

**ANALISIS SEMIOTIK DAN WACANA
PADA IKLAN ROKOK LA LIGHTS “YANG LAIN BERSANDIWARA, GUE
APA ADANYA!” VERSI TOPENG MONYET DI MEDIA TELEVISI**

Ayu Prasetyaningtyas

Penelitian ini bertujuan untuk merepresentasikan makna pada iklan menggunakan peta tanda semiotik Barthes serta mendeskripsikan jenis wacana ditinjau dari tujuan komunikasi yang terdapat dalam iklan tersebut. Dari serangkaian penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam iklan rokok LA Lights ‘Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!’ versi topeng monyet memiliki pesan sosial yang dimaknai oleh publik melalui berbagai tanda yang dapat ditangkap atas pembacaan iklan tersebut serta jenis-jenis wacana yang memiliki peran dalam membangun sebuah makna pada iklan tersebut.

Kata-kata kunci: iklan rokok, semiotik, wacana

Pendahuluan

Dengan menguasai bahasa maka manusia dapat memperluas ilmu pengetahuan melalui informasi-informasi. Salah satu bentuk informasi yang banyak bermunculan di berbagai media massa adalah iklan. Pembuatan iklan melalui media elektronik khususnya televisi mempunyai kelebihan dalam memberikan daya pengaruh kepada masyarakat karena bahasa media audiovisual yang dimilikinya dengan memadukan kata-kata, suara, serta gambar bergerak secara bersamaan sehingga lebih menarik perhatian masyarakat.

Terdapat beberapa iklan yang memiliki konsep berbeda dan menarik, salah satunya adalah iklan rokok. Iklan rokok menjadi salah satu iklan yang cukup unik karena dalam penyampaiannya dibatasi oleh beberapa undang-undang. Hal itu menuntut para pembuat iklan rokok berpikir lebih keras dalam usahanya menampilkan sebuah iklan rokok tanpa menampilkan bentuk dan perwujudan produknya namun tetap membuat konsumen mengetahui jenis produk apa yang diiklankan.

Setiap iklan rokok selalu memiliki faktor metafora dalam menyampaikan pesannya yang mengandung makna tersembunyi. Begitu pula dengan tampilan iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet yang memiliki interpretasi pada hal-hal di luar yang bersangkutan langsung dengan masyarakat luas.

Setiap iklan sesungguhnya mengandung pesan, termasuk iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet yang juga memiliki dua pesan yang saling berhubungan dan dimaknai sebagai tanda yang mengartikan atau merepresentasikan konsep-konsep dan gagasan atau perasaan sedemikian rupa yang memungkinkan seseorang membaca atau menginterpretasikan maknanya.

Oleh karenanya dalam penelitian ini diperlukan pengaplikasian disiplin ilmu semiotika dan wacana. Semiotik yang pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal (*things*). Selain itu, bahasa yang digunakan dalam iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ini menampilkan kekuatan bahasa yang digunakan untuk pencitraan produk yang dijual hingga sampai pada terbentuknya sebuah wacana.

Berdasarkan uraian di atas maka akan dilakukan penelitian pada iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet yang sebelumnya belum pernah dilakukan, dan penelitian tersebut akan menggunakan dua kajian yaitu kajian semiotik dan

wacana. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pesan-pesan yang disampaikan berupa tanda yang memiliki makna tersembunyi dalam iklan tersebut yang dapat dikaji melalui analisis semiotik. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui klasifikasi jenis wacana dari iklan tersebut khususnya berdasarkan tujuan komunikasi melalui analisis wacana.

Masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa sajakah makna yang muncul dalam iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ditinjau dari semiotik Roland Barthes?
2. Apa sajakah jenis wacana yang ditemukan dalam iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ditinjau dari tujuan komunikasinya ?

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mendeskripsikan makna pada iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet melalui semiotik Roland Barthes dan (2) mendeskripsikan jenis wacana yang hadir dalam iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ditinjau dari tujuan komunikasinya.

Landasan teori dalam penelitian ini berdasarkan kajian semiotik dan analisis wacana. Dalam kajian semiotik terdapat teori Barthes Barthes merupakan pengembangan dari semiotika Saussure dengan menyelidiki hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada sebuah tanda (*sign*). Hubungan penanda dan petanda bukanlah kesamaan tetapi ekuivalen. Peta Barthes tentang bagaimana tanda bekerja lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut:

Gambar 1.1
Peta Semiologi Roland Barthes

1. Penanda (<i>Signifier</i>)	2. Petanda (<i>Signified</i>)
3. Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)	
4. Penanda konotatif (<i>Connotative Signifier</i>)	5. Petanda denotatif (<i>Connotative Signified</i>)
6. Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>)	

Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi. Ia lebih lanjut mengatakan bahwa makna harfiah merupakan sesuatu yang bersifat alamiah (Budiman, 1999:22).

Rangkaian kata membentuk frase dan rangkaian frase membentuk kalimat. Akhirnya, rangkaian kalimat membentuk wacana. Semuanya itu bisa lisan atau tulis (Rani, dkk. 2006: 37). Ketika aturan dari wacana dibentuk, pernyataan kemudian disesuaikan dengan garis yang telah ditentukan. Di sini, pernyataan yang diterima dimasukkan dan mengeluarkan pandangan yang tak diterima tentang suatu objek (Eriyanto, 2001: 74). Wacana membentuk dan mengkonstruksikan peristiwa tertentu

dan gabungan dari peristiwa-peristiwa tersebut ke dalam narasi yang dapat dikenali oleh kebudayaan tertentu (Eriyanto, 2001: 75).

Bila dilihat dari tujuan komunikasinya, wacana dibedakan menjadi wacana narasi, wacana deskripsi, wacana eksposisi, wacana argumentasi, dan wacana persuasi. Dari kelima jenis wacana tersebut memiliki relasi satu sama lain. Relasi yang terbentuk dari kelima jenis wacana tersebut juga terjadi dalam pembentukan sebuah iklan (Rani, dkk. 2006: 39-44).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggambarkan objek penelitian sesuai dengan apa yang diamati dan ditangkap dari data yang diperoleh. Selain itu tujuan metode ini adalah untuk membantu proses penelitian dengan memberikan gambaran yang lebih cermat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah video iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet yang didapatkan langsung dari akun resmi LA Lights official dalam you tube (http://www.youtube.com/user/lalightsofficial?feature=gb_p13n_ch_rec). Data yang diperoleh dalam bentuk video tersebut akan diubah menjadi potongan setiap *scene* dalam bentuk foto kemudian diuraikan dalam bentuk teks.

Setelah data selesai terkumpul maka tahap selanjutnya data-data yang didapat kemudian akan dianalisis. Terdapat dua makna yang akan dianalisis yaitu makna eksplisit yang tampak pada gambar visual dan makna implisit berupa ideologi dari pembuat iklan. Dari makna-makna yang dapat ditangkap tersebut akan memudahkan analisis jenis wacana yang muncul di setiap *scene* dengan mengelompokkan beberapa *scene* dari tayangan iklan yang memiliki kriteria jenis wacana yang sama.

Hasil dan Pembahasan

Kajian yang pertama, semiotik, akan menganalisis data di dalam iklan ini dengan menggunakan peta tanda dari Roland Barthes yang mengkaitkan unsur-unsur berupa tanda, penanda, dan petanda hingga membangun sebuah pemaknaan dari pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut. Kajian kedua yaitu analisis wacana yang akan digunakan untuk menguraikan data ke dalam klasifikasi jenis wacana ditinjau dari tujuan komunikasinya yaitu wacana narasi, wacana deskripsi, wacana eksposisi, wacana argumentasi, dan wacana persuasi.

Perolehan data iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet akan dianalisis melalui kajian semiotik dengan mengkaitkan tanda-tanda yang muncul dalam iklan kemudian diaplikasikan ke dalam peta tanda Roland Barthes. Dalam peta tanda tersebut akan diuraikan unsur-unsur pembangun sebuah makna yaitu tanda denotasi, penanda, petanda, tanda konotasi, penanda konotasi, dan petanda konotasi yang berperan penuh dalam menentukan makna seperti apa yang akan ditangkap oleh masyarakat.

Bagan 1 (*Scene* 1-2)

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
Seorang pejabat yang berorasi di depan masyarakat dan memakai topeng untuk menutupi wajahnya.	Konsep sandiwara yang dilakukan oleh seorang pejabat.

<p>Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p>Iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet <i>Scene 1</i></p>	
	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif (<i>Connotative Signifier</i>)</p> <p>Gambar seorang pejabat yang menggunakan topeng saat berorasi di depan banyak orang untuk menutupi wajah.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif (<i>Connotative Signified</i>)</p> <p>Konsep sandiwara yang sering dilakukan oleh para pejabat di depan rakyat dengan memberi janji-janji sebagai iming-iming yang ditawarkan kepada masyarakat. Bukan menjadi rahasia kalangan pejabat saja namun masyarakat juga mengerti bahwa apa yang dilakukan oleh pemimpinnya hanya digunakan sebagai alat untuk memperoleh simpati masyarakat saja sekaligus digunakan untuk menutupi kepentingan-kepentingan individu dengan mengatasnamakan kepentingan rakyat.</p>
<p>Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>)</p> <p>Kritikan budaya bersandiwara di ranah politik Indonesia yang dianggap biasa dilakukan oleh beberapa tokoh politik dengan memberikan janji-janji yang pada mulanya ditujukan untuk kepentingan rakyat dan pada kenyataannya ditujukan untuk menarik simpati masyarakat demi menyembunyikan kepentingan-kepentingan dari beberapa pihak saja. Contoh yang tengah marak di Indonesia saat ini seperti fenomena pemilihan ketua daerah (Pilkada). Di masa kampanye menjelang pemilihan, para calon pejabat daerah terlihat berbondong-bondong menciptakan pencitraan positif di hadapan masyarakat dengan menyampaikan visi misi yang menjunjung tinggi kesejahteraan rakyat. Namun fenomena seperti itu hanya bertahan selama masa pemilihan, selanjutnya berita akan sepi dari kabar pejabat yang terpilih ataupun tidak akan menghilang beserta visi misi dan janji yang sebelumnya telah disampaikan.</p>	

Bagan 2 (Scene 3-6)

<p>Penanda (<i>Signifier</i>) Beberapa orang menggunakan topeng untuk menutupi wajahnya hadir dalam orasi pejabat.</p>	<p>Petanda (<i>Signified</i>) Konsep sandiwara yang dilakukan oleh beberapa orang saat menghadiri orasi seorang pejabat.</p>
<p>Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>) Iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet <i>Scene 3</i></p>  <p><i>Scene 5</i></p> 	
<p>Penanda Konotatif (<i>Connotative Signifier</i>) Gambar masyarakat yang tampak bosan dan menutupi wajahnya menggunakan topeng</p>	<p>Petanda Konotatif (<i>Connotative Signified</i>) Konsep sandiwara yang dilakukan oleh masyarakat untuk menutupi rasa bosan</p>

<p>tersenyum sambil melakukan kegiatan lainnya saat mendengarkan orasi pejabat yang sedang berlangsung.</p>	<p>yang disebabkan oleh janji-janji dari para pejabat yang tidak pernah terealisasi pada kenyataannya. Masyarakat sendiri tahu bahwa apa yang disampaikan di setiap janji tidak akan ada pembuktian dari pejabat, hal itu terjadi berulang kali di setiap masa kepemimpinan dan menyebabkan rasa bosan mendengarkan kembali janji-janji dari setiap pejabat yang berkepentingan.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>)</p> <p>Kritikan kepada budaya bersandiwara yang sering dilakukan oleh masyarakat terutama rakyat Indonesia. Rakyat yang seharusnya dituntut untuk memberikan pendapat atas apa yang dilakukan oleh pejabat untuk menjadi seorang pemimpin yang lebih baik, namun pada kenyataannya rakyat Indonesia justru lebih memilih bersandiwara menerima apa yang ditawarkan pemimpinnya walaupun rakyat sebenarnya tahu hal itu tidak membantu kepentingan rakyat melainkan hanya mengutamakan kepentingan politik para pejabat.</p>	

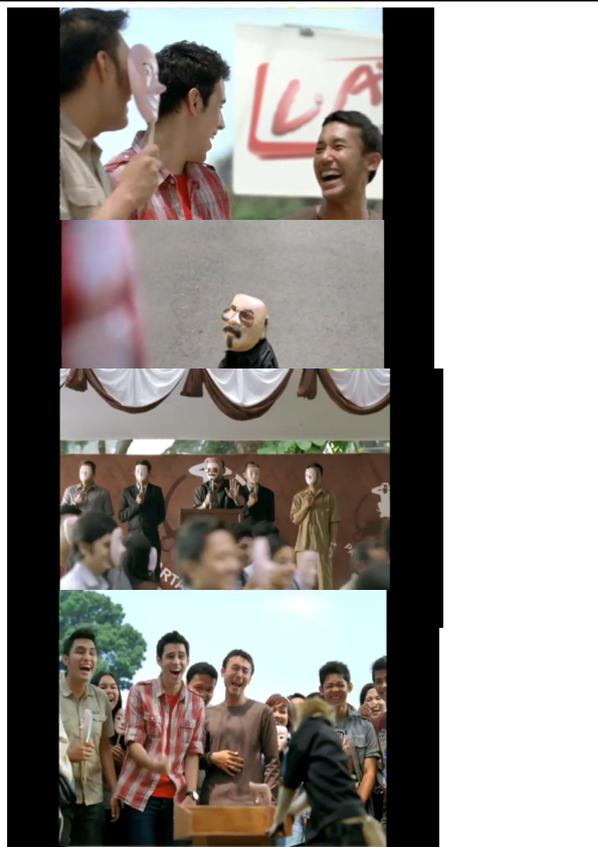
Bagan 3 (Scene 7-8)

<p style="text-align: center;">Penanda (<i>Signifier</i>)</p> <p>Seorang pria yang tidak menggunakan topeng seperti orang-orang disekitarnya yang menghadiri orasi pejabat dan meninggalkannya.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda (<i>Signified</i>)</p> <p>Konsep tentang hal yang seharusnya apa adanya dalam berekspresi dan kebebasan dalam menentukan pilihan.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p>Iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet <i>Scene 7</i></p>  <p><i>Scene 8</i></p> 	

<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif (<i>Connotative Signifier</i>)</p> <p>Gambar seorang pria tanpa menggunakan topeng yang berdiri di tengah masyarakat yang seluruhnya menggunakan topeng hingga kemudian memilih pergi meninggalkan orasi pejabat yang sedang berlangsung tersebut.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif (<i>Connotative Signified</i>)</p> <p>Konsep apa adanya yang seharusnya dilakukan oleh masyarakat dan tidak perlu adanya sandiwara dalam menyikapi kepentingan para pemimpin yang tidak mengutamakan kepentingan rakyat, karena kebebasan dalam menentukan sikap menjadi hak setiap orang baik dengan cara menerima ataupun menolak pilihan yang diberikan kepada masyarakat.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>)</p> <p>Kritikan sosial mengenai cara berfikir masyarakat dalam menyikapi kekuasaan para pejabat yang sering disalahgunakan dalam realisasinya. Masyarakat seharusnya bersikap apa adanya dalam menghadapi situasi politik yang dibangun oleh para pejabat di masa sekarang ini karena masyarakat memiliki hak kebebasan dalam berpendapat yang seharusnya dimanfaatkan dengan baik untuk membangun mental seorang pejabat yang dibanggakan. Hal itu dimaksudkan agar suatu saat nanti kepentingan rakyat menjadi prioritas utama dalam menjalankan kewajiban sebagai seorang pemimpin masyarakat.</p>	

Bagan 4 (Scene 9-13)

<p style="text-align: center;">Penanda (<i>Signifier</i>)</p> <p>Orang-orang yang meninggalkan orasi pejabat untuk melihat aksi monyet yang memakai topeng.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda (<i>Signified</i>)</p> <p>Konsep sindiran bahwa aksi monyet lebih menarik dibandingkan dengan orasi dari pejabat.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p>Iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet <i>Scene 9</i></p> <div style="text-align: center;">  </div>	



Penanda Konotatif

(Connotative Signifier)

Gambar masyarakat meninggalkan orasi pejabat yang sedang berlangsung dan memilih untuk melihat aksi monyet yang memakai topeng mirip dengan wajah pejabat dan menirukan apa yang dilakukan pejabat tersebut, hingga pada akhirnya membuat masyarakat melepaskan topeng yang dipakai sebelumnya.

Petanda Konotatif

(Connotative Signified)

Konsep sindiran tentang dunia politik yang tidak lagi menarik bagi sebagian masyarakat dikarenakan munculnya beberapa kasus hukum yang melibatkan pejabat tanah air. Hal tersebut membentuk sebuah anggapan bahwa dunia politik hanya menjadi ajang bersandiwara demi kepentingan beberapa pihak dan jauh dari sosok pemimpin apa adanya yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat.

Tanda Konotatif

(Connotative Sign)

Kritik sosial dunia politik di Indonesia yang dianggap semakin mengalami kemunduran dan mengubah citra para pejabat tanah air menjadi buruk. Hal itu disebabkan oleh kurangnya kepedulian terhadap kepentingan rakyat. Namun di masa sekarang justru pemimpin mengatasnamakan kepentingan masyarakat untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan. Sandiwara seperti itu dianggap lazim oleh rakyat Indonesia, oleh karena itu kejujuran seorang pemimpin menjadi daya tarik tersendiri bagi rakyat.

Bagan 5 (Scene 14)

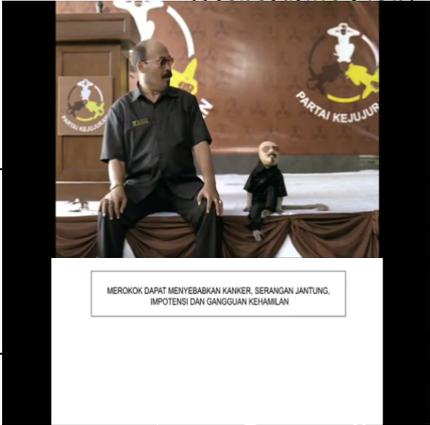
Bagan 6 (Scene 15)

<p>Penanda (Signifier)</p>	<p>Petanda (Signified)</p>
<p>Yang Beranda bersandiwara? Apa Lights Berani Enjoy?</p>	<p>Konsep Petanda perbandingan antara Petanda Beranda dan Beranda dengan yang yang diucapkan oleh</p>
<p>Tanda Denotatif LA Lights.</p>	
<p>Tanda Denotatif Iklan LA Lights "Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!" versi topeng monyet Scene 14</p> 	
<p>yang terlihat Petanda tersebut dituliskan menggunakan huruf kapital. Tulisan "Berani Enjoy?" yang dicetak tebal menggunakan warna merah.</p>	<p>Petanda Konotatif (Connotative Signified) Konsep perbandingan antara bersandiwara dan menjadi apa adanya. Bersandiwara adalah hal yang sudah biasa dan banyak dilakukan oleh orang-orang</p>
<p>Petanda Konotatif (Connotative Signifier) Kedua tulisan untuk menunjukkan bahwa orang-orang yang bersandiwara dianggap tidak perlu diperlakukan dengan baik.</p>	<p>Petanda Konotatif (Connotative Signified) Konsep perbandingan antara bersandiwara dan menjadi apa adanya. Bersandiwara adalah hal yang sudah biasa dan banyak dilakukan oleh orang-orang</p>
<p>Tanda Konotatif (Connotative Sign) Kritik sosial bagi masyarakat yang terbiasa bersandiwara dan beranggapan bahwa dalam masyarakat merupakan hal biasa dan menjadi budaya buruk di masa sekarang. Oleh karena itu masyarakat sekarang harus berani bersandiwara dengan sikap apa adanya untuk menjadi bagian penting bagi keseimbangan hidup bersandiwara belaka.</p>	
<p>Tanda Konotatif (Connotative Sign) Kritik sosial bagi sebagian besar masyarakat termasuk para pejabat di Indonesia yang tidak berani mengambil sikap apa adanya dalam hidup bermasyarakat dan bernegara. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa kasus hukum yang dilakukan oleh beberapa oknum pejabat yang akhirnya menjadi berita buruk bagi masyarakat. Namun hal tersebut tidak akan terjadi apabila masyarakat sendiri berani untuk menjadi masyarakat yang jujur apa adanya dalam menyikapi pemimpin masyarakat yang dianggap tidak sesuai dengan kepentingan masyarakat umum. Jujur menjadi apa adanya</p>	

dapat dilakukan melalui kritik yang disampaikan masyarakat kepada pemimpinnya demi terciptanya kehidupan bermasyarakat dan bernegara yang harmonis.

Bagan 7 (Scene 16)

Bagan 8 (Scene 17)

Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
Seorang pejabat duduk di bangkai mewah. Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi, dan gangguan kehamilan.	Konsep petanda membandingkan kritikan pejabat efek negatif dan nyet.
Tanda Denotatif (Denotative Sign) Dalam gambar “Yang Lain Bersandiwara, Kalaupun Adanya!” versi topeng monyet	Tanda Denotatif (Denotative Sign)
	sandiwara, monyet
Tulisan perokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi, dan gangguan kehamilan.	Konsep sindiran untuk para pejabat dengan menyandingkan seekor monyet yang sengaja berpenampilan mirip dengan pejabat sebagai simbol sikap pejabat yang selalu mengunggulkan diri sebagai pemimpin yang tidak sanggup melakukan kegiatan terkecil yang menyangkut kepentingan publik, melainkan justru merujuk pada kepentingan pribadi. Perjalatan tersebut semaksimal manfaatnya sengaja dibuat dalam kesempatan rokok karena melihat keprihatinannya yang sudah dirangsang oleh terdapatnya perokok di tempat umum yang dapat dilihat
Kritikan untuk para pejabat masyarakat agar menjadi pemimpin yang Apalah daya tanpa menggunakan janji-janji sebagai alat pembangunan yang baik dan nyata sebagai alat tanpa mengingat banyak kepentingan rakyat yang lebih penting ketimbang kesibukan membangun citra itu sendiri. Oleh karena itu masyarakat lebih menyoroti dan kehadiran pemimpin yang memberikan solusi dan ketulusan sebagai alat yang hadir di tengah masyarakat dan tidak hanya kekuasaan yang telah diberikan oleh rakyat. Kembali kepada hakikat seorang pemimpin sendiri yaitu menjadi tuntunan yang baik bagi masyarakat bukan sebaliknya dengan memusutkannya sebagai yang impati dalam urusan kesibukan pribadi dan jangka panjang atau pendek. Selain itu juga peringatan bagi perokok untuk sadar akan peraturan tidak merokok di tempat umum yang	Petanda Konotatif (Connotative Signified) Konsep sindiran untuk para pejabat dengan menyandingkan seekor monyet yang sengaja berpenampilan mirip dengan pejabat sebagai simbol sikap pejabat yang selalu mengunggulkan diri sebagai pemimpin yang tidak sanggup melakukan kegiatan terkecil yang menyangkut kepentingan publik, melainkan justru merujuk pada kepentingan pribadi. Perjalatan tersebut semaksimal manfaatnya sengaja dibuat dalam kesempatan rokok karena melihat keprihatinannya yang sudah dirangsang oleh terdapatnya perokok di tempat umum yang dapat dilihat
Tanda Konotatif (Connotative Sign) Kritikan untuk para pejabat masyarakat agar menjadi pemimpin yang Apalah daya tanpa menggunakan janji-janji sebagai alat pembangunan yang baik dan nyata sebagai alat tanpa mengingat banyak kepentingan rakyat yang lebih penting ketimbang kesibukan membangun citra itu sendiri. Oleh karena itu masyarakat lebih menyoroti dan kehadiran pemimpin yang memberikan solusi dan ketulusan sebagai alat yang hadir di tengah masyarakat dan tidak hanya kekuasaan yang telah diberikan oleh rakyat. Kembali kepada hakikat seorang pemimpin sendiri yaitu menjadi tuntunan yang baik bagi masyarakat bukan sebaliknya dengan memusutkannya sebagai yang impati dalam urusan kesibukan pribadi dan jangka panjang atau pendek. Selain itu juga peringatan bagi perokok untuk sadar akan peraturan tidak merokok di tempat umum yang	Tanda Konotatif (Connotative Sign) Kritikan untuk para pejabat masyarakat agar menjadi pemimpin yang Apalah daya tanpa menggunakan janji-janji sebagai alat pembangunan yang baik dan nyata sebagai alat tanpa mengingat banyak kepentingan rakyat yang lebih penting ketimbang kesibukan membangun citra itu sendiri. Oleh karena itu masyarakat lebih menyoroti dan kehadiran pemimpin yang memberikan solusi dan ketulusan sebagai alat yang hadir di tengah masyarakat dan tidak hanya kekuasaan yang telah diberikan oleh rakyat. Kembali kepada hakikat seorang pemimpin sendiri yaitu menjadi tuntunan yang baik bagi masyarakat bukan sebaliknya dengan memusutkannya sebagai yang impati dalam urusan kesibukan pribadi dan jangka panjang atau pendek. Selain itu juga peringatan bagi perokok untuk sadar akan peraturan tidak merokok di tempat umum yang

akan mengganggu kesehatan orang lain. Larangan tersebut tidak ditampilkan dalam bentuk perintah secara langsung melainkan dalam bentuk peringatan saja, karena perusahaan tetap ingin menjual produknya namun dengan cara mengembalikan pilihan untuk mengkonsumsi atau tidak kepada masyarakat sebagai konsumen. Disamping itu bagi sebagian masyarakat Indonesia merokok sudah menjadi kebiasaan dan menjadi ideologi kejantanan untuk lelaki, dan alasan yang lain adalah produsen rokok inilah yang menjadi salah satu penggerak ekonomi Indonesia selama ini, oleh karena itu larangan merokok secara langsung bagi masyarakat dianggap tidak tepat untuk dipublikasikan.

Dari bagan-bagan di atas dapat dilihat bahwa dari setiap *scene* yang ditampilkan dalam iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet memiliki dua makna yang diaplikasikan ke dalam signifikasi denotasi dan konotasi. Namun dari kedua makna yang didapat dari dua tahap signifikasi tersebut tetap saling berhubungan, begitu pula dari setiap bagan yang dibuat juga tidak berdiri sendiri karena antara *scene* yang satu dengan yang lainnya memiliki keterikatan dalam membangun sebuah makna yang nantinya ditangkap oleh publik.

Munculnya topeng wajah, manusia, dan hewan (monyet) dalam konteks iklan ini sebagai penanda. Kemudian penggambaran ekspresi dan sandiwara menjadi bentuk petanda yang merupakan perwujudan semiotik secara gamblang yang hendak disampaikan oleh pembuat iklan tersebut kepada publik, khususnya masyarakat Indonesia. Topeng yang dipakai oleh pejabat dan monyet menunjukkan adanya kesamaan antara manusia dan hewan. Manusia yang seharusnya memiliki derajat lebih tinggi daripada hewan pada iklan ini digambarkan tidak jauh berbeda dengan sesama memakai topeng yang serupa. Makna konotatifnya dapat dilihat saat pejabat tersebut berorasi dan si monyet bermain peran seolah dirinya adalah manusia dengan melakukan aktivitas selayaknya manusia. Konsep sandiwara tampak jelas disini. Bagaimana seorang pejabat yang sedang berorasi dengan segala kepribadian rekaannya, visi dan misi perebut simpati, serta iming-iming janji yang diobral demi mendapatkan dukungan dari rakyat, ternyata dapat ditirukan dengan baik oleh seekor monyet.

Analisis Jenis Wacana pada Iklan Rokok LA Lights

Data yang telah diperoleh dalam iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet selanjutnya dianalisis melalui pengklasifikasian jenis wacana berdasarkan tujuan komunikasinya terbagi menjadi 5 macam jenis wacana yaitu wacana narasi, wacana deskripsi, wacana eksposisi, wacana argumentasi, dan wacana persuasi.

Pada data penelitian yang diperoleh dari iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ini dapat diklasifikasikan ke dalam jenis wacana narasi. Hal tersebut dikarenakan dalam iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet menghadirkan konsep cerita dengan menampilkan situasi politik sebagai tema iklan tersebut. Dalam sebuah cerita tidak terlepas dari tiga unsur utama pembangun wacana narasi yaitu tokoh, waktu, dan peristiwa. Begitu pula dengan iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ini juga menggunakan ketiga unsur tersebut dalam membentuk sebuah wacana yang diinginkan. Data-data yang ditemukan dalam uraian teks tentang iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet tersebut adalah sebagai berikut.

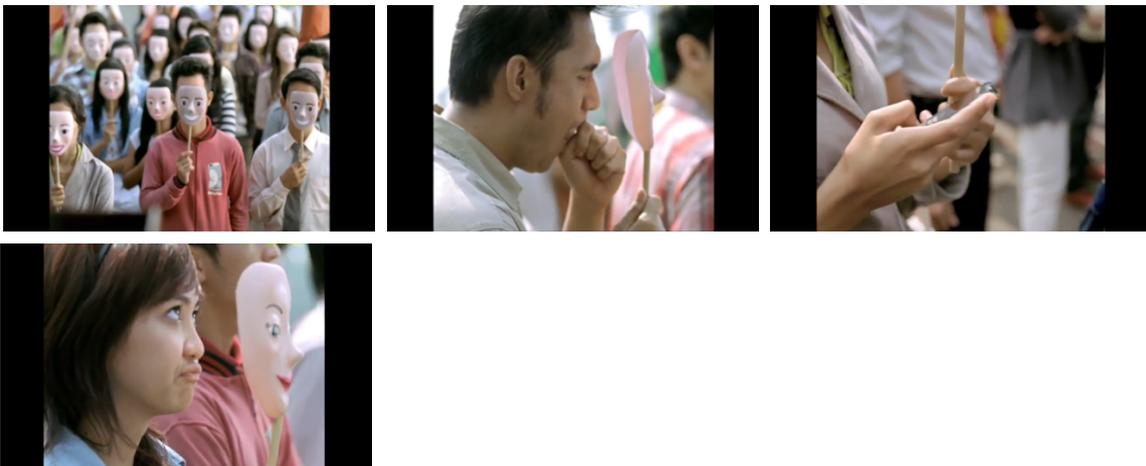
Data Jenis Wacana Narasi

Scene 1-2



Seorang pejabat muncul dengan menggunakan topeng yang mirip wajahnya sendiri saat menyampaikan orasi dihadapan masyarakat.

Scene 3-6



Uraian dalam bentuk teks:

Masyarakat yang hadir juga menggunakan topeng untuk menutupi ekspresi bosan dan melakukan kegiatan lain seperti menguap dan bermain hp saat mendengarkan orasi pejabat tersebut.

Scene 7-8



Di tengah kerumunan masyarakat bertopeng tersebut terlihat seorang pria tanpa menggunakan topeng. Seorang pria tersebut kemudian beralih pandangan tertarik melihat sesuatu yang lain. Sampai pada akhirnya seorang pria tadi memutuskan meninggalkan orasi yang masih berlangsung dan menuju ke sesuatu yang membuatnya tertawa.

Scene 9-13



Aksi dari pria yang meninggalkan orasi pejabat tersebut kemudian diikuti oleh yang lainnya dan ikut tertawa lepas dan melepaskan topeng yang digunakan sebelumnya sambil melihat seekor monyet yang beraksi menirukan tingkah pejabat tadi dan memakai topeng yang sama.

Scene 16



Setelah itu seekor monyet tadi duduk bersebelahan dengan pejabat yang awalnya terlihat kecewa orasinya gagal hingga terkejut akan keberadaan monyet yang bertopeng mirip dengan wajahnya dan mengangkat salah satu kakinya dalam posisi duduk sambil mengangkat kepala lalu membuang muka dari pejabat tersebut.

Dari data iklan yang telah diuraikan dalam rumusan kata-kata tersebut merupakan jenis wacana narasi. Data tersebut digunakan untuk menggambarkan karakter pejabat di Indonesia yang suka bersandiwara yang digambarkan melalui topeng yang digunakan dan masyarakat yang menginginkan perubahan sosial yang apa adanya ditandai dengan adegan membuka topeng setelah meninggalkan orasi yang disampaikan oleh pejabat tersebut. Data tersebut memiliki unsur-unsur narasi, yaitu unsur tokoh adalah pejabat, masyarakat, seorang pria tanpa topeng, dan seekor monyet. Unsur kedua yaitu waktu dapat dilihat dari perpindahan setting dari pejabat berorasi berpindah ke adegan topeng monyet hingga setting akhir saat acara usai pejabat dan monyet duduk bersebelahan. Kemudian unsur ketiga yaitu peristiwa yang diuraikan menyangkut peristiwa saat orasi pejabat ditinggalkan oleh masyarakat yang lebih tertarik melihat adegan topeng monyet. Ketiga unsur tersebut merupakan satu kesatuan yang membentuk cerita dalam iklan rokok LA Lights versi “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” sekaligus menjadi kunci untuk menonjolkan bagian-bagian penting yang menuntun pemahaman masyarakat dalam pembentukan citra produk yang dijual.

Analisis Wacana Deskripsi

Pada data penelitian yang diperoleh dari iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ini dapat diklasifikasikan ke dalam jenis wacana deskripsi. Hal tersebut dikarenakan dalam iklan LA Lights “Yang

Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet memberikan penjelasan tentang suatu masalah atau objek yang disajikan sekaligus memberikan gambaran objek seperti apa adanya yang bersifat statis. Data-data yang ditemukan dalam uraian teks tentang iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet tersebut adalah sebagai berikut.

Scene 14



Uraian dalam bentuk teks:

Selanjutnya muncul teks pertama dengan kalimat “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!”.

Data tersebut merupakan jenis wacana deskripsi. Data tersebut mendeskripsikan keseluruhan isi iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet. Dilihat dari tampilan iklan yang menggambarkan beberapa orang menggunakan topeng merupakan deskripsi dari teks yang muncul yaitu “Yang Lain Bersandiwara”, sedangkan teks selanjutnya yaitu “Gue Apa Adanya!” merupakan deskripsi dari tokoh pria yang ditampilkan tanpa menggunakan topeng diantara banyak orang yang menggunakan topeng. Selain mendeskripsikan keseluruhan urutan cerita yang diusung dalam iklan rokok LA Lights, jargon yang terdiri dari kalimat “Yang Lain Bersandiwara” dan “Gue Apa Adanya!” tersebut juga sekaligus dijadikan deskripsi dari produk yang dijual. Deskripsi yang dimaksud adalah pencitraan dari produk yang memiliki perbedaan baik secara fisik produk maupun rasa apabila dibandingkan dengan produk yang lain.

Scene 17



Uraian dalam bentuk teks:

Kemudian muncul teks berupa peringatan efek negatif merokok bertuliskan “Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi, dan gangguan kehamilan” sebagai penutup dari iklan.

Dalam data jenis wacana deskripsi kedua tersebut mendeskripsikan bahwa iklan tersebut merupakan iklan rokok dengan ditandai adanya teks yang memaparkan efek akibat kegiatan merokok. Dengan adanya teks tersebut masyarakat akan memahami bahwa iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” merupakan sebuah iklan dari produk rokok. Teks tersebut sengaja dibuat dan ditampilkan karena iklan rokok dibatasi oleh peraturan-peraturan untuk tidak menampilkan kegiatan merokok atau produk rokok itu sendiri.

Analisis Wacana Persuasi

Pada data penelitian yang diperoleh dari iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet ini dapat diklasifikasikan ke dalam jenis wacana persuasi. Hal tersebut dikarenakan iklan dalam LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet bertujuan mempengaruhi untuk melakukan tindakan sesuai yang diharapkan. Untuk mempengaruhi tersebut, biasanya digunakan segala upaya yang memungkinkan publik terpengaruh. Data-data yang ditemukan dalam uraian teks tentang iklan LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet tersebut adalah sebagai berikut.

Scene 14



Uraian dalam bentuk teks:

Selanjutnya muncul teks pertama dengan kalimat “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!”.

Scene 15



Uraian dalam bentuk teks:

Kemudian muncul teks kedua yang muncul yaitu “La Lights Berani Enjoy?”

Data tersebut merupakan wacana persuasi karena dengan munculnya jargon “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” dan “Berani Enjoy” dalam satu tampilan iklan secara otomatis akan mempengaruhi publik untuk berani menjadi individu yang berbeda dari yang lain, dalam hal ini yang dimaksud adalah menjadi pribadi jujur apa adanya yang diperkuat dengan munculnya teks “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” seperti yang ditampilkan dalam iklan dan beberapa potongan gambar dari satu kesatuan cerita yang diangkat sebagai perwakilan jargon iklan tersebut. Selain itu, data tersebut juga digunakan untuk membangun citra produk iklan di benak masyarakat bahwa produk yang dipasarkan memiliki perbedaan dibandingkan dengan produk lain agar masyarakat tertarik untuk mencoba mengonsumsi produk tersebut.

Simpulan

Sekarang ini iklan tidak hanya digunakan sebagai media menjual saja melainkan juga digunakan sebagai media penyampai pesan-pesan tertentu atau ideologi yang dimiliki oleh produsen. Salah satu iklan yang memiliki ideologi tertentu dalam penyampaiannya kepada masyarakat sebagai calon konsumen ialah iklan rokok LA Lights “Yang Lain Bersandiwara, Gue Apa Adanya!” versi topeng monyet yang memiliki dua makna saling berhubungan dan saling melengkapi yaitu makna denotasi

dan makna konotasi. Pada iklan terdapat pilihan-pilihan tanda untuk merepresentasikan sebuah peristiwa yang diangkat hingga kemudian dimaknai oleh publik dan sampai pada pembentukan wacana atas iklan tersebut. Setiap pilihan atas tanda yang digunakan adalah pilihan atas ideologi dari pembuatan iklan tersebut. Dari kelima jenis wacana yang ditemukan dalam data iklan tersebut tetap saling memiliki hubungan dalam membentuk sebuah wacana di lingkungan masyarakat, jadi antara jenis wacana narasi yaitu wacana deskripsi, wacana eksposisi, wacana argumentasi, dan wacana persuasi tidak berdiri sendiri-sendiri melainkan saling membangun.

Referensi

- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semiotologi. Terjemahan Stephanus Aswar Herwinarko*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiman, Kris. 1999. *Kosa Semiotika*. Yogyakarta: LKiS.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies: Edisi Kedua*. Terjemahan Yosol Iriantara dan Idy Subandy Ibrahim. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kesuma, Tri Mastoyo Jati. 2007. *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carasvatibooks.
- Pratama, Ficky. 2011. "Analisis Semiotik Foto Awan Berbentuk Petruk Pada Peristiwa Meletusnya Gunung Merapi di Yogyakarta". Skripsi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Politik, Universitas Komputer, Bandung.
- Halliday dan Hasan. 1992. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik*. Terjemahan Asrudin Barori Tou. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Immanuel, Fendy. 2011. "Struktur dan Makna Iklan Rokok Sampoerna A Mild Seri 'Tanya Kenapa': Analisis Semiotik". Skripsi pada Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Jayanti, Nia Astri. 2010. "Aplikasi Jenis Wacana dan Tindak Tutur dalam Bang One Show di TV One". Skripsi pada Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Kurniawan. 2001. *Semiotologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatara.
- Morissan. 2010. *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Rani, Abdul dkk. 2006. *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dan Pemakaian*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rubidho, Dadang. 2009. "Pemaknaan Sistem Tanda pada Iklan Partai Politik di Televisi". Skripsi pada Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Susanto, Edy dkk. 2010. *Hukum Pers di Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suwandi, Sarwiji. 2008. *Serbalinguistik*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Website resmi PT. Djarum dalam <http://www.djarum.com/index.php/en>, 2012.
- Video iklan LA Lights dalam <http://www.youtube.com/user/lalightsofficial>, Maret 2012.