iklan IM3 “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaRamadhan” terdapat tanda-tanda yang diwujudkan dalam komunikasi verbal dan non verbal. Tanda verbal pada iklan ini adalah semua dialog pemeran dan lagu yang berjudul Kembali Untuk Mengulang. Tanda non verbal adalah pengambilan gambar (*type of shot*), ekspresi wajah, dan gerak tubuh, seperti ekspresi senang dan terharu seorang pria yang baru tiba di rumahnya di Pekanbaru sembari mencium tangan dan memeluk tubuh ibunya.
- b. Makna denotasi dari iklan ini adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh pemeran iklan pada setiap *scene*. Sedangkan makna konotasinya adalah interpretasi dari setiap *scene* sehingga didapatkan makna implisitnya.
- c. Iklan IM3 versi “Kembali Untuk Mengulang #SerunyaRamadhan” menyajikan tanda-tanda pada setiap *scene* yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Adegan yang menceritakan suasana bulan Ramadhan mulai dari *scene*

pulangannya seorang anak ke kampung halaman, makan satu meja bersama orang tua, ibadah bersama orang tersayang, mencari takjil gratis, memasak untuk keluarga besar, datang ke bazar bersama keluarga, adzan di masjid, ngabuburit (makan bersama teman-teman), dan menghubungi teman-teman yang berbeda kota. Iklan ini menampilkan keseruan di Bulan Ramadhan yang dapat diramaikan dengan orang-orang terdekat. Adapun pesan moral yang disampaikan adalah untuk tidak melupakan orang-orang terdekat kita meskipun telah mengenal orang baru. Kenangan dapat diulang kembali bersama orang yang sama selama kita mau mengulangnya dengan cara berkomunikasi. Selain itu iklan ini dapat menjadi ide tambahan untuk menyambut Ramadhan dengan keseruan aktivitas. Jalinan komunikasi bersama banyak orang dapat menjadi mudah dijangkau dengan pembelian produk pada iklan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardia, V., & Indriawan. (2020). ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN GOJEK VERSI "CENDEKIAWAN". *Jurnal Kajian Ilmu Sosial*, 1(2), 71-79. <https://jurnal.umj.ac.id>
- Azhari, M. Z. (2014). ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN MORAL DALAM IKLAN SAMPOERNA VERSI "ORANG PEMIMPI" DI TELEVISI. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 150-164. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1491>
- Barthes, R. (2017). *Elemen-Elemen Semiotika Terjemahan*. Yogyakarta: Basabasi.
- Griffin, E. (2019). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gunalan, S. (2020). ANALISIS PEMAKNAN SEMIOTIKA PADA KARYA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 44-51. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i2.117>
- Kusuma, P. K. (2017). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA RITUAL OTONAN BALI. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(2), 195-217. <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i2.10519>
- Lukitaningsih, A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 16-119. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670>
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Sleman: Deepublish.
- Sarifah. (2022). *Pesan Moral dalam Film Iklan Pahlawan untuk Kakek: Studi Analisis Semiotika Roland Barthes*. Jambi: UIN Sultan Thaha Saifuddin.
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

Yuniarto, H., & Sirine, H. (2018).
PENGARUH IKLAN
TERHADAP MINAT BELI
PENGGUNA YOUTUBE
DENGAN BRAND
RECOGNITION SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING.
Jurnal Bisnis dan Manajemen,
8(1),21-28.
[https://doi.org/10.15408/ess.v8i1.
5885](https://doi.org/10.15408/ess.v8i1.5885)