REPRESENTASI KORUPSI PADA TAYANGAN IKLAN DJARUM 76
(Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Representasi
Korupsi Pada Tayangan Iklan Djarum 76
Versi Kontes Jin)

ABSTRACT
REPRESENTATION OF CORRUPTION ON DJARUM 76 COMMERCIAL TELEVISION BROADCASTING
(Roland Barthes Semiotics Analysis About Representation of Corruption In Djarum 76 Commercial Television Broadcasting of Jin Contest Version)

by:
Arif Firmansyah
Nim. 41809111

This thesis under the guidance by:
Melly Maulin P S.Sos., M.Si

This research find out about the semiotic meaning of corruption representations contained in the Djarum 76 television commercials broadcasting. Analyze what the meaning is contained in the Djarum 76 television commercial relating to corruption, which is the meaning of denotation, connotation meaning, according to Roland Barthes myth.

This research is a qualitative study by using Roland Barthes' semiotic analysis. Data collection techniques used are literature studies, documentation, interviews and online data retrieval. Objects that were analyzed contained a scene in television commercials taking the needle 76 with four scenes.

The results showed that there are three meanings according to Roland Barthes semiotic. The first ***meaning of denotation*** *in these commercials is to show 3 genie coming from 3 different countries. Jin Indonesia pile labeled eliminate corruption. Thunderous cheers of the audience and looks very happy, and visible corruption in Indonesia such as a suspect Gayus tambunan tax evasion. The first* ***connotation meaning*** *when the genie says "corruption cases lost" this shows that corruption in Indonesia is very easily removed. Looks like the corruptor Gayus tambunan that if the punishment for corruption is lost she will disappear.* ***Myths*** *that emerged from this whole scene is one indication of corruption cases in Indonesia simply disappeared. From year to year corruption case in Indonesia as if endless.*

Conclusion The study shows the presence of satire of the television commercials about the easy cases of corruption in the country of Indonesia.

Researchers give advice to filmmakers who worked on an ad to be able to describe an ideology it conveys the imagery of a product. As well as suggestions for universities to be more extensively covered on semiotics and for further research in order to examine the semiotics better.

Keywords: Semiotics. Corruption, Djarum 76

I. Latar Belakang Masalah

Iklan-iklan yang tayang di televisi menarik untuk disaksikan salah satunya berbagai macam iklan rokok yang tayang di televisi Indonesia. Memang iklan rokok dilarang untuk ditayangkan pada jam-jam tertetnu dimana anak-anak dapat menyaksikan, sehingga iklan rokok di televisi dikemas dengan semenarik mungkin sehingga menunjukan kesan keunikan dalam iklan rokok di televisi. Sehingga sejumlah produsen rokok ini berlomba-lomba menampilkan iklan yang dapat menarik perhatian masyarakat dan mempromosikan *tagline* masing-masing agar merk rokok itu sendiri mudah diingat oleh konsumen tanpa menampilkan rokok yang merupakan produk dari perusahaan tersebut.

Salah satu iklan yang menarik ialah iklan milik produsen rokok Djarum 76 merupakan salah satu iklan yang menyita perhatian masyarakat, pasalnya setiap penayangan iklan tersebut mengandung makna-makna yang menyinggung praktek korupsi di Indonesia. Iklan Djarum 76 sudah beberapa kali mengeluarkan berbagai iklan dengan konten yang berbeda, tetapi masih tetap memiliki tema yang menyindir praktek kotor korupsi di Indonesia. Salah satu edisi yang menarik perhatian ialah iklan djarum 76 edisi kontes jin.

Rangkaian iklan rokok Djarum 76 ini menampilkan sesosok jin yang cukup unik, yaitu jin dengan pakaian adat Jawa lengkap beserta bahasa dan logat khas orang Jawa sebagai tokoh utama. Secara garis besar, iklan rokok djarum 76 ini selalu menyindir kasus korupsi yang terjadi di Indonesia. Tingkah laku jin yang slengean dan nyeleneh merupakan salah satu penyebab mengapa iklan djarum 76 yang menampilkan sosok jin tersebut mudah diingat oleh masyarakat, terlebih penggunaan kata “wani piro?” yang dalam artian “berani berapa?” merupakan sindiran bagi para pelaku tindakan korupsi. Kata-kata tersebut pun kini menjadi tren dikalangan masyarakat Indonesia.

Iklan Djarum 76 seringkali menampilkan tema-tema sosial yang kemudian dapat kita pahami sebagai bentuk kritik sosial. Dengan memunculkan sosok jin jawa dalam setiap iklannya, Djarum 76 berusaha menceritakan produknya sebagai produsen yang konsen terhadap masalah-masalah sosial. Citra yang muncul dari iklan tersebut adalah Djarum 76 peduli akan masalah-masalah sosial yang ada, yang kemudian dimunculkan dalam bentuk parodi namun sarat akan makna dan kritik sosial.

Salah satu tayangan Iklan Djarum 76 yang menarik perhatian masyarakat ialah tayangan iklan djarum 76 versi kontes jin, yang mana iklan tersebut mengandung unsur masalah-masalah sosial dalam pengemasan tayangannya. Dalam tayangan iklan Djraum 76 versi kontes jin ini menayangkan sebuah kritikan terhadap kegiatan korupsi yang

dilambangkan melalui penolakan terhadap korupsi yang ada di Indonesia dengan betema parodi kontes jin internasional. Iklan ini pertama tayang pada tahun 2012.

> "Iklan televisi adalah iklan yang menggunakan seluruh alat serta unsur dalam kegiatan komunikasi dan disampaikan dalam bentuk audio-visual. Ruang eksplorasi iklan televisi sangat besar, hampir semua unsur baik verbal maupun non verbal, mendapat ruang dalam kreasi iklan televisi" (Supriadi,2013:34)

Semiotika dapat dikaji melalui analisis semiotika dari Roland Barthes yang lebih mengedepankan pada aspek makna denotasi, makna konotasi dan makna mitos. Makna denotasi sendiri merupakan makna harfiah atau makna yang sesungguhnya. Sementara konotasi merupakan makna yang menjadi kiasan dari sebuah makna, sedangkan mitos sendiri merupakan pengungkapan apa yang terjadi pada periode tertentu.

Dalam *scene* tayangan iklan Djarum 76 tema kontes jin ini terdapat pesan-pesan yang memiliki makna tersembunyi didalamnya. Pesan tersebut memiliki makna yang langsung dan makna yang tidak langsung yang disampaikan kepada khalayak penonton. Berkaitan dengan tayangan iklan djarum 76 kontes jin yang terdapat tanda dan simbol pastinya memiliki makna yang akan disampaikan kepada khalayaknya, maka dari itu yang menjadi perhatian dari peneliti ialah dari segi semiotiknya, dimana dengan menggunakan semiotik membantu peneliti dalam menelaah arti kedalaman suatu bentuk komunikasi dan mengungkapkan makna yang ada di dalamnya.

Tanda-tanda yang berada dalam tayangan iklan televisi tentu saja berbeda dengan format tanda lainnya yang hanya bersifat tekstual atau visual saja. Jalinan tanda dalam tayangan iklan televisi terasa lebih kompleks karena pada waktu yang hampir bersamaan sangat mungkin berbagai tanda muncul sekaligus, seperti visual, *audio*, dan teks. Hal itu pun yang terdapat dalam tayangan iklan televisi yang akan diteliti yakni tayangan iklan Djarum 76 kontes jin.

Korupsi berasal dari bahasa latin yang disebut *"Corruptio-corruptus"* sedangkan dalam bahasa belanda korupsi disebut "corruptie" sedangkan dalam bahasa Inggris korupsi disebut *"corruption"* dan dalam bahasa sansekerta yang tertuang dalam naskah kuno negara kertagama arti harfiah *"corrupt"* menunjukan kepada perbuatan yang rusak, busuk, bejad dan tidak jujur yang disangkutpautkan dengan keuangan. (Effendy, 2013:13)

Dalam konteks pemerintahan, korupsi yang dilakukan oleh para pejabat pemerintahan juga termasuk melanggar kaidah kejujuran dan juga melanggar hukum dan aturan yang berlaku. Selain itu, korupsi di pemerintahan pun berdampak pada penurunan kewibawaan

negara dan pemerintah dimata negara lainnya semuanya dilakukan demi kepentingan memperkaya diri sendiri.

Dalam tayangan iklan televisi Djarum 76 Kontes Jin ini terdapat beberapa tanda-tanda yang memiliki pesan-pesan tersembunyi. Pesan yang terdapat dalam iklan djarum 76 kontes jin tersebut menyinggung mengenai tindakan korupsi. Dalam penayangan iklan tersebut ditampilkan sosok-sosok jin yang menunjukan aksi sulapnya dan yang menjadi perhatian ialah jin dari Indonesia yang menghilangkan kasus korupsi yang ada di Indonesia.

Pada tayangan iklan djarum 76 kontes jin terdapat *scene-scene* yang menunjukan hal-hal mengenai tindakan korupsi yang terdapat di Indonesia yang ditayangkan dengan versi parodi.

II. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, serta masalah yang akan di teliti maka dari itu peneliti berusaha mengangkat sebuah rumusan masalah yaitu :

Rumusan Masalah Makro

"Bagaimana Representasi Korupsi Dalam Tayangan Iklan Djarum 76 kontes jin?"

Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana makna denotatif korupsi dalam tayangan iklan Djarum 76 kontes jin?
2. Bagaimana makna konotatif korupsi dalam tayangan iklan Djarum 76 kontes jin?
3. Bagaimana makna mitos korupsi dalam tayangan iklan Djarum 76 kontes jin?

III. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur yang dipergunakan dalam upaya mendapatkan data ataupun informasi guna memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Penentuan dan teknik yang diggunakan haruslah dapat mencerminkan relevansi dengan fenomena penelitian yang telah diuraikan dalam konteks penelitian.

Pendekatan yang dianggap sesuai dengan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif menurut Judistira K.Garna (1999:32) menyebutkan bahwa :

"Pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan peneliti yang berupaya memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak dimungkinkan diukur secara tepat."

Menurut Neuman (1997:329) Penelitian kualitatif di fokuskan harus fokus pada makna-makna subjektif, definisi, kiasan, simbol dan gambaran dari kasus tertentu, hingga mampu menangkap aspek-aspek sosial.

Hal seperti ini juga dipertegas oleh Littlejohn (1996:16).yang mengatakan bahwa :

”Penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar tempat dan waktunya alamiah. Paradigma ini juga memungkinkan untuk dilakukan interprestasi secara kualitatif atas data-data penelitian yang telah diperoleh. Disamping itu, jenis penelitian ini memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interprestasi altenatif (Littlejohn, 1996:16).

Penelitian kualitatif dalam ilmu komunikasi adalah sebagai perspektif subjektif. Asumsi-asumsi dan pendekatan serta teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sangat relevan dengan ciri-ciri dari penelitian yang berperspektif subjektif seperti :

1) Sifat realitas yang bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah-ubah), dikonstruksikan, dan *holistic* : pembenaran realitas bersifat relative.
2) Actor (subyek) bersifat aktif, kreatif dan memiliki kemauan bebas, dimana prilaku komunikai secara internal ikendalikan oleh individu.
3) Sifat hubungan dalam dan mengenai realitas.
4) Sifat hubungan dalam dan mengenai realitas.
5) Tujuan penelitian terkait dengan hal-hal yeng bersifat khusus,
6) Metode penelitian yang deskriptif
7) Metode penelitian yang deskriptif
8) Otentisitas adalah kriteria kualitas penelitian subyektif, dan
9) Nilai, etika, dan pilihan moral penelitian melekat dalam proses penelitian.

(Mulyana, 2002:147-148)

Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika *(semiotic analysis)* Rolands Barthes yang merupakan bagian dari salah satu kelompok metode analisis Semiotika.

IV. Pembahasan

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka bahasan yang dilakukan yaitu Analisis Semiotika dalam tayangan Iklan Djarum 76. Dalam tayangan iklan tersebut, hadir dan terdapat tanda serta makna berupa makna denotatif, konotatif dan mitos yang terdapat dalam tayangan tersebut. Makna denotatif, konotatif dan juga mitos dalam tayangan tersebut

berhasil diidentifikasi kemudian dianalisis sehingga memiliki maksud, arti tertentu serta makna yang tersembunyi dan mendalam.

Berdasarkan sejarah sebelum Indonesia merdeka, negara kita sudah diwarnai oleh "budaya-tradisi korupsi" yang tiada henti karena didorong oleh motif kekuasaan, kekayaan dan wanita. Hal inilah yang mendorong para koruptor untuk melakukan tindakan merampas hak masyarakat tersebut.

Tanda sendiri merupakan sesuatu yang bersifat fisik, dapat dipersepsi melalui indra kita sendiri. Tanda mengacu pada sesuatu yang berada diluar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya hingga disebut tanda.

Berkaitan dengan sebuah tayangan yang memang sarat akan tanda dan simbol, maka yang menjadi perhatian peneliti disini adalah dari segi semiotiknya, dimana dengan semiotika akan membantu peneliti dalam menelaah arti kedalaman suatu bentuk komunikasi serta mengungkap makna yang terdapat didalamnya. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda yang terdapat dalam sebuah tayangan tentu saja berbeda dengan tanda lain yang bersifat tekstual ataupun *visual* saja. Tanda dalam tayangan iklan terasa lebih kompleks karena pada waktu yang hampir bersamaan sangat mungkin berbagai tanda akan muncul sekaligus, seperti *visual* dan teks. Begitupun tanda-tanda yang terdapat dalam tayangan Iklan Djarum 76 ini sesuai dengan buku Semiotika karya Alex Sobur yang menyatakan bahwa :

> "Semotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. (Sobur, 2009:15)

Iklan televisi merupakan salah satu cara sebuah perusahaan untuk menarik peminatnya membeli produk yang dihasillkan perusahaan tersebut. Sehingga berbagai bentuk iklan televisi dibuat seunik mungkin agar iklan tersebut menarik perhatian penonton. Cara pembuatan dari iklan televisi juga melalui proses yang panjang dan rumit sebelum ditampilkan ke dalam layar televisi. Iklan televisi juga memiliki tema yang beragam, baik secara fiksi ataupun bentuk kejadian yang masuk dalam kritik sosial yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat.

Iklan bisa mencakup berbagai macam perusahaan, salah satu perusahaan yang kerap membuat iklan televisi ialah produsen rokok. Memang dalam peraturannya, iklan rokok memang kerap menjadi permasalahan. Salah satu permasalahannya ialah jam tayang yang kerap menjadi permasalahnnya. Dalam peraturannya, jam tayang iklan rokok diwajibkan jam 22.00 WIB keatas agar tidak menjadi santapan anak-anak. Dalam sebuah iklan rokok juga

dilarang menampilkan model yang sedang memakai produk tersebut, karena hal tersebut akan menyalahi aturan-aturan yang dibuat oleh lembaga penyiaran yang membatasi bagaimana iklan produk rokok ini beredar di dalam layar televisi. Hal tersebut ditunjang dengan pemaparan informan yaitu sebagai berikut:

> "Pembentukan wacana iklan itukan mau buat konsep seperti apa, nah kalau untuk prodak-prodak rokok itu yang utama tidak boleh menampakan batang rokok apalagi orang yang merokok, jadi kalau iklan rokok itu lebih banyak sebagai pencitraan dari sebuah perusahaan, bagaimana posisioning di dalam media industri, sehingga orang tidak akan melihat iklan rokok kemudian ada orang merokok, karena memang aturan undang-undang melarang itu". (Wawancara, juni 2014)

Pada pernyataan diatas, jelas terlihat bahwa produsen dari rokok Djarum 76 ini ingin menarik perhatian dari masyarakat dengan mengangkat isu terhangat saat itu yaitu kasus korupsi dengan tokoh icon Gayus Tambunan. Pada tayangan iklan tersebut, pembuat iklan ingin menarik perhatian penonton dan membuat penonton mengingat akan nama produk dari tayangan iklan tersebut. Hal tersebut seperti teori jarum hipodermik yang selalu menyuntikkan ideologi-ideologi agar pemirsa selalu ingat akan hal yang ditampilkan. Dengan seperti itu, iklan rokok Djarum 76 akan selalu teringat di otak pemirsa dengan tampilan korupsi yang selalu menjadi trending topic di kalangan masyarakat.

Kontestan final pertama adalah Jin dari Timur Tengah dia mengerahkan segenap kemampuannya untuk menghilangkan piramida terbesar di Mesir sekaligus di dunia, dalam sekejap hilanglah piramida dari tengah-tengah padang pasir yang dimana sebelumnya piramida tersebut berada. Kontestan kedua adalah Jin dari Jepang yang menunjukan kekuatan sihirnya dengan menghilangkan Gunung Fuji dari tanah Jepang dan dalam hitungan kurang dari satu detik, gunung yang menjadi ikon negeri matahari terbit itu pun lenyap dari pandangan mata. Kontestan ketiga adalah Jin dari Indonesia yang berpakaian adat Jawa lengkap, dengan berjalan membawa tumpukan kertas dan map lalu menaruh di depannya, dengan seketika langsung hilang tumpukan itu. Kedua Jin kontestan lain dan juga dewan juri Jin yang berasal dari beberapa negara kuat dalam hal per-jin-an merasa heran, mengapa cuman tumpukan kertas-kertas dan map yang dihilangkan. Mereka pikir semua jin bisa melakukannya, dan jin dari Indonesia pada tayangan iklan tersebut menggambarkan menghilangkan kasus-kasus korupsi, sehingga terlihat sorak gembira para penonton yang sebagian berpenampilan seperti pejabat, dengan baju safari dan jas. Salah satunya dengan rambut wig yang dikenal sama seperti Gayus saat kabur ke luar nengeri lalu bersorak-sorai

dan bersalaman dengan satu sama lainya merayakan kehebatan jin andalan mereka. Kedua Jin, Jin dari Timur Tengah dan Jin Jepang pun terperangah, takjub akan kehebatan Jin Indonesia. Hal tersebut didukung oleh penyataan sebagai berikut :

> "Saya percaya bahwa orang-orang yang kreatif di iklan itu sudah mencoba bagaimana menterjemahkan atau keinginan dari sebuah perusahaan itu, dan saya percaya kalau djarum biasanya perusahaan dwiparta kalau gak salah, dan saya percaya bahwa orang-orang di dalamnya orang-orang kreatif, dan memang bisa dipercaya dan cukup berkompeten untuk hal-hal pembuatan sebuah iklan".(Wawancara, juni 2014)

Peneliti menganggap pembuat dari iklan produk rokok tersebut mengetahui betul bagaimana karakter dari pemirsa yang ada di Indonesia. Dengan tayangan iklan yang seperti itu, pengiklan akan menggiring pemikiran masyarakat dan mengingat produk rokot tersebut. Dengan kata lain, korupsi di Indonesia adalah kasus atau kejahatan dari publik yang dikenal ataupun tidak seperti para pejabat pemerintahan yang selalu menjadi perbincangan publik dan selalu diingat di otak masyarakat.

Pada pembahasan ini, peneliti akan membahas apa saja yang menjadi makna-makna yang terdapat dalam *scene* yang menjadi subjek penelitian yang mewakili tentang korupsi yang dijelaskan melalui makna denotatif, konotatif dan juga mitos dalam tayangan iklan Djarum 76 ini.

a. Makna Denotatif pada tayangan iklan Djarum 76

Dalam *scene* pertama tayangan iklan djarum 76 ini memperlihatkan tiga jin yang melakukan kontes menunjukan keahliannya dengan menghilangkan ciri khas dari negaranya masing-masing. Jin dari Indonesia datang membawa tumpukan berupa dokumen didalam sebuah kardus. Dalam *Scene* kedua terlihat Jin dari Indonesia mencoba menunjukan keahliannya dengan menghilangkan tumpukan buku atau dokumen yang dibawanya tersebut dengan mengatakan "kasus korupsi hilang". Pada *scene* ke tiga terlihat kegembiraan dari para penonton terkait aksi yang dilakukan jin dari Indonesia yang menghilangkan kasus korupsi yang berada di Indonesia. Terlihat sosok koruptor Gayus Tambunan dalam barisan para penonton tersebut. *scene* ke empat dalam tayangan iklan ini menunjukan jin dari jepang menyembah kepada jin dari Indonesia terkait keberhasilannya dengan mudah menghilangkan kasus korupsi di Indonesia. Dan *scene* ke lima memperlihatkan gambar yang menunjukan jin indonesia pemenangnya serta menggandeng tiga wanita cantik sengan pakaian dress mini yang memperlihatkan seksualitasnya dan disekelilingnya terlihat taburan kertas dari atas.

Dalam makna denotatif dalam *scene* pertama dalam tayangan iklan djarum 76 ini belum jelas terlihat apa maksud dari jin Indonesia membawa tumpukan buku yang menyerupai dokumen tersebut sehingga orang belum dapat menilai apa yang akan dilakukan oleh Jin dari Indonesia tersebut. Baru pada *scene* ke dua hingga ke empat baru dipaparkan apa yang dilakukan oleh Jin dari Indonesia tersebut. Yang menjadi koreksi dalam tayangan ini ialah banyaknya penggunaan unsur-unsur makna dibalik tayangan sehingga menyulitkan penonton untuk menebak maksud dari tayangan iklan tersebut.

b. Makna Konotatif dalam *scene* tayangan iklan djarum 76

Pada *scene* pertama diperlihatkan bagaimana jin dari Indonesia membawa tumpukan dokumen yang mengartikan banyaknya hal yang terjadi di Indonesia salah satunya kasus korupsi. Adanya tumpukan buku ataupun dokumen yang terlihat, sang Jin terlihat sedang menyimpan tumpukan tersebut, sehingga menjadi indikasi banyaknya catatan-catatan yang ada di Indonesia. Selain itu, dalam *scene* ini juga memperlihatkan pakaian yang digunakan para peserta kontes jin yang mewakili negara asalnya seperti jin dari Timur Tengah yang mengenakan pakaian yang menjadi ciri khas tokoh legenda kartun Aladin. Selain itu, jin dari Jepang pun menggunakan pakaian khasnya yaitu kimono, kimono sendiri memang kerap digunakan sejak dahulu kala oleh warga Jepang, saat ini pun masih sering digunakan untuk kegiatan-kegiatan acara kebudayaan di negara Jepang. Selain itu juga pakaian yang dipakai oleh Jin dari Indonesia merefleksikan bangsa Indonesia, memakai baju dengan cirri khas provinsi Jawa, membuat jin dari Indonesia tersebut bisa menjadi identitasnya. Dalam scene kedua tergambar dalam “kasus korupsi” hal itu mengartikan bahwa kasus korupsi yang ada di Indonesia dengan mudahnya hilang begitu saja. Pengambilan gambar dalam *scene* ini pun menggunakan teknik *mid shoot*, hal ini dilakukan untuk membuat apa yang dilakukan oleh jin dari Indonesia bisa terlihat. Dalam *scene* ketiga, keceriaan terlihat dari para penonton. Dalam *scene* ini terdapat penonton yang menyerupai tokoh koruptor Gayus Tambunan. Kecerian ini mengartikan bahwa kasus korupsi yang dihapuskan membuat mereka dihapuskannya juga kasus yang menerima mereka. Selain itu, pakaian yang digunakan yakni baju safari yang biasa digunakan pejabat-pejabat pemerintahan mengartikan bahwa kasus korupsi kerap terjadi di ranah pemerintahan. Dalam *scene* keempat memperlihatkan aksi membungkuknya jin dari jepang menandakan sembah sujud terhadap jin dari Indonesia atas apa yang dilakukannya dengan menghilangkan aksus korupsi di Indonesia. Adanya tulisan disebuah kardur “kasus korupsi” mempertegas bahwa catatan kasus korupsi di Indonesia itu sangat banyak. Pengambilan teknik *mid shoot* pun digunakan agar apa yang dilakukan oleh Jin Jepang dan tulisan dalam kardus tersebut bisa terlihat. Dan *scene* yang ke lima

memperlihatkan gambar yang menunjukan jin dari indonesia dengan bangga menjadi pemenang dan di kelilingi tiga orang wanita cantik dengan pakaian dress mini sehingga terlihat seksi dan taburan kertas yang mengelilingi mereka tersebut memiliki sebuah makna konotatif yang mana jin indonesia tersebut memiliki makna sebagai hakim, jaksa ataupun polisi. Dan tiga orang wanita cantik pakaian dress mini yang bergandengan dengan jin indonesia memiliki makna bahwa yang menunjukan aura keseksian perempuan yang meluluhkan laki-laki sebagai sogokan terhap jin indonesia yang menghilangkan kasus korupsi.

Dalam seluruh *scene* telah menggambarkan apa yang dilakukan oleh Jin dari Indonesia. Makna-makna yang tersembunyi dalam seluruh *scene* pun telah terlihat seperti adanya gambar "kasus korupsi" itu menandakan penghilangan kasus korupsi dengan mudahnya oleh jin tersebut. Menghilangnya kasus korupsi di Indonesia merefleksikan bagaimana dengan mudahnya kasus tersebut hilang. Selain itu adanya penggunaan baju safari oleh penonton membuat hal ini semakin jelas bahwa kasus korupsi dilakukan oleh pejabat-pejabat pemerintahan.

c. Makna Mitos dalam *Scene* tayangan iklan djarum 76

Mitos yang muncul dari seluruh *scene* ini merupakan salah satu indikasi mudahnya kasus korupsi di Indonesia dihilangkan. Dari tahun ke tahun kasus korupsi di Indonesia tiada habisnya. Hal ini dapat terlihat bagaimana kasus korupsi seakan terus menerus terjadi di negara Indonesia. Contohnya dalam *scene* ke tiga dimana ada tokoh mirip Gayus Tambunan. Ia merupakan salah satu tersangka penggelapan pajak miliaran rupiah dari kantor direktorat pajak Indonesia. Selain menjadikannya buah bibir dimasyarakat, kasus korupsinya pun menyeret nama mentri keuangan saat itu Sri Mulyani. Gayus juga pernah menjadi 'artis' saat dirinya kepergok menyaksikan pertandingan tenis di Bali. Adanya komisi bentukan pemerintah dari zaman ke zaman pun tak cukup untuk memberhentikan kasus korupsi di Indonesia. sehingga dapat dikatakan penyakit ini sudah menjadi budaya.

Korupsi merupakan budaya suatu penyakit yang ada bukan saja di pemerintah, melainkan dalam kehidupan masyarakat pun korupsi kerap terjadi. Korupsi juga dapat dikatakan sebagai penyakit ganas yang menggerogoti kesehatan masyarakat seperti sebuah penyakit kanker yang pelan-pelan menghabisi diri sendiri. Korupsi dapat terjadi disektor swasta maupun di sector pemerintahan dan malahan di kedua sector itu pun sering terjadi korupsi.

Dalam konteks pemerintahan, korupsi yang dilakukan oleh para pejabat pemerintahan juga termasuk melanggar kaidah kejujuran dan juga melanggar hukum dan aturan yang

berlaku. Selain itu, korupsi di pemerintahan pun berdampak pada penurunan kewibawaan negara dan pemerintah dimata negara lainnya semuanya dilakukan demi kepentingan memperkaya diri sendiri.

Korupsi hadir apabila seseorang secara tidak halal meletakan kepentingan pribadinya di atas kepentingan rakyat, serta cita-cita yang menurut sumpah serapah janji selama berkampanye akan dilayaninya, namun yang terjadi sebaliknya korupsi kian banyak berlangsung. Korupsi dapat menyangkut janji, ancaman atau keduanya. Korupsi ini dapat dimulai oleh seorang pegawai negeri abdi masyarakat atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan pribadi didalamnya.

Korupsi merupakan salah satu tindakan yang kerap terjadi di Negara Indonesia, bahkan kasus korupsi pun banyak menyeret nama-nama papan atas yang menjabat sebagai pejabat publik. Tayangan ini telah menggambarkan bagaimana tindakan kasus korupsi di Indonesia yang dengan mudah dihilangkan. Selain itu, tayangan iklan ini juga secara keseluruhan telah memberikan kritikan terhadap pemerintahan terkait kasus-kasus korupsi yang kerap terjadi di Indonesia.

d. Representasi Korupsi Dalam Tayangan Ikalan Djarum 76 versi Kontes Jin.

Iklan djarum 76 versi kontes jin memunculkan representasi korupsi hal ini dapat dilihat dari pembahasan di atas:

Berdasarkan analisis pada tayangan iklan djarum 76 ini mempresentasikan tiga jin yang berasal dari tiga negara yang berbeda. Para jin tersebut melakukan atraksinya dengan menghilangkan suatu hal yang menjadi ciri khas dinegaranya. Jin Indonesia menghilangkan tumpukan berkas yang bertuliskan kasus korupsi. Usai melakukan itu, tergambar penonton menggelegar dan terlihat sangat senang, serta terlihat wajah-wajah koruptor kelas kakap di Indonesia seperti Gayus Tambunan. Sementara itu, tayangan yang pertama saat sang jin menghilangkan “kasus korupsi” hal ini menunjukan bahwa kasus korupsi di Indonesia sangat mudah dihilangkan kemudian saat sang jin menghilangkannya hal tersebut tergambar penonton yang terlihat wajah koruptor seperti Gayus Tambunan mengindikasi bahwa jika kasus korupsi hilang hukuman bagi dia pun akan menghilang. Maka dari itu, para penonton yang terlihat koruptor tersebut dengan senangnya mereka saling berjabat tangan satu sama kainya.

Representasi dari tayangan iklan Djarum 76 ini merupakan salah satu indikasi mudahnya kasus korupsi di Indonesia dihilangkan. Dari tahun ke tahun kasus korupsi di Indonesia tiada habisnya. Hal ini dapat terlihat bagaimana kasus korupsi seakan terus menerus terjadi di negara Indonesia. Contohnya dalam tayangan *scene* ke tiga dimana ada

tokoh mirip Gayus Tambunan. Ia merupakan salah satu tersangka penggelapan pajak miliaran rupiah dari kantor direktorat pajak Indonesia. Selain menjadikannya buah bibir dimasyarakat, kasus korupsinya pun menyeret nama mentri keuangan saat itu Sri Mulyani. Gayus juga pernah menjadi ‘artis’ saat dirinya kepergok menyaksikan pertandingan tenis di Bali.

V. KESIMPULAN

1. Makna Denotatif Korupsi Dalam Tayangan Iklan Djarum 76 Kontes Jin.

   Memperlihatkan tiga jin yang berasal dari tiga negara yang berbeda. Para jin tersebut melakukan atraksinya dengan menghilangkan suatu hal yang menjadi ciri khas dinegaranya. Jin Indonesia menghilangkan tumpukan berkas yang bertuliskan kasus korupsi. Usai melakukan itu, sorak sorai penonton menggelegar dan terlihat sangat senang, serta terlihat wajah koruptor kelas kakap di Indonesia seperti Gayus Tambunan.
2. Makna Konotatif Korupsi Dalam Tayangan Iklan Djarum 76 Kontes Jin.

   Makna konotatif yang pertama saat sang jin mengatakan “kasus korupsi hilang” hal ini menunjukan bahwa kasus korupsi di Indonesia sangat mudah dihilangkan. Lalu makna konotatif terdapat saat sang jin mengatakan hal tersebut sorak sorai penonton yang terlihat wajah koruptor kelas kakap seperti Gayus Tambunan mengindikasi bahwa jika kasus korupsi hilang hukuman bagi dia pun akan menghilang. Pada tayangan iklan tersebut memperlihatkan para penonton yang terlihat koruptor kelas kakap tersebut bersorak sorai dengan senangnya.
3. Makna Mitos Korupsi Dalam Tayangan Iklan Djarum 76 Kontes Jin.

   Mitos yang muncul dari seluruh *scene* ini merupakan salah satu indikasi mudahnya kasus korupsi di Indonesia dihilangkan dengan cara mengalihkan isu dengan pemberitaan lain yang akan muncul di media masaa. Dari tahun ke tahun kasus korupsi di Indonesia tiada habisnya. Hal ini dapat terlihat bagaimana kasus korupsi sekan terus menerus terjadi di negara Indonesia. Contohnya dalam *scene* ke tiga dimana ada tokoh mirip Gayus Tambunan yang digambarkan oleh pemuda yang mirip dengan Gayus dan memakai properti lain yaitu wig dan kacamata. Model iklan tersebut, merepresentasikan tentang Gayus Tambunan sebagai koruptor yang bebas dengan menyuap sipir penjara agar dapat berlibur kemana saja yang dia inginkan. Ia merupakan salah satu tersangka penggelapan pajak miliaran rupiah dari kantor direktorat pajak Indonesia. Selain menjadikannya buah bibir dimasyarakat, kasus korupsinya pun menyeret nama mentri keuangan saat itu Sri Mulyani. Gayus juga pernah menjadi ‘artis’ saat dirinya kepergok menyaksikan pertandingan tenis di Bali.

4. Representasi adalah bagian dari kognisi sosial dari suatu konfigurasi atau bentuk atau susunan yang dapat menggambarkan, mewakili atau melambangkan sesuatu dalam suatu cara. Tayangan Iklan djarum 76 versi kontes jin memunculkan representasi korupsi yang ada di Indonesia. Menurut Mitos Indonesia memiliki tingkat untuk melakukan tindakan korupsi dan pada tanyangan ini pula realita kasus korupsi yang ada di Indonesia sangat mudah dihilangkan seperti halnya pada saat peristiwa gayus yang bisa melenggang dengan bebas untuk melihat pertandingan tenis di Bali.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. 2007. Komunikasi massa: suatu pengantar. Bandung. Simbiosa Rekatama Media.

Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada

Effendy, Marwan. 2013. Korupsi dan Strategi Nasional. Jakarta. Referensi (GP Press Group)

Effendy , Onong Uchjana, 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti

Eriyanto, 2008. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Text Media. Yogyakarta. PT. LKIS Pelangi Aksara.

Fiske, John. 2011. *Cultural and Communication Studies*; Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Yogyakarta. Jalasutra.

Kurniawan. 2001. Semiologi Roland Barthes. Magelang. Indonesia Tera.

Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung. Remaja Rosdakarya.

_____2008. Metodologi Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2002. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Sobur, Alex. 2009. Semiotika Komunikasi. Bandung.PT. Remaja Rosdakarya

_____. 200. Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantiatif kualitatif dan R&D. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Supriadi, Yadi. 2013. Periklanan, Perspektif Ekonomi Politik. Bandung. PT. Simbiosa Rekatama Media

Wibowo, Indiwan Seto Wahyu. 2011. Semiotika Komunikasi. Jakarta: Mitra Wacana Media

Internet Searching :

*http://irham93.blogspot.com/2013/11/*pengertian-korupsi-menurut-undang.*html* diunduh pada tanggal 21 Februari 2014 (Pukul 22.00 WIB).

*http://id.wikipedia.org/wiki/*Korupsi *html* diunduh pada tanggal 16 Maret 2014 (Pukul 01.03 WIB).

*http://ekatheone.blogspot.com/2013/05/*mendeskripsikan-pengertian-anti-korupsi.*html* diunduh pada tanggal 16 Maret 2014 (Pukul 01.05 WIB).

*http://ode87.blogspot.com/2011/03/*pengertian-semiotik.*html* diunduh pada tanggal 17 Maret 2014 (Pkl 20.00 WIB).

*http://selalucintaindonesia.wordpress.com/2013/12/11/*definisi-anti-korupsi/ *html* diunduh pada tanggal 17 Maret 2014 (Pukul 20.03 WIB).

*http://farhad88.wordpress.com/2013/04/22/*pengertian-anti-korupsi-dan-instrumen-anti-korupsi-di-indonesia/ *html* diunduh pada tanggal 18 Maret 2014 (Pukul 17.00 WIB).