BAB III

KAJIAN VISUAL TAYANGAN IKLAN TELEVISI KONDOM FIESTA VERSI "SIAP MALAM MINGGUAN"

Iklan kondom fiesta versi *"siap malam mingguan"* merupakan iklan yang disajikan dengan visualisasi yang menghibur. Daya tarik dari iklan ini diharapkan dapat mensugesti konsumen agar secara tidak langsung dapat "membaca" pesan yang ingin disampaikan pembuat iklan tersebut. Visualisasi iklan disampaikan kepada konsumen dengan durasi yang singkat yakni 30 detik.

Berdasarkan pendekatan deskriptif yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kajian mengenai pengidentifikasian unsur-unsur audio dan visual yang digunakan dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan teori makna konotasi dan denotasi yang dianalisis melalui unsur-unsur iklan yang terdiri dari unsur *seen words* (kata/ huruf yang terlihat), unsur *picture* (gambar-gambar yang digunakan), unsur *color* (warna-warna yang digunakan), dan unsur *movement* (gerakan-gerakan yang terlihat). Berikut adalah pembahasan mengenai konsep dari iklan tersebut, berupa gagasan visual atas kajian visual yang ada pada iklan kondom fiesta versi *"siap malam mingguan"* yang dianalisa pada setiap potongan tayangan yang ada pada iklan tersebut.

Dari penyampaian iklan yang berdurasi 30 detik tersebut, kemudian akan dianalisis apakah unsur-unsur visual iklan yang terdapat pada iklan kondom fiesta versi *"siap malam mingguan"* tersebut melahirkan makna konotasi tertentu sebagai acuan atas lahirnya konotasi negatif dari iklan tersebut.

Untuk dapat mendukung perspektif interpretasi subjektif agar menjadi sebuah interpretasi objektif, maka diperlukan beberapa teori pendukung mengenai kajian makna atas unsur-unsur iklan yang terdapat pada iklan televisi kondom fiesta versi "siap malam mingguan" dengan mengacu kepada pengertian asosiasi bentuk, karakter, psikologi warna, dan kesan yang timbul dari unsur-unsur iklan yang terdapat pada iklan tersebut.

Secara umum orang tidak akan tertarik untuk membahas tentang unsur, karena unsur adalah bagian terkecil dari sesuatu yang membentuk kesatuan sistem. Berbeda dengan orang/ kelompok pragmatis, formal, dan struktural, berasumsi suatu karya dapat dilihat dari adanya unsur-unsur yang membentuknya. Unsur adalah hal yang sangat diperlukan untuk memberi dan mendukung suatu objek. Dalam penbentukan suatu karakter pada karya, unsur terkecil yang dapat dijadikan identitas suatu bentuk atau motif. Berikut adalah beberapa pengertian mengenai beberapa teori yang akan digunakan dalam kajian unsur-unsur visual pada tayangan iklan kondom fiesta versi "siap malam mingguan".

Dalam iklan televisi kondom fiesta versi “siap malam mingguan” terdapat sebuah properti pendukung yang digunakan oleh sang tokoh utama dalam iklan tersebut, diantaranya sarung. Sarung merupakan sepotong kain lebar yang dijahit pada kedua ujungnya sehingga berbentuk seperti pipa/tabung. Ini adalah arti dasar dari sarung yang berlaku di Indonesia atau tempat-tempat sekawasan. Dalam pengertian busana internasional, sarung berarti sepotong kain lebar yang pemakaiannya dibebatkan pada pinggang untuk menutup bagian bawah tubuh (pinggang ke bawah). Penggunaan kain sarung sangat luas, untuk santai di rumah hingga pada penggunaan resmi seperti ibadah atau upacara perkawinan. Pada umumnya penggunaan kain sarung pada acara resmi terkait sebagai pelengkap baju daerah tertentu.

Motif kain sarung yang umum adalah garis-garis yang saling melintang. Ada juga sarung batik. Namun demikian, sarung untuk pakaian daerah dapat pula dibuat dari bahan tenun ikat, songket, serta tapis. (dikutip dari: www.bisnis-indonesia.biz/kain-sarung-tradisional/makna-dasar-sarung, pada Kamis, 30 april 2009, pukul 20.30 WIB).



Tabel 3. Tabel Asosiasi Bentuk I

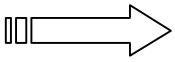
Kain sarung dalam iklan ini dapat memiliki makna konotasi dan denotasi tertentu, karena kain sarung dalam iklan ini sebuah pengasosiasian atas bentuk sarung kondom yang sebenarnya. sarung tersebut memiliki secara bentuk dan fungsi memiliki kesamaan makna dengan apa yang ingin disampaikan oleh produsen iklan kepada responden mengenai bagaimana kegunaan dan fungsi dari sarung yang ada pada iklan tersebut, namun memiliki makna yang implisit, karena iklan kondom tidak dapat secara ekspliksit menyampaikan produk kondomnya sehingga diasosiasikan dengan menggunakan

sarung, yang secara kegunaan fungsi dan bentuk menyerupai sarung kondom.

Didalam iklan televisi kondom fiesta versi “siap malam mingguan” juga terdapat elemen visual, diantaranya adalah garis. Garis adalah hubungan dua titik/ jejak yang bersambungan atau berderet yang dapat menghasilkan irama. Dalam gambar, garis adalah aktual/ nyata. Garis bersifat maya atau berupa kesan, karakter garis tergantung pada alat dan bahan yang digunakan. Kesan garis terjadi karena adanya pertemuan dua permukaan atau sisi dalam bentuk. Arah jejak dan jarak garis dapat berupa garis lurus, lengkung, zig-zag, vertikal, horizontal, ikal, dan vertikal. garis yang menari, berirama atau yang lainnya dapat memberi kesadaran ritmik yang lebih gampang dirasakan daripada diungkapkan, hal ini dapat dinikmati dengan jalan analogi fisis. Namun untuk menceritakan ini secara visual memerlukan pendekatan empati yaitu beberapa hal harus diproyeksikan kedalam garis (dikutip dari: www.blogster.com/unsur-unsur-seni-rupa, pada Sabtu, 8 september 2007, pukul 13.12 WIB).

Properti kedua yang terdapat pada iklan televisi kondom fiesta versi “siap malam mingguan” adalah helm. Selain untuk menahan terpaan angin, helm juga memiliki fungsi yang mulia, yaitu menyelamatkan jiwa pemakainya jika terjadi kecelakaan.

Sebuah penelitian menunjukan bahwa helm tidak saja berfungsi untuk menyelamatkan jiwa sang pengendara motor, tetapi juga mampu mengurangi cedera yang dialamainya (dikutip dari: www.blogdetik.com/jenis-jenis-motor, jum'at 28-april-11). bentuk dan warna helm yang terdapat pada iklan ini juga dapat melahirkan konotasi atau denotasi tertentu dikarenakan adanya persamaan asosiasi bentuk dari bentuk atas pada kondom tersebut. Menurut Wijanarko (2010), penggunaan warna merah muda juga dapat memberikan respon psikologis yang memberikan kesan kasih sayang dan kelembutan.

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td rowspan="2"></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Asosiasi bentuk
</td>
</tr>
</table>

Tabel 4. Tabel Asosiasi Bentuk II