

Makna Satire Tersembunyi dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan A Mild Versi Bukan Main)

Stephen Jaufarry¹, Lusia Savitri Setyo Utami^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Email: jaufarry@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara*
Email: lusias@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

Abstract

This research discusses the hidden meaning of satire in the Bukan Main version of A Mild advertisement. Today many social problems occur in Indonesian society, such as violations of rules and ethics that have been established by the community. Regarding these social problems, A Mild's product made an advertisement with the title Bukan Main to insult the Indonesian people who violated the rules. Based on this background, this research's problem formulation is how the meaning of satire is depicted in the Bukan Main version of A Mild advertisement. The research objective is to find out and describe the satire's meaning in the advert A Mild version of not playing. The theoretical review used is advertising, semiotics, and satire. This study using a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis. The meaning of satire is obtained from a multilevel meaning; this idea is known as the "order of signification," which includes denotation (real meaning) and connotation (multiple meanings) and then ends in myth. This study's results indicate myths such as not caring about others, not caring about the environment, not being disciplined, and problems with social status. The conclusion is that the Bukan Main version of A Mild's ad has a hidden satire meaning that people are still not aware of and behave following existing norms or regulations.

Keyword: advertising, satire, semiotic

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang makna satire tersembunyi dalam iklan A Mild versi Bukan Main. Pada masa sekarang banyak terdapat masalah sosial yang terjadi di masyarakat Indonesia seperti pelanggaran aturan dan etika yang sudah ditetapkan oleh masyarakat. Melihat permasalahan sosial tersebut maka produk A Mild membuat iklan dengan judul Bukan Main untuk menyindir masyarakat Indonesia yang melanggar aturan. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana makna satire yang digambarkan dalam iklan A Mild versi Bukan Main. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan makna satire yang digambarkan dalam iklan A Mild versi Bukan Main. Tinjauan teoritis yang digunakan adalah periklanan, semiotika dan satire. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Makna satire tersebut diperoleh dari pemaknaan bertingkat, gagasan ini di kenal dengan istilah *order of signification* yaitu yang mencakup denotasi (makna sesungguhnya) dan konotasi (makna ganda) lalu berujung pada mitos. Hasil penelitian ini menunjukkan mitos seperti kurang peduli dengan orang lain, tidak peduli lingkungan, tidak disiplin, dan masalah status sosial. Kesimpulannya, dalam iklan A Mild versi Bukan Main terdapat makna satire tersembunyi bahwa masyarakat masih belum menyadari dan berperilaku sesuai dengan norma-norma atau peraturan yang ada.

Kata Kunci: periklanan, satire, semiotika

1. Pendahuluan

Satire merupakan suatu gaya bahasa untuk menyatakan sindiran atau kritikan kepada seseorang atau suatu keadaan. Gaya bahasa satire sendiri mempunyai sifat yang menertawakan, menolak, dan mengkritik. Satire pada dasarnya ungkapan sindiran yang secara halus dan tidak kasar sehingga dapat menjadi suatu lelucon (Keraf, 2010). Dalam penggunaannya satire sendiri bukan hanya sebagai cara untuk menyindir seseorang atau suatu keadaan. Dalam kata-kata satire sendiri mengandung pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak banyak.

Di dalam iklan, satire sering kali digunakan untuk memperkenalkan produk perusahaan dan tidak jarang untuk memberikan suatu kritik terhadap suatu keadaan. Iklan yang menggunakan gaya bahasa satire sendiri dianggap kreatif karena mempunyai tujuan untuk memberikan suatu kritikan ke arah yang lebih membangun. Iklan adalah bagian penting dari serangkaian kegiatan mempromosikan produk yang menekankan unsur citra. Dengan demikian, objek iklan tidak sekedar tampil dalam wajah yang utuh, akan tetapi melalui proses pencitraan, sehingga citra produk lebih mendominasi daripada produk itu sendiri (Wibobo dan Kharimah, 2012).

Advertiser rokok menampilkan konsep iklan yang berbeda dengan iklan lainnya, iklan ini menampilkan keunikan tersendiri dengan jalan cerita yang unik dan menarik, iklan A Mild versi Bukan Main ini mengangkat cerita tentang masalah-masalah sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat yang tidak mencerminkan norma-norma yang berlaku. Iklan A Mild versi Bukan Main ini dikemas dengan terdapat setiap sindiran di setiap adegannya. Dalam menampilkan masalah sosial yang terjadi, *advertiser* berusaha menceritakan produk mereka bahwa sebagai produsen yang peduli dengan banyak permasalahan yang terjadi di Indonesia ini. Dalam iklan tersebut, peneliti ingin meneliti tentang gaya satire tersembunyi yang terdapat dalam setiap adegan yang mengandung makna satire tersembunyi. Makna satire tersembunyi yang terdapat dalam iklan A Mild versi Bukan Main memungkinkan akan dimaknai lebih dalam melalui analisis semiotik.

Semiotika adalah ilmu atau metode analisis yang fokusnya untuk mengkaji sebuah tanda dan makna. Pada dasarnya ilmu ini mempertanyakan sesuatu penyampaian pesan yang kurang jelas dan harus dipahami lebih lanjut, semiotika sebagai suatu model dari ilmu-ilmu sosial yang memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki tanda-tanda didalamnya (Sobur, 2006).

Dengan menggunakan gagasan Barthes yaitu *order of signification* yang mencakup denotasi (makna sesungguhnya) dan konotasi (makna ganda). Barthes menggunakan istilah *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dan berujung pada mitos yang diusung oleh Saussure (Krisyanto 2009:32). Penelitian ini akan memperlihatkan makna satire tersembunyi yang terdapat dalam iklan A Mild versi Bukan Main. Iklan ini mengandung sindiran yang menargetkan masyarakat, setiap adegan dibalut dengan unsur humor dengan fokus agar masyarakat dapat memahami makna pesan secara mendalam.

Dari iklan ini maka peneliti, merasa perlu untuk melakukan analisis semiotika dalam iklan A Mild versi Bukan Main.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2011), metode penelitian kualitatif adalah metode yang

berdasarkan pada filsafat postpostivisme. Metode yang digunakan penelitian ini adalah studi kasus dan teknik pengolahan data yang digunakan dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes seperti makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam setiap *scene* iklan A Mild versi Bukan Main.

Subjek dari penelitian ini adalah iklan A Mild Versi Bukan Main, data yang diperoleh adalah gambar atau kata-kata dan nantinya akan dibagi lagi menjadi potongan-potongan *scene* untuk dianalisis sedangkan Objek, individu, situasi dan peristiwa tidak mempunyai penafisirannya sendiri (Noriega, 2020). Oleh karena itu obyek penelitian adalah makna satire yang terdapat dalam iklan A Mild versi Bukan Main.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan data yang menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

Tabel 1. Peta Tanda Roland Barthes

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

Sumber: Alex Sobur (2013)

Secara langsung penjelasan Barthes mempunyai tiga tahap signifikasi yaitu: Signifikansi tingkat pertama (Denotasi), Signifikansi tingkat kedua (Konotasi) dan Signifikansi tingkat ketiga (Mitos).

3. Hasil Temuan Dan Diskusi

Tabel 2. Hasil Analisis

Teks: Kita ngerasa *udah* maju nyatanya *gini-gini* aja



Makna Denotasi Tingkat Pertama



Signifier: Seorang pejabat yang meresmikan suatu bangun dan setelahnya banyak sampah dan banyak coretan di tembok-tembok



Signified: Menonjolkan sikap yang ingin maju tapi masih banyak orang yang belum maju dalam tindakan seperti mencoret-coret tembok

Makna Denotasi Tingkat Kedua	Signifier: Menonjolkan sikap yang ingin maju tapi masih banyak orang yang belum maju dalam tindakan seperti mencoret-coret tembok	Signified: Menjaga fasilitas umum dengan baik sulit dilakukan karena kurangnya kesadaran akan kebersihan
Mitos	Konsep kurangnya untuk menghargai usaha orang lain dan kedisiplinan dalam kebersihan	
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti		

Tabel 3. Hasil Analisis

Teks: Sering gengsi *dulu*n urusan *laper* bisa belakangan



Makna Denotasi Tingkat Pertama	Signifier: Memperlihatkan adegan kegiatan makan bersama dengan kerabat dan teman-temannya	Signified: Terlihat seorang wanita mengambil gambar makanan dan seorang pria dengan raut muka yang kesal
Makna Denotasi Tingkat Kedua	Signifier: Terlihat seorang wanita mengambil gambar makanan dan seorang pria dengan raut muka yang kesal	Signified: Sikap tidak menghargai kebersamaan dan mengumbar makanan mewah dengan tujuan menaikkan status sosial di <i>sosial media</i>
Mitos	Status sosial seseorang ditentukan oleh makanan yang orang tersebut makan, makin sering mengunggah makanan mahal makin tinggi status sosial orang tersebut	
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti		

Tabel 3. Hasil Analisis

Teks: Sering kali *lo* yang salah *kok lo* yang galak



Makna Denotasi Tingkat Pertama	Signifier: Memperlihatkan seorang wanita berdebat dengan seorang pria saat sedang memikirkan mobilnya masing-masing	Signified: Terlihat seorang wanita dengan raut muka marah sambil memarahi seorang pria di dalam mobil
--------------------------------	--	--

Makna Denotasi Tingkat Kedua	Signifier: Terlihat seorang wanita dengan raut muka marah sambil memarahi seorang pria di dalam mobil	Signified: Marah duluan saat berbuat salah agar terkesan tidak mempunyai kesalahan
Mitos	Tidak disiplin dan kurang intropeksi diri	
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti		

Tabel 4. Hasil Analisis

Teks: Cinta sama keindahan bodo amat sama kebersihan



Makna Denotasi Tingkat Pertama	Signifier: Memperlihatkan sepasang kekasih yang sedang pergi ke pantai dan berenang dengan dikelilingi oleh sampah – sampah.	Signified: Terlihat sepasang kekasih yang sedang berenang di pantai dan mereka tidak peduli dengan sampah yang ada di laut tersebut.
Makna Denotasi Tingkat Kedua	Signified: Terlihat sepasang kekasih, mereka tidak peduli dengan sampah	Signified: Jika bukan sampahnya sendiri orang enggan untuk membersihkan sampah orang lain
Mitos	Sikap acuh dan tidak peduli lingkungan	
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti		

Tabel 5. Hasil Analisis

Teks: Apa-apa umbar janji tapi gapapa nunda janji



Makna Denotasi Tingkat Pertama	Signifier: Memperlihatkan isi pesan dari sebuah <i>smartphone</i> dan seorang wanita yang sedang bersantai	Signified: Menunjukkan isi pesan bahwa wanita tersebut sudah berangkat jalan dan kenyataannya masih bersantai-santai
Makna Denotasi Tingkat	Signifier: Menunjukkan isi pesan	Signified: Sikap tidak

Kedua	bahwa wanita tersebut sudah berangkat jalan dan kenyataannya masih bersantai-santai	terus terang dan berbohong untuk menutupi kesalahan
Mitos	Mitos: Jika tidak ingin mendapat masalah orang akan berbohong agar terhindar dari masalah	

Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Tabel 6. Hasil Analisis

Teks: Inilah cerita jutaan orang yang bukan main



Makna Denotasi Tingkat Pertama	Signifier: Sebuah band melakukan konser yang ditonton para penggemarnya yang sibuk merekam	Signified: Menunjukkan band tersebut susah susah payah untuk menghibur penonton yang ada di acara tersebut tetapi penonton hanya sibuk dengan konten <i>sosial media</i>
Makna Denotasi Tingkat Kedua	Signified: Menunjukkan band tersebut susah susah payah untuk menghibur penonton yang ada di acara tersebut tetapi penonton hanya sibuk dengan konten <i>sosial media</i>	Signifier: Konten untuk <i>sosial media</i> masing-masing orang lebih penting dibandingkan dengan menikmati acaranya
Mitos	Sikap acuh dan tidak menghargai usaha orang lain dalam hal menghibur	

Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Menurut Ade Nurdin, Yani Maryani dan Mumu (2012) satire adalah gaya bahasa yang berbentuk penolakan dan mengandung kritikan dengan maksud agar sesuatu yang salah itu dicari kebenarannya. Maka dalam iklan ini terdapat munculnya mitos dan makna satire seperti:

1. Mitos pada *scene* pertama adalah konsep kurangnya untuk menghargai usaha orang lain dan kedisiplinan dalam kebersihan.
2. Mitos pada *scene* kedua adalah status sosial seseorang ditentukan oleh makanan yang orang tersebut makan, makin sering mengunggah makanan mahal makin tinggi status sosial orang tersebut.
3. Mitos pada *scene* ketiga adalah menunjukkan tidak disiplin dan kurang intropeksi diri dari temuan mitos tersebut melihatkan bahwa tidak disiplin dalam mengantri.
4. Mitos pada *scene* keempat adalah sikap acuh dan tidak peduli lingkungan.
5. Mitos pada *scene* kelima adalah jika tidak ingin mendapat masalah orang akan berbohong agar terhindar dari masalah.
6. Mitos pada *scene* keenam adalah sikap acuh dan tidak menghargai usaha orang lain dalam hal menghibur.

Melalui temuan mitos yang ditemukan maka terdapat makna satire tersembunyi seperti:

1. Konsep kurangnya untuk menghargai usaha orang lain dan kedisiplinan dalam kebersihan menyindir masyarakat yang ingin maju tapi sikapnya sendiri yang membuat tidak maju.
2. Status sosial seseorang ditentukan oleh makanan yang orang tersebut makan, menyindir kepada masyarakat bahwa gengsi di media sosial lebih penting dibanding kebersamaan.
3. Menunjukkan tidak disiplin dan kurang introspeksi diri menyindir masyarakat bahwa masih banyak yang tidak menaati aturan dan norma yang ada.
4. Sikap acuh dan tidak peduli lingkungan menyindir masyarakat yang kurang peduli dengan alam dan lingkungan sekitar.
5. Jika tidak ingin mendapat masalah orang akan berbohong agar terhindar dari masalah menyindir masyarakat yang kurang sadar akan menepati janji dan menghargai waktu.
6. Sikap acuh dan tidak menghargai usaha orang lain dalam hal menghibur menyindir masyarakat yang hanya mementingkan konten media sosialnya.

Makna satire pada *scene* pilihan 1,2,3,4,5 dan 6 merupakan makna satire yang menargetkan masyarakat dan Makna satire yang dibalut dengan humor juga diperlihatkan dalam *scene* pilihan 2,3 dan 5.

Secara garis besar, adapun makna satire yang bisa kita tangkap dari penjabaran tabel-tabel di atas bahwa produsen dari iklan A Mild versi Bukan Main mengisyaratkan produk mereka bisa memberikan pesan kepada masyarakat bahwa dalam sindiran-sindiran tersebut dapat mengubah moral masyarakat dapat menjadi lebih baik dan menerapkan aturan dengan tepat.

4. Simpulan

Melihat mitos-mitos yang ditampilkan dalam pembahasan maka terdapat makna satire tersembunyi yang berusaha disampaikan kepada masyarakat. Makna satire yang tersembunyi ini adalah memberikan sindiran kepada masyarakat banyak bahwa kurangnya kesadaran akan menerapkan kedisiplinan dan menjaga fasilitas umum dengan baik.

Adanya mitos yang menunjukkan bahwa status sosial seseorang masih lebih penting dari pada suatu kebersamaan. Makna satire tersembunyi yang ingin terungkap adalah sindiran kepada banyak orang bahwa pengakuan dari orang lain lebih penting dibandingkan dengan menjaga sikap kebersamaan dan menghargai orang lain. Adanya temuan mitos yang menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran untuk memperhatikan orang lain dan memperhatikan lingkungan sekitar. Makna satire tersembunyi yang terungkap adalah sindiran kepada orang-orang bahwa kurangnya memperhatikan lingkungan dan menjaga alam dengan baik.

Jadi, dilihat dari iklan A Mild versi Bukan Main ini menunjukkan makna satire tersembunyi dapat dilihat bahwa masyarakat masih belum menyadari dan berperilaku sesuai dengan norma-norma atau peraturan yang ada. Penelitian ini merekomendasikan masyarakat agar lebih memahami makna isi pesan yang disampaikan agar masyarakat lebih menaati aturan dan menjaga lingkungan sekitar dan alam.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada setiap pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Ade Nurdin, Y. M. (2012). *Intisari Bahasa dan Sastra Indonesia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alex (2013) *Semiotika Komunikasi*. Bandung. Rosdakarya Sobur,
- Alex (2012) *Analisis Teks Media*. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- Keraf, G. (2010). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Noriega, O. (7 Januari 2020). *Satirisme Cerdas Iklan Djarum 76 Filter Gold Versi Caleg Cerdas* (Analisis Semiotika Roland Barthes). Diakses dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6438/4974>
- Sugiyono (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono (2012) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Sobur,
- Sobur, Alex (2006). *Semiotika Komunikasi Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, S. F. & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun LUX (survei pada pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No.1