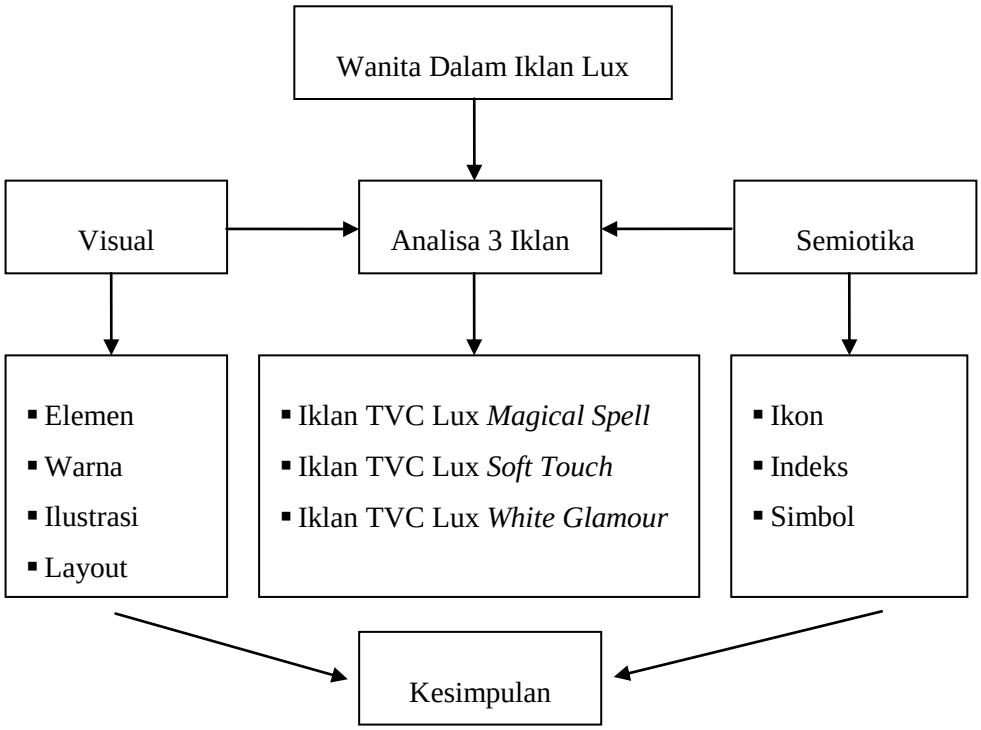
BAB IV

ANALISA VISUAL DAN PEMAKNAAN TANDA YANG ADA PADA IKLAN TVC LUX INDO DI TAHUN 2012

IV.1 Analisa Visual

Untuk mendapatkan suatu pengkajian iklan secara *signifikan*, maka suatu iklan dapat dianalisa dari segi visualnya. Meliputi elemen visual, warna yang digunakan, ilustrasi, dan layout berdasarkan teknik pengambilan gambarnya. Dalam hal ini Iklan TVC Lux Indo di tahun 2012 yang akan dikaji terdiri dari iklan TVC Lux *Magical Spell*, iklan TVC Lux *Soft Touch* Daniel Boaventura, serta iklan TVC Lux *White Glamour Ice Skating*. Dan untuk mendukung pengkajian dalam iklan tersebut, digunakan juga analisa semiotika (analisa sistem tanda) Charles Sanders Peirce berdasarkan ikon, indeks, dan simbol dengan tujuan untuk mendapatkan pemaknaan tanda. Berikut akan digambarkan melalui tabel analisa pembahasan.

Tabel IV.1 Tabel Analisa Pembahasan



IV.1.1 Analisa Visual Dalam Iklan Lux *Magical Spell* Mia Maestro

***Scene* 1**



Gambar IV.1 *Scene* 1 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Pada *scene* pertama diawali dengan adegan seorang wanita yang mengenakan handuk berbentuk piyama, dengan gaya rambut yang diikat *cepol*, wanita tersebut terlihat sedang menuju ke suatu ruangan dengan ekspresi wajah yang tampak tersenyum, dimana ruangan tersebut didominasi oleh elemen kaca. Warna yang digunakan dalam *layout scene* ini menggunakan cahaya pantulan berwarna keunguan. Sedangkan *layout* berdasarkan teknik pengambilan gambarnya yakni menggunakan sorot kamera *Medium Shot* (MS) dan juga *Pan*. *Medium Shot* digunakan untuk memperlihatkan setengah badan, namun ekspresi wajah wanita tersebut tetap dapat terlihat. *Pan* digunakan dalam *scene* ini ketika wanita tersebut berjalan dari satu titik menuju titik lainnya mengikuti gerakan objek dari model wanita iklan tersebut.

***Scene* 2**



Gambar IV.2 *Scene* 2 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene kedua ini diilustrasikan sang model wanita sedang melepaskan handuknya sambil menampilkan senyumannya yang mempesona. Dalam pengambilan gambar ini seolah ingin menampilkan bagian dari tubuhnya namun tidak ditampilkan secara seronok. Pada *scene* tersebut terlihat sorot kamera diarahkan secara *Close Up* (CU) dimana bagian wajah hingga pundak mendominasi layar. Dalam hal ini penggunaan *layout* gambar seperti itu dapat memperjelas ekspresi seseorang serta ingin lebih menonjolkan sesuatu yang dapat menarik perhatian.

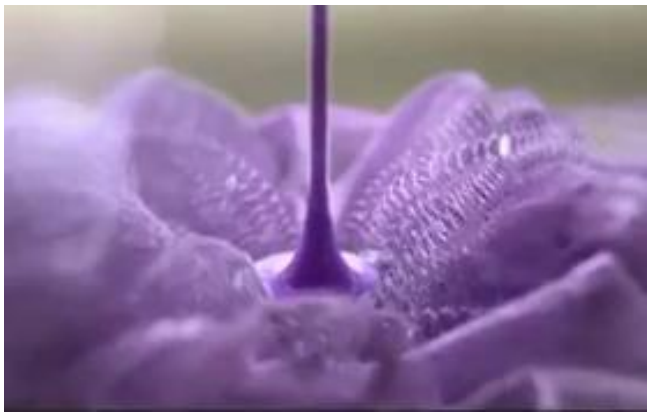
***Scene* 3**



Gambar IV.3 *Scene* 3 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene ketiga ini menampilkan beberapa elemen visual yang menjadi ciri khas dari Lux, yakni bunga, botol parfum, perhiasan (kalung mutiara), serta produk dari Lux *Magical Spell* itu sendiri yang menjadi perhatian khusus, sehingga dalam pengambilan gambarnya pun diambil dengan teknik *Close Up* dan lebih difokuskan pada produk tersebut. Tujuan dari pengambilan gambar seperti ini yakni agar para audiens lebih tertuju pada produk sabunnya, namun produsen/pembuat iklan pun tetap dapat menampilkan elemen-elemen lainnya yang telah menjadi suatu kesatuan dari produk Lux. Elemen visual dari bunga *orchid* yang ditampilkan berwarna ungu sesuai dengan warna yang digunakan dari dominasi warna produk Lux *Magical Spell*, walaupun pada kenyataannya kandungan dari wewangian produk Lux *Magical Spell* berasal dari *black orchid* (bunga anggrek berwarna hitam).

***Scene* 4**



Gambar IV.4 *Scene* 4 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene empat ini diperlihatkan *layout* yang di dominasi oleh *shower puff*. *Shower puff* merupakan sejenis *spons* untuk mandi dan biasa digunakan ketika menggunakan sabun cair. Bentuk dari *shower puff* yakni seperti bunga yang mengembang dan terlihat memiliki tekstur jaring-jaring. *Scene* ini menggunakan teknik *layout* pengambilan gambar secara *Extreme Close Up,* yakni kamera diletakkan sedekat mungkin. Dalam *scene* empat tersebut memperlihatkan bagaimana sabun cair tersebut diilustrasikan ketika dituangkan di atas *shower puff*.

***Scene* 5**



Gambar IV.5 *Scene* 5 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene lima ini memperlihatkan *layout* yang didominasi oleh sekat-sekat kamar mandi yang terbuat dari kaca, sedangkan sang model wanita tersebut disorot dari belakang dan hanya ditampilkan bagian kepala hingga bahu badan. Dalam *scene* ini terlihat juga pantulan sinar cahaya dari jendela luar yang masuk ke dalam ruangan. Teknik pengambilan gambarnya pun diambil dengan teknik *Pan*, yang dimulai dari satu titik ke titik lainnya. Dimana titik pertama kamera diarahkan ke langit-langit atap kamar mandi, kemudian berpindah ke satu titik yang menampilkan aktivitas mandi yang dilakukan oleh sang model wanita.

***Scene* 6**



Gambar IV.6 *Scene* 6 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* ke enam ini *layout* pengambilan gambar menggunakan teknik *Close Up* dimana fokus menampilkan ekspresi wajah dari model wanita tersebut sehingga ekspresi wajah pun dapat diperlihatkan secara jelas. Seperti pada adegan di *scene* ini, model wanita diilustrasikan sedang menghirup dan menikmati aroma wangi secara mendalam yang berasal dari sabun yang berlimpah, ditandai dengan tangannya yang didekatkan ke hidung, dimana hidung merupakan indera penciuman, matanya yang terpejam seolah ikut merasakan sensasi dan senyumannya yang mengekspresikan kebahagiaan.

***Scene* 7**



Gambar IV.7 *Scene* 7 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* ke tujuh, model wanita yang berperan sebagai *vampire* cantik dalam alur cerita dari iklan tersebut diilustrasikan hampir serupa dengan *scene* sebelumnya, dimana model wanita tersebut terlihat sedang menghirup dan menikmati aroma dari wangi tubuhnya, dengan posisi dan pengambilan gambar yang sama dari *scene* ke enam yakni dengan penggunaan teknik *Close Up.* Namun pada *scene* ke tujuh, lokasi dan waktunya pun telah berubah. Jika dalam *scene* sebelumnya, model wanita berada di balik bilik kamar mandi dan cahaya mentari masih dapat terlihat melalui pantulan sinar, namun di *scene* ini model wanita tersebut tengah berada di hutan belantara pada malam hari. Gaya rambutnya pun sudah tidak lagi di*cepol,* dalam *scene* ini model wanita terlihat semakin anggun dan mempesona dengan gaya rambutnya yang tergerai panjang bergelombang

berwarna hitam kecoklatan, dan pakaiannya pun telah berubah dengan warna pakaian yang juga identik dengan warna gaun dalam film *Twilight.*

***Scene* 8**



Gambar IV.8 *Scene* 8 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Pada *scene* delapan, objek pengambilan gambarnya dilakukan dengan teknik sorot kamera *Long Shot* dan *Zoom Out* serta menggunakan sudut pandang *High Angle*. *High angle* merupakan sudut pengambilan dari atas objek sehingga mengesankan objek jadi terlihat kecil. Teknik ini memiliki kesan dramatis, dimana visual wanita dan gaun yang dipakainya diilustrasikan membentuk seperti elemen visual dari bunga *orchid* yang sedang mekar. Salah satu tanda dari bunga yang sedang mekar biasanya akan mengeluarkan aroma wangi, begitupun dalam *scene* ke delapan ini seolah aroma wangi tubuh dari model wanita tersebut sedang disebar luaskan dan hal ini akan terbukti pada *scene* berikutnya dimana sekumpulan para pria *werewolf* yang tiba-tiba datang menghampiri aroma wangi tersebut. Visual lainnya yang terlihat dalam *scene* ini yakni rerumputan dan tanaman dari bunga *orchid* berwarna ungu.

***Scene* 9**



Gambar IV.9 *Scene* 9 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Pada *scene* sembilan, *layout* dalam pengambilan gambar menggunakan teknik *Long Shot* untuk mengenalkan tempat secara lebih detail serta menunjukkan suasana sekitar secara keseluruhan. Seperti adegan dalam *scene* ke sembilan, dimana model wanita diilustrasikan terbang melayang-layang seolah menari-nari dengan gemulai dan gaunnya yang telihat tertiup angin dengan tujuan menebarkan aroma wanginya. Pada *scene* ini sangat terasa nuansa mistisnya dimana ditandai dengan mulai hadirnya para pria *werewolf* yang mengenakan pakaian serba hitam dan bulan purnama yang menyinari gelapnya hutan belantara.

***Scene* 10**



Gambar IV.10 *Scene* 10 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Pada *scene* sepuluh, *layout* digambarkan dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *Medium Shot*. Dalam *scene* ini diperlihatkan bagaimana ekspresi dan gerak tubuh dari model wanita tersebut serta keadaan disekitarnya dimana para *werewolf* semakin berjalan mendekat ke arah sang model wanita. Para *werewolf* terlihat sedang mencari asal dari aroma wangi tersebut. Dalam hal ini, baik dalam film *Twilight* maupun dalam iklan Lux *Magical Spell, werewolf* divisualisasikan sebagai sosok pria yang bertubuh tegap, proporsional, kekar, serta memiliki kharismanya tersendiri.

***Scene* 11**



Gambar IV.11 *Scene* 11 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sebelas, *layout* pengambilan gambar dilakukan menggunakan teknik *Medium Shot* agar lebih difokuskan pada ekspresi wajah. Ekspresi wajah para pria *werewolf* ini terlihat menggambarkan sesuatu seperti sedang merasakan sensasi aroma wangi. Hal ini ditandai dengan matanya yang terpejam, hidungnya yang terlihat sedang menghirup nafas dalam-dalam dan lehernya yang bergerak berputar mengikuti arah dari aroma wangi tersebut berasal, hal ini merupakan penggambaran suatu insting dari seorang *werewolf* bahwa asal dari aroma wangi itu sudah semakin dekat. *Scene* ini terasa sedikit tidak enak dilihat, karena dalam tampilan iklan ada salah satu bagian tubuh dari *werewolf* yang berada pada posisi belakang terlihat terpotong bagian kepalanya.

***Scene* 12**



Gambar IV.12 *Scene* 12 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* dua belas, *layout* pengambilan gambar menggunakan teknik *Extreme Close Up*. Dimana kamera diletakkan sedekat mungkin untuk menunjukkan bagian-bagian tubuh, dalam hal ini terlihat kamera memfokuskan bagian tangan si wanita tersebut yang sedang memainkan jari jemarinya seolah memberikan sentuhan pada bagian lehernya. Dimana leher merupakan salah satu daerah sensitif wanita untuk menggoda seorang pria. Leher juga merupakan salah satu simbol untuk meningkatkan gairah. Dalam *scene* ini seolah layar didominasi penuh oleh warna ungu.

***Scene* 13**



Gambar IV.13 *Scene* 13 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* tiga belas, *layout* pengambilan gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Close Up*, dimana dua objek utama yakni model wanita yang berperan sebagai *vampire* cantik terlihat mendekati salah satu *werewolf* yang berdiri pada posisi paling depan. Dengan menampilkan raut tatapan wajahnya yang tajam, si *vampire* cantik tersebut dalam adegannya seperti ingin menggoda *werewolf* tersebut. Sedangkan objek lain yakni para *werewolf* lainnya hanya terlihat sebagai pemeran pendukung.

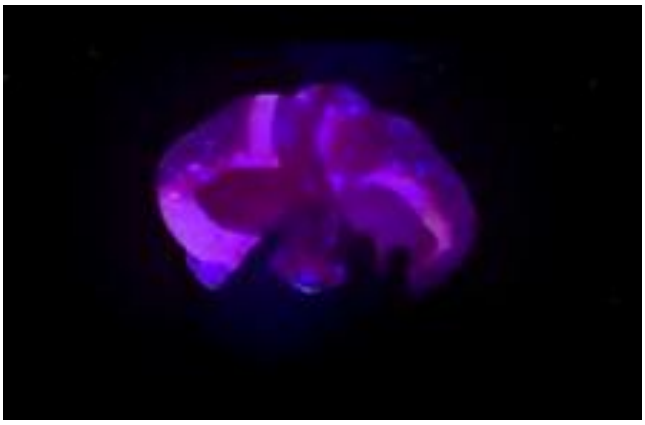
***Scene* 14**



Gambar IV.14 *Scene* 14 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* empat belas, *layout* pengambilan gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up* dengan posisi *angle* dari samping. Hal ini merupakan salah satu bentuk visualisasi yang sangat berhasil membuat seorang wanita akan terlihat anggun ataupun seksi. Dalam *scene* ini, terlihat raut wajah si model wanita tersebut tersenyum mempesona, seolah menandakan bahwa dia berhasil memikat para *werewolf* tersebut.

***Scene* 15**



Gambar IV.15 *Scene* 15 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* lima belas, *layout* gambar hanya menampilkan fokus satu elemen yakni bunga *orchid* yang tampak terlihat tersinari oleh butiran cahaya *magic* dengan teknik pengambilan gambar menggunakan *Medium Close Up* dengan posisi berada di *point of centre*. Sedangkan *layout* gambarnya didominasi oleh *background* hitam yang menandakan waktu masih menunjukkan malam hari.

***Scene* 16**



Gambar IV.16 *Scene* 16 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* enam belas, *layout* gambar didominasi oleh bunga-bunga *orchid. Scene* ini menggunakan teknik pengambilan gambar *Close Up* disertai dengan menggunakan teknik *Pan*, yakni pengambilan gambar dari satu titik ke

titik lainnya, dalam hal ini kamera diposisikan dari *angle* bawah kemudian makin diarahkan ke atas. Kelopak bunga *orchid* yang paling menonjol tersebut terlihat masih tersinari cahaya *magic* dimana bunga tersebut merupakan kelopak dari bunga *orchid* yang terlihat pada *scene* sebelumnya. Dalam *scene* ini, telihat pergantian waktu, dimana pada *scene* sebelumnya masih menunjukkan malam hari, namun kini berganti menunjukkan pagi hari. Untuk lebih jelasnya akan terlihat dalam *scene* berikutnya.

***Scene* 17**



Gambar IV.17 *Scene* 17 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* tujuh belas ini telihat sinar mentari sebagai tanda bahwa hari telah berganti dari malam ke pagi hari, hal ini ditandai dengan bergantinya bulan purnama yang sudah tidak terlihat lagi. *Layout* gambar pada *scene* ini kini didominasi oleh warna hijau yang berasal dari warna rerumputan. Teknik pengambilan gambar dalam adegan ini menggunakan sorot kamera *Long Shot.* Sorot ini digunakan untuk mengenalkan tempat atau menunjukkan sekerumunan orang. Dalam *scene* tujuhbelas ini, model wanita yang berperan sebagai *vampire* cantik tampak sudah tidak berada di hutan tersebut, yang tersisa hanyalah para *werewolf.*

***Scene* 18**



Gambar IV.18 *Scene* 18 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber:http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* delapan belas, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close UP*, dimana wajah dan sebagian tubuh model terlihat mendominasi layar. Pada *scene* ini difokuskan kepada sang model untuk memperlihatkan mimik wajah serta gaya bahasa tubuh sang model yang digunakan untuk menarik perhatian permirsa. Dengan posisi badan yang sedikit dicondongkan ke depan, satu tangan terlihat membawa bunga *orchid*, satu tangannya lagi diletakkan menempel pada telinga, rambut bergelombang yang terurai namun tidak begitu menutupi leher dan bagian depan badan serta menampilkan ekspresi senyuman mempesona dari sang model mampu memperlihatkan kesan santai namun tetap anggun, seksi dan mempesona. Dalam *scene* ini juga menampilkan *tagline* dari produk Lux "*Just a Little Lux*". Logo dari produk Lux, dan elemen tambahan yakni bunga *orchid* berwarna ungu yang menjadi ciri khas dari elemen visual iklan dan produk *Magical Spell* tersebut.

***Scene* 19**



Gambar IV.19 *Scene* 19 Iklan TVC Lux *Magical Spell*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sembilan belas, teknik pengambilan gambar menggunakan sorot kamera *Close Up*, dimana dalam hal ini lebih difokuskan untuk memperkenalkan produk Lux *Magical Spell* dan elemen visual yang merupakan bagian dari produk tersebut. Sebagai contohnya terlihat elemen visual parfum dan bunga *orchid*, logo *brand* Unilever, *more link facebook*, dan *seen words* dalam bahasa Inggris "*With Fine Fragrance That Lasts For Hours After You've Showered"* yang secara intinya memiliki arti yakni produk ini lebih mengunggulkan aroma wewangian yang dapat masih bisa dirasakan berjam-jam walaupun setelah mandi.

IV.1.2 Analisa Visual Dalam Iklan Lux *Soft Touch* Daniel Boaventura

***Scene* 1**



Gambar IV.20 *Scene* 1 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* awal ini, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Long Shot*, dimana dalam hal ini untuk menunjukkan lokasi maupun sekumpulan orang. *Scene* pertama ini ingin mengenalkan bahwa iklan ini merupakan iklan dengan setting tempat bernuansa konser, hal ini dapat dilihat dari berbagai macam peralatan musik beserta para pemainnya yang ada di tempat tersebut, ada *bass-violin*, mic, drum, dan terompet. Dari peratan-peralatan musik tersebut merupakan pertanda bahwa konser musik ini bukan konser sembarangan, konser ini merupakan konser klasik dan biasanya dihadiri oleh kalangan atas, dalam hal berpakaiannya pun baik pemain dan penyanyi konser maupun para tamu undangan memakai pakaian semi formil dengan jas maupun kemejanya untuk pria sedangkan wanitanya mengenakan gaun atau dress untuk pesta. *Scene* ini juga memperlihatkan para tamu undangan yang duduk ditempatnya masing-masing dengan kelompoknya masing-masing, dan suasana konser pun terlihat membosankan. Hal ini semakin memperjelas situasi dan kondisi dimana kelompok kalangan atas memang sering kali memiliki dunianya masing-masing.

***Scene* 2**



Gambar IV.21 *Scene* 2 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* kedua, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot*, dimana sorot kamera ini lebih difokuskan pada ekspresi penyanyinya yakni Daniel Boaventura yang terlihat kurang begitu bersemangat.

***Scene* 3**



Gambar IV.22 *Scene* 3 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* ketiga, terlihat model wanita diilustrasikan berjalan melangkahkan kaki menuju cermin. *Layout* gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Long Shot*, dimana dalam hal ini untuk menunjukkan situasi dan kondisi ruangan. Ruangan ini merupakan ruangan kamar mandi, hal ini ditandai dengan adanya *bathtub*, yang dalam *scene* ini *bathtub* tersebut terlihat

berada di posisi pojok paling kiri. Warna yang digunakan dalam layar terlihat didominasi oleh warna putih soft. Desain ruangannya pun terkesan *modern classic.*

***Scene* 4**



Gambar IV.23 *Scene* 4 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* empat, pandangan sang model tertuju pada sebuah kertas surat undangan yang tertempel pada cermin. Layout gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot* dan cenderung diarahkan untuk melihat ekspresi sang model melalui cermin. Ekspresi model tersebut terlihat tersenyum ketika melihat surat undangan tersebut.

***Scene* 5**



Gambar IV.24 *Scene* 5 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* lima, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot*, dimana dalam *scene* ini terlihat sang model dengan gaya rambutnya yang *dicepol* sedang menghadap ke arah cermin sembari tangannya yang hendak melepaskan handuk dengan bentuk kerah handuk seperti bentuk kerah pada pakaian kimono, hal ini menandakan bahwa sang model ingin melakukan aktivitas mandi setelah melihat kertas surat undangan tersebut. Elemen visual dari kertas surat undangan konser dalam *scene* ini dapat terlihat secara jelas pada bagian sisi kanan layar gambar. Sorot kamera *Medium Shot* juga digunakan untuk melihat ekspresi senyuman mempesona dari sang model.

***Scene* 6**



Gambar IV.25 *Scene* 6 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* enam, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*. Dalam *scene* ini difokuskan pada handuk yang terjatuh dimana dalam *scene* sebelumnya handuk tersebut dilepaskan oleh sang model. Posisi handuk terjatuh itu tepat diilustrasikan berada dibawah kaki sang model. Seperti yang dapat dilihat dalam gambar, bentuk handuk yang terjatuh tersebut seolah mengesankan kelembutan *(soft)* dengan warna dominan *layout* gambar didominasi oleh warna *peach*. Warna tersebut merupakan salah satu kategori warna yang sifatnya *soft.*

***Scene* 7**



Gambar IV.26 *Scene* 7 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* tujuh, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana tampilan gambar difokuskan untuk memperkenalkan produk sabun tersebut beserta kandungan yang menjadi *point of interestnya* yang tak lain adalah kandungan parfum. Hal ini ditandai dengan adanya elemen visual dari kemewahan parfum, baik itu botol parfum mewah yang berada di posisi paling belakang maupun elemen visual dari tetesan cairan parfum yang seolah-olah dituangkan langsung ke dalam sabun. Produk sabun Lux *Soft Touchnya* pun diletakkan pada wadah/tempat sabun yang terbuat dari kaca dimana tempatnya berbentuk seperti rangkaian kelopak bunga. Wadah/tempat sabunnya itu sekilas terkesan biasa saja namun tetap *classy*.

Dalam *scene* ini terlihat juga adanya *seen words* yakni sebuah kalimat bertuliskan *"Best Ever Perfumes"* maksudnya yakni dalam sabun tersebut terdapat kandungan parfum terbaik yang dibuat oleh pembuat parfum mewah dunia yang mampu menghasilkan aroma wangi tahan lama.

***Scene* 8**



Gambar IV.27 *Scene* 8 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* delapan, *layout* gambar terlihat sama dengan *scene* ketujuh. Yang membedakannya, dalam *scene* ini gambar difokuskan dengan adanya elemen visual dari kelopak bunga mawar yang diilustrasikan sebagai bagian bentuk perubahan dari tetesan cairan parfum. Sama halnya dengan Lux *Magical Spell* yang mengunggulkan aroma wewangian *orchidnya*, Lux *Soft Touch* pun mengunggulkan aroma wewangian dari bunga mawar, oleh sebab itu elemen visual yang digunakan sebagai ciri khasnya yakni kelopak bunga mawar.

***Scene* 9**



Gambar IV.28 *Scene* 9 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sembilan, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana sorot kamera ini fokus memperlihatkan produk dari sabun Lux *Soft Touch* berbentuk sabun batangan serta menampilkan juga beberapa elemen visual lainnya yang menjadi ciri khas dari Lux, yakni kotak perhiasan, kalung mutiara, serta botol parfum dengan desainnya yang mewah. Dalam *scene* tersebut tangan sang model terlihat sedang mengambil sabun dan dapat dilihat secara jelas, cara mengambilnya pun terlihat sekaligus ingin menunjukkan ukiran dalam sabun yang bertuliskan Lux.

***Scene* 10**



Gambar IV.29 *Scene* 10 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sepuluh, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana sudut pandang ini berguna untuk memfokuskan ekspresi wajah dari sang model serta bagian tubuh yang ingin diperlihatkan. Dalam hal ini bagian tubuh yang dimaksud yakni tangan dari sang model. S*cene* ini cukup menarik karena sabun Lux *Soft Touch* diilustrasikan seolah benar-benar dapat meluncur di atas tangan model iklan tersebut. Hal ini tentu saja ingin menunjukkan bahwa sekalipun sabun tersebut berbentuk padat/batangan, namun sabun tersebut tetap bertekstur halus dan lembut. Sabun Lux dalam *scene* ini juga terlihat mendapatkan visual efek yakni dengan adanya kelopak bunga mawar yang bertebaran pada sabun.

***Scene* 11**



Gambar IV.30 *Scene* 11 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sebelas, pengambilan sudut pandang sorot kamera menggunakan teknik *Close Up*. Hal ini digunakan untuk lebih memfokuskan dan memberi kesan dramatis yang lebih. Terlihat disini sang model sangat menikmati aktivitas mandinya, ekspresinya tersenyum bahagia. Seolah mandi merupakan aktivitas yang menyenangkan. Dalam *scene* ini juga terlihat elemen visual dari limpahan busa sabun dan kelopak mawar yang bertebaran.

***Scene* 12**



Gambar IV.31 *Scene* 12 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* dua belas, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*. Dalam *scene* ini, sang model terlihat sedang bermain-main dengan busa

sabun sembari meniupkannya. Busa sabun tersebut berbentuk seperti gumpalan busa yang berlimpah. Ketika busa sabun tersebut ditiup, terlihat elemen visual kelopak bunga mawar pun bertebaran, hal ini seolah-olah dijadikan sebagai tanda dari keharuman parfum yang akan mampu menyerbak luas.

***Scene* 13**



Gambar IV.32 *Scene* 13 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* tiga belas, *layout* pengambilan gambar menggunakan sorot kamera *Long Shot*, dimana hal ini digunakan dengan tujuan untuk mengenalkan situasi dan kondisi serta suasana tempat. Dalam *scene* ini dapat dilihat tempat konser tersebut merupakan tempat pesta yang sifatnya *private party* dan hanya dapat dihadiri oleh orang-orang yang memang mendapatkan surat undangan. Tempat pestanya terlihat sangat *classy* dengan sentuhan desain *modern classic*, dengan nuansa alam/taman yang dapat dirasakan dengan adanya pepohonan, kolam renang dan lampu-lampu yang terlihat menyala namun dengan cahaya lampu yang tidak terlalu terang sehingga terkesan remang-remang. Hal ini bertujuan agar suasana konser lebih nyaman dalam menikmati suasana malam hari sembari mendengarkan irama musik dan nyanyian.

***Scene* 14**



Gambar IV.33 *Scene* 14 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Saat suasana konser terkesan begitu membosankan seperti yang terlihat dalam *scene* sebelumnya, tiba-tiba hadir seorang tamu undangan yang tidak lain yakni model dari bintang iklan tersebut sekaligus pemeran utama wanita dalam iklan ini. Dengan gaun pesta berwarna *peach* cenderung mendekati warna kulit, dan rambutnya yang dibiarkan tergerai, sang model melangkahkan kakinya dengan penuh percaya diri serta senyumannya yang mempesona.

Scene ini menggunakan teknik sorot kamera *Medium Close Up*, dimana sudut pandang ini juga digunakan untuk memperlihatkan sebagian orang yang berada ditempat tersebut, namun tetap yang menjadi fokus utamanya yakni sang model tersebut. Dalam *scene* ini, para tamu undangan yang lain terlihat terpesona dengan kedatangan sang model wanita dan keharuman yang berasal dari aroma wangi tubuh sang model cantik tersebut. Hal ini dapat ditandai dengan adanya tatapan mata sang pria yang tertuju pada sang model, serta para tamu undangan lainnya terlihat sedang menghirup aroma wangi yang aroma parfumnya diilustrasikan dengan kelopak bunga mawar yang bertebaran.

***Scene* 15**



Gambar IV.34 *Scene* 15 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam s*cene* lima belas ini, *layout* pengambilan gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Close Up*, dimana dalam *scene* ini menampilkan penyanyi Daniel Boaventura beserta pemain musik *bass-violin*. *Bass-violin* merupakan salah satu jenis kategori alat musik biola yang berukuran besar dan cara memainkannya dipetik menggunakan tangan.

Dilihat dari alat musik yang digunakan sudah jelas konser tersebut bukan sekedar konser biasa, karena alat musik tersebut biasanya digunakan oleh kalangan sosialita tertentu, dalam hal ini kalangan elit. *Scene* ini juga memperlihatkan ketika Daniel Boaventura sedang duduk sambil bernyanyi, tiba-tiba dia pun ikut merasakan sensasi keharuman dari aroma wangi sang model yang diilustrasikan dengan adanya kelopak bunga mawar yang seolah-olah tercium mendekati arah hidung Daniel Boaventura.

***Scene* 16**



Gambar IV.35 *Scene* 16 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* enam belas ini sebenarnya secara visualisasi serta *layout* gambar yang digunakan sama persis dengan *scene* sebelumnya yakni *scene* lima belas, yang membedakannya hanyalah disini Daniel Boaventura ketika dia sedang duduk dan kemudian setelah itu dia mencium semerbak aroma wangi yang divisualisasikan melalui kelopak bunga mawar yang beterbangan, Daniel Boaventura kemudian terlihat berdiri dari tempat duduknya dan seolah memberi kode atau sebuah isyarat melalui tangannya agar para pemain musik serta para tamu undangan ikut berdiri dan diharapkan lebih menikmati alunan musik dan nyanyian yang dibawakannya.

Ketika Daniel Boaventura memberi isyarat agar suasana konsernya lebih hidup, ritme alunan musiknya pun naik dan terkesan membuat orang lebih bersemangat dan seolah musik tersebut mengajak para tamu undangan untuk ikut menari bersama.

***Scene* 17**



Gambar IV.36 *Scene* 17 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Layout gambar pada *scene* tujuh belas ini menggunakan sorot kamera *Medium Shot*, dimana kamera difokuskan pada dua pemeran utama yakni sang model beserta Daniel Boaventura. Sang model terlihat ikut menari mengikuti alunan musik dan nyanyian yang dinyanyikan oleh Daniel Boaventura. Pada bagian ini akan terdengar lirik lagu yang sedang dinyanyikan oleh Daniel Boaventura yang berbunyi *"You are always on my mind.."* seolah lirik tersebut dikomunikasikan untuk mewakili rasa terpesonanya kepada sang model wanita tersebut ditandai dengan sorot matanya yang selalu tertuju pada sang model.

***Scene* 18**



Gambar IV.37 *Scene* 18 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* delapan belas, *layout* gambar terlihat menunjukkan suatu kerumunan orang. Dimana orang-orang tersebut merupakan para tamu undangan yang kini tengah terbaur oleh suasana serta alunan musik yang membuat mereka jauh lebih bersemangat sehingga suasana tidak terasa membosankan lagi. *Layout* gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot,* dimana hal ini digunakan dengan tujuan untuk melihat ekspresi mereka yang terlihat bahagia dan bersenang-senang serta saling berkomunikasi dan mendekatkan diri satu sama lain dengan cara menari/berjoged bersama. Karena bagi kalangan sosialita baik dalam budaya luar negeri maupun budaya di dalam negeri yakni Indonesia, salah satu bentuk mengakrabkan diri dapat dilakukan dengan cara menyanyi bersama ataupun menari bersama.

***Scene* 19**



Gambar IV.38 *Scene* 19 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sembilan belas, layar didominasi oleh sang penyanyi. Dimana dalam hal ini *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*. *Scene* ini memperlihatkan ekspresi bahagia yang terpancar dari senyuman sang penyanyi ketika dia bernyanyi di detik-detik terakhir iklan. Senyumannya itu seakan menyiratkan rasa terpesonanya yang tidak kunjung berhenti, ditandai dengan pandangan matanya yang tertuju pada seseorang.

***Scene* 20**



Gambar IV.39 *Scene* 20 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* dua puluh, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana dalam hal ini difokuskan pada ekspresi senyuman mempesona dari sang model wanita. *Settingan* kamera dalam *scene* ini cenderung dibuat lebih fokus pada sang model wanita sedangkan Daniel Boaventura terlihat blur, hal ini dikarenakan untuk menunjukkan bahwa pemeran utama dalam iklan tersebut tetaplah sang model wanita, sedangkan Daniel Boaventura hanya sebagai pemeran utama kedua. Dalam *scene* ini tampak *seen words* dengan menampilkan *tagline* dari produk Lux "*Just a Little Lux*" dan logo dari Lux tersebut.

***Scene* 21**



Gambar IV.40 *Scene* 21 Iklan TVC Lux *Soft Touch*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* duapuluh satu, *layout* sudut pengambilan gambar menggunakan sorot kamera *Close Up*, dimana dalam hal ini lebih difokuskan untuk memperkenalkan rangkaian produk Lux *Classic Collection* baik dalam bentuk sabun mandi batang/padat maupun sabun cair, serta adanya elemen visual yang merupakan bagian dari produk tersebut yakni parfum dengan botolnya yang terlihat elegan dan berkelas. Dalam *scene* ini ditampilkan juga logo *brand* Unilever, *more link facebook*, dan *seen words* dalam bahasa Inggris "*New Lux Soft Range, Now With Best Ever Perfumes*" yang secara intinya memiliki arti yakni memperkenalkan bahwa pada saat ini rangkaian *variant* produk Lux *Soft* telah diperkaya dengan adanya kandungan parfum terbaik dunia.

IV.1.3 Analisa Visual Dalam Iklan Lux *White Glamour Ice Skating*

***Scene* 1**



Gambar IV.41 *Scene* 1 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene pertama memperlihatkan seorang wanita cantik yang tidak lain merupakan pemeran utama dalam iklan Lux *White Glamour*. Iklan ini memiliki tema "Berkilau", dimana dalam pembuatan iklannya Lux bekerja sama dengan *Preciosa Genuine Czech Crystal* untuk penyedia properti iklan seperti lampu dan hiasan-hiasan yang hampir secara keseluruhan didominasi oleh barang-barang yang terbuat dari kristal. Dalam *scene* tersebut, dari segi penampilan, iklan ketiga ini juga menampilkan gaya pakaian dan penampilan yang sama dengan versi dua iklan Lux sebelumnya, yakni memakai handuk yang terkesan merupakan handuk

mewah dan biasanya dipakai oleh wanita yang ingin menunjukkan keanggunannya, serta gaya rambutnya yang selalu *dicepol*. *Scene* ini memperlihatkan sang model sedang berjalan menuju meja yang diatasnya terdapat tempat sabun dan sebuah botol parfum. *Layout* gambar yang digunakan yakni teknik sorot kamera *Medium Shot* dengan dominasi komposisi warna yang biasa dikenal dengan warna milenium (warna putih bening ke abu-abuan/silver).

***Scene* 2**



Gambar IV.42 *Scene* 2 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* kedua, layout gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up,* dimana dalam hal ini digunakan untuk memfokuskan produk, sehingga dapat menarik perhatian pemirsa kepada produk Lux tersebut. *Scene* ini memperlihatkan tangan sang model sedang membuka wadah/tempat sabun yang terbuat dari kristal. Dimana saat wadah/tempat sabun tersebut dibuka, sabun Luxnya pun terlihat berkilau memancarkan butiran-butiran kristal. Dalam *scene* kedua ini, selain dari produk sabun Lux beserta wadah/tempatnya, terlihat juga elemen visual yang lain yakni adanya botol parfum serta kalung mutiara. Walaupun dalam kategori dua iklan Lux sebelumnya pun menampilkan hal serupa yakni adanya *scene* khusus yang memperlihatkan elemen-elemen visual dari botol parfum, kalung mutiara/perhiasan serta produk Luxnya sendiri, namun dalam iklan Lux *White Glamour* terkesan lebih eksklusif.

***Scene* 3**



Gambar IV.43 *Scene* 3 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene ketiga, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*. Model tersebut terlihat tersenyum ketika menghirup aroma wangi sabun yang berada di tangannya. Hal ini merupakan suatu pertanda bahwa dia menyukai aroma wanginya, sehingga dalam melakukan aktivitas mandinya pun akan terasa lebih menyenangkan. Dalam *scene* ketiga ini, sabun Lux terlihat diberi efek visual seolah-olah butiran-butiran kristal tersebut memancarkan kilauannya dan semakin menyebar disekitarnya. Selain itu dapat dilihat juga adanya busa sabun yang melekat pada sekat-sekat jari jemari sang model.

***Scene* 4**



Gambar IV.44 *Scene* 4 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Adegan dalam *scene* ke empat memperlihatkan sang model mulai menikmati aktivitas mandinya, dia mengusapkan sabun tersebut ke tubuhnya. Dari gaya bahasa tubuhnya pun seolah-olah menyiratkan suatu pesan bahwa aktivitas mandi merupakan aktivitas yang menyenangkan, bukan dijadikan suatu beban atau hanya sekedar rutinitas. *Layout* gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Close Up* yang bertujuan untuk melihat ekspresi dan kesan yang ditampilkan melalui adegan tersebut.

Di dalam *scene* ini juga akan membahas elemen visual dari busa sabun yang seolah digantikan dengan elemen visual butiran kristal. Dapat dilihat dalam *scene* ini, hampir busa sabun justru tidak terlihat, padahal pertanda dari adanya aktivitas mandi dengan mengusapkan sabun ke tubuh yakni dengan adanya busa dari sabun tersebut. Jika dalam *scene* sebelumnya yakni *scene* ke tiga, busa sabun masih terlihat dengan jelas pada sekat-sekat jari jemari sang model walaupun dalam hal ini busa sabunnya terlihat hanya sedikit tidak seperti pada versi dua iklan Lux sebelumnya dimana memperlihatkan busa sabun yang berlimpah, namun dalam *scene* ini yang lebih ditonjolkan justru kilauan cahaya dari butiran kristalnya. Hal ini dikarenakan ingin memperlihatkan bahwa *variant* produk Sabun *White Glamour* ini memang memiliki manfaat dari kandungan produknya yakni dapat membuat kulit tubuh menjadi lebih cerah dan lebih putih bercahaya. Sebagai bukti analisanya akan dijelaskan pada *scene* berikutnya.

***Scene* 5**



Gambar IV.45 *Scene* 5 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene ke lima ini *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up,* dimana pada bagian layar sebelah kanan yakni sang model sedangkan pada bagian layar sebelah kiri terdapat *seen words* yakni *Triple-Ingredient System.*

Triple-Ingredient System merupakan kandungan dari produk sabun Lux *White Glamour* yang mana memiliki manfaat untuk kulit agar tampak lebih cerah. Hal ini merupakan penjelasan dari kalimat audio yang terdengar dalam iklan tersebut. *Scene* ini juga memperlihatkan gerakan mata sang model seolah dibuat selalu memandang mengikuti arah butiran-butiran kristal yang bertebaran. Hal ini merupakan pertanda dimana pancaran cahaya yang berkilau ataupun segala sesuatu yang berkilau mampu membuat seseorang seolah terus menerus dibuat terpesona untuk melihatnya.

***Scene* 6**



Gambar IV.46 *Scene* 6 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* ke enam, *layout* pengambilan gambar menggunakan sorot kamera *Close Up*, dimana layar didominasi oleh adanya kaki seorang *ice skater*, hal ini dapat dilihat dari sepatu yang digunakan serta lokasi yang menunjukkan bahwa adegan tersebut berlokasi di arena *ice skating.* Elemen visual dari serpihan es yang terlihat pada gambar dalam adegan tersebut karena adanya gesekan dari sepatu *skating* yang dikenakannya ketika gerakan kaki mencoba diputar mengikuti arah jarum jam yang terbalik yakni dari kiri ke kanan. Elemen visual serpihan es yang tergores tersebut dianggap mewakili elemen dari butiran kristal.

***Scene* 7**



Gambar IV.47 *Scene* 7 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Scene ke tujuh, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Long Shot*, dimana bagian wajah ataupun ekspresi wajah tidak terlalu diperhatikan, justru yang diperhatikan adalah gerakan dari penampilan yang dibawakan oleh pemain *ice skater* tersebut. Jika dilihat dalam *scene* ini, *settingan* pencahayaan lampu ditata hanya dari satu arah saja. Selebihnya layar terkesan memiliki banyak ruang kosong karena tidak adanya elemen visual apapun, karena memang dalam hal ini iklan Lux *White Glamour* lebih difokuskan pada alur cerita dan pesan moral yang ingin disampaikan dari si pemeran *ice skaternya.*

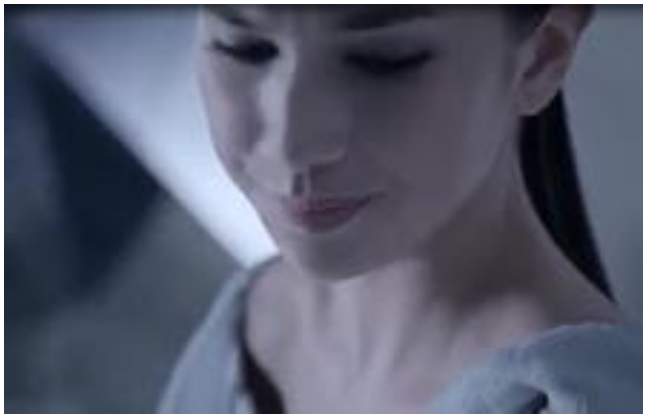
***Scene* 8**



Gambar IV.48 *Scene* 8 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* delapan, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot* yang kemudian tidak kurang beberapa detik setelahnya objek utama terlihat semakin mendekati arah kamera dikarenakan posisi dia jatuh di arena *ice skating* fokus memperlihatkan sudut pandang saat kaki dan tangannya mencoba menahan tubuhnya ketika dia jatuh, sehingga dalam hal ini *layout* gambar juga terkesan menggunakan sudut pandang sorot kamera *Close Up*, namun bukan posisi kameranya yang berubah melainkan objeknya yang mendekati sorot kamera.

***Scene* 9**



Gambar IV.49 *Scene* 9 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sembilan, terlihat ekspresi kekecewaan amat sangat mendalam yang dirasakan oleh pemain *ice skater* tersebut. Ditandai dengan pandangan matanya yang menunduk ke bawah, raut wajahnya yang seketika berubah menjadi muram, lemas, dan tidak bersemangat, sembari menggelengkan kepalanya pertanda bahwa dia sangat kecewa karena tidak bisa menunjukkan penampilannya dengan baik.

Layout gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Close Up* dimana dalam hal ini digunakan untuk memberikan kesan yang lebih dramatis lagi dalam menunjukkan ekspresi dan raut wajah seseorang.

***Scene* 10**



Gambar IV.50 *Scene* 10 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* sepuluh, *layout* gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot*, dimana layar terlihat didominasi oleh suatu benda dengan gabungan dari bentuk prisma yang jika dilihat benda tersebut seolah menjadi ikon dari tumpukan kristal yang sangat besar. Dalam posisi duduk terjatuh, arah pandangan pemain ice *skater* tersebut tertuju pada benda tersebut.

***Scene* 11**



Gambar IV.51 *Scene* 11 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dari posisi terjatuh, pemain *ice skater* lantas mencoba berdiri kembali dan dia pun menghampiri benda tersebut, dimana jika dilihat dari dekat ternyata benda itu seperti kumpulan pecahan-pecahan cermin dalam ukuran besar yang saling

digabungkan sehingga menjadi benda yang berdimensi. *Layout* gambar dalam *scene* ini menggunakan teknik sorot kamera *Close Up,* dimana hal ini digunakan untuk lebih memperhatikan gerak-gerik yang akan dilakukan oleh si pemain *ice skater* tersebut. Pemain *ice skater* terlihat sedang melihat dirinya sendiri dalam pecahan-pecahan cermin besar tersebut. Dalam hal ini cermin bisa disimbolkan sebagai suatu benda yang dapat melihat baik buruknya seseorang, dalam arti selain digunakan untuk merias diri, cermin dapat dijadikan suatu benda dimana kita dapat mencoba berkaca diri terhadap suatu kesalahan yang telah dilakukan oleh diri kita.

***Scene* 12**



Gambar IV.52 *Scene* 12 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Layout gambar dalam *scene* dua belas ini menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana sudut pandang ini digunakan untuk memberikan kesan yang lebih dramatis lagi, misalnya dalam *scene* ini si pemain *ice skater* terlihat mengekspresikan dirinya melalui ekspresi takjub. Dalam hal ini dapat dilihat elemen visual dari efek butiran-butiran kristal yang tiba-tiba muncul saat pemain *ice skater* tersebut melihat dirinya sendiri dalam cermin. Efek butiran-butiran kristal tersebut ternyata dapat dijadikan simbol bahwa akan adanya suatu keajaiban.

***Scene* 13**



Gambar IV.53 *Scene* 13 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Jika dalam *scene* sebelumnya dibahas ekspresi dari si pemain *ice skater* yang terlihat takjub ketika melihat butiran-butiran kristal saat dia bercermin, dimana dalam *scene* ini *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot*, ekspresi yang terlihat justru cenderung ke arah ekspresi kekaguman dan kebahagiaan. Hal ini dapat dibuktikan yakni dengan contoh pembahasan seperti ini, misalnya jika satu kali pandangan kita tertuju oleh suatu hal, maka biasanya kesan yang ditimbulkan adalah rasa ketertarikan sesaat, rasa suka sesaat, maupun rasa takjub. Namun disaat pandangan mata kita tetap tertuju pada benda tersebut atau sesuatu yang dapat menarik perhatian kita, maka kesan yang ditimbulkan selanjutnya yakni rasa kesenangan/kebahagiaan, rasa kagum bahkan rasa yang dapat membuat perasaan diri kita menjadi lebih baik.

Hal ini didukung oleh gerakan tangannya yang seolah mensinergikan kepercayaan diri yang sebelumnya sempat hilang disertai dengan adanya efek butiran-butiran kristal yang bertebaran tersebut terlihat tiba-tiba menempel pada bagian depan gaun/dress yang dipakai oleh si pemain *ice skater*. Sehingga hal itu semakin memperkuat bahwa pemain *ice skater* tersebut seolah akan mendapatkan kepercayaan di dalam dirinya lagi.

***Scene* 14**



Gambar IV.54 *Scene* 14 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* empat belas, si pemain *ice skater* terlihat lebih percaya diri dan kembali menunjukkan penampilannya yang jauh lebih baik, dia tampak lebih bersinar layaknya bintang. Dibandingkan saat penampilan-penampilan awalnya, dalam penampilannya kali ini, semua cahaya lampu kini menyala. Efek sorot *lighting* seolah selalu mengikuti gerakan *skating* yang dipertunjukkan oleh si pemain *ice skater* tersebut. *Layout* gambar dalam *scene* ini menggunakan sorot kamera *Long Shot*, dimana ekspresi pemain *ice skater* tidak terlalu diperlihatkan, namun lebih memperlihatkan bagaimana kelincahan dari gerakan *skatingnya*.

***Scene* 15**



Gambar IV.55 *Scene* 15 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Layout gambar dalam *scene* lima belas menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot*, dimana layar lebih didominasi oleh objek pada bagian kiri, sedangkan pada bagian kanan layar terlihat kosong. Dalam *scene* ini terlihat efek butiran-butiran kristal menyebar ke berbagai arah saat si pemain *ice skater* tersebut menunjukkan performanya yang memukau ketika melakukan *beautiful jumping fly high.*

***Scene* 16**



Gambar IV.56 *Scene* 16 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Sesaat setelah si pemain *ice skater* tersebut berhasil menunjukkan performa terbaiknya ketika melakukan *beautiful jumping fly high*, sontak para penonton yang ada di tribun pun memberikan *standing applause* atas performa si pemain i*ce skater* tersebut. Dalam *scene* ini, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Medium Shot*, dengan memperlihatkan dua atau lebih objek gambar yang masih terlihat jelas, namun dalam hal ini arah kamera sepertinya lebih fokus pada sosok pria tinggi yang terlihat tersenyum lebar sambil memberikan *applausenya.* Dalam hal ini pria tersebut bisa jadi merupakan *managernya*, kekasihnya dari si pemain *ice skater* ataupun orang penting yang menjadi bagian dari kesuksesan pemain *ice skater* tersebut, ataukah memang hanya sekedar penonton biasa. Namun jika dilihat dari segi *settingan* kamera dan pencahayaan lampu, penonton disekitar pria tersebut terlihat dibuat blur dan wajah mereka hampir tidak terlihat, sedangkan dalam layar memang terlihat arah kamera lebih fokus pada pria bertubuh besar dan berhidung mancung tersebut. Hal ini jelas ada

maksud tertentu dibalik siapa pria itu sebenarnya yang dapat dipersepsikan oleh para audiens saat melihat tayangan iklan tersebut.

***Scene* 17**



Gambar IV.57 *Scene* 17 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* tujuh belas, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana scene ini memperlihatkan si pemain *ice skater* tersebut sedang memberikan salam penghormatan atas penampilannya di arena *ice skating.* Ekspresinya pun menunjukkan rasa bahagia dan kepuasan karena telah berhasil menampilkan yang terbaik walaupun sebelumnya dia sempat putus asa karena sempat membuat kesalahan dengan terjatuh saat melakukan *perform.*

***Scene* 18**



Gambar IV.58 *Scene* 18 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

Dalam *scene* delapan belas, *layout* gambar menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana dalam hal ini lebih difokuskan untuk memperkenalkan rangkaian produk Lux *White Skin Perfectors* baik dalam bentuk sabun mandi batang/padat maupun sabun cair, serta adanya elemen visual dari benda-benda yang terbuat dari kristal, dan dua butir yang terlihat seperti mutiara. Dalam *scene* ini ditampilkan juga logo *brand* Unilever, *link facebook*, *seen words* "Koleksi Lux *White* Baru" serta adanya keterangan "*Preciosa Genuine Czech Crystal*" dimana *brand company* tersebut merupakan penyedia properti-properti yang terbuat dari kristal selama berkolaborasi atau menjadi sponsor pembuatan iklan Lux *White Glamour*.

***Scene* 19**



Gambar IV.59 *Scene* 19 Iklan TVC Lux *White Glamour*
Sumber: http://www.youtube.com (12 April 2014)

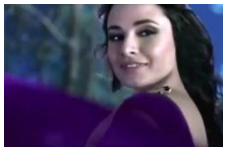
Layout gambar dalam *scene* sembilan belas menggunakan teknik sorot kamera *Close Up*, dimana *scene* ini memperlihatkan ekspresi senyum mempesonanya dari si pemain *ice skater* ketika dia mengucapkan *Just a litte Lux* yang merupakan *tagline* dari Lux saat ini. Dalam *scene* ini juga akan dibahas mengenai gaya rambut dari si pemain *ice skater* tersebut, gaya rambutnya yang di ikat seperti ekor kuda serta terdapat hiasan bling-bling seperti kristal pada rambutnya dapat memberikan kesan *sporty* namun tetap menampilkan sisi feminimnya. *Sporty* disini jelas ditujukan karena *ice skating* merupakan salah satu bagian dari cabang olahraga yang mempertunjukkan juga nilai-nilai keindahan.

IV.2 Analisa Semiotika Dalam Pemaknaan Tanda

Seperti yang telah dibahas sebelumnya yakni mengenai sistem pemaknaan tanda pada iklan. Selain dengan analisa secara visual per *frame* maka salah satu cara yang paling populer dipakai dalam analisa pembedahan makna iklan secara lebih *detail* yakni menggunakan analisa semiotika. Hal tersebut berguna untuk memberikan informasi-informasi yang ada pada tanda di dalam unsur visual yang kurang disadari atau terlewati untuk dipahami mengingat durasi iklan hanya beberapa detik/menit. Analisa yang digunakan yakni analisa semantiks Charles Sanders Peirce yang dapat dikaji melalui ikon, indeks, dan simbol.

IV.2.1 Analisa Pemaknaan Tanda Dalam Iklan Lux *Magical Spell Mia* Maestro

Tabel IV.2 Makna Tanda Dalam Iklan TVC Lux *Magical Spell*

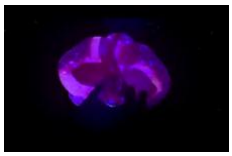
No.	Ikon	Indeks	Simbol
1.	Ikon Wanita  Keterangan: Gambar ikon dari model wanita dalam iklan Lux *Magical Spell* merupakan ikon dari sosok yang diperankan oleh Mia Maestro dimana dia berperan sebagai tokoh utama wanita dalam iklan tersebut.	Indeks Penampilan  Keterangan: Dengan gaya penampilannya sang model wanita tersebut yakni tampil dengan menggunakan handuk ditambah gaya rambutnya yang *dicepol* kebelakang serta terlihat menuju ke suatu ruangan yang	Simbol Mutiara  Keterangan: Perhiasan ataupun dalam hal ini kalung mutiara merupakan simbol dari kekayaan dan keanggunan yang memiliki nilai-nilai estetika dimana perhiasan mutiara dan sebagainya akrab dengan simbol dari

	Penampilannya dalam iklan Lux *Magical Spell* selalu di identikkan dengan sosok dia saat berperan sebagai *vampire* cantik dalam film *Twilight Saga* yakni berperan sebagai wanita anggun namun sangat misterius.	secara desainnya memang menandakan bahwa ruangan itu merupakan ruangan kamar mandi maka hal itu menandakan bahwa si wanita tersebut akan melakukan aktivitas mandinya.	kaum feminin.
2.	<u>Ikon Dari Tampilan Produk Lux</u>  Keterangan: Gambar *shot* dari produk yang merupakan bagian terpenting adanya proses pembuatan iklan tersebut, yakni produk Lux *Magical Spell* dimana produk tersebut merupakan produk yang ingin diperkenalkan	<u>Indeks Bunga Anggrek</u>  Keterangan: Adanya bunga anggrek yang selalu menjadi ciri khas dalam iklan Lux *Magical Spell* terlebih lagi bunga anggrek yang sering kali menjadi hiasan yang diletakkan di atas botol parfum tersebut menandakan adanya	<u>Simbol Dari Bunga Anggrek</u>  Keterangan: Bunga anggrek disimbolkan sebagai lambang keindahan serta kemewahan karena bunga anggrek termasuk dalam kategori bunga yang harganya cukup mahal.

	sekaligus juga dipromosikan kepada para audiens ataupun calon konsumen melalui media promosi salah satunya media iklan televisi.	bunga anggrek sebagai salah satu kandungan aroma wangi yang ada di dalam wewangian tersebut.	
3.	<u>Ikon Botol Parfum</u>  Keterangan: Gambar ikon dari botol parfum menandakan wujud asli tempat/wadah dari parfum, yang mana parfum tersebut dibuat oleh para pembuat parfum terkenal di dunia.	<u>Indeks Botol Parfum</u>  Keterangan: Adanya botol parfum dalam iklan Lux *Magical Spell* menandakan adanya manfaat wewangian yang menjadi bagian dari kandungan yang ada di dalam sabun mandi Lux *Magical Spell.*	<u>Simbol Visual Gaun</u>  Keterangan: Visual gaun dalam tampilan *frame* tersebut disimbolkan sebagai perwujudan dari bunga anggrek yang sedang mekar di malam hari. Dimana seolah-olah ketika mekar tersebut, maka bunga akan mampu menyebarkan aroma wanginya.

4.	Ikon *Shower Puff*  Keterangan: Gambar dari *shower puff* merupakan ikon dari benda yang bentuknya mirip spons sintetis dimana kegunaan benda tersebut yakni sebagai spons sabun mandi cair untuk menggosok atau membersihkan bagian-bagian tubuh.	Indeks Busa Sabun  Keterangan: Indeks dari busa sabun mandi yakni adanya kadar basa di dalam sabun, baik sabun padat maupun sabun cair yang digosokkan ke tubuh. Karena ada istilahnya, mandi terasa kurang segar dan kurang bersih jika belum ada busa yang membasuh tubuh dari sabun yang digosokkan ke badan kita.	Bulan Purnama  Keterangan: Bulan Purnama disimbolkan sebagai suatu kesempurnaan, dimana bulan purnama juga biasa sarat akan kesan mistis.
5.	Ikon Kaca Di Dalam Kamar Mandi  Keterangan: Kaca yang ada di	Indeks Dari Adanya Senyuman  Keterangan: Senyuman merupakan	Simbol Leher Sebagai Daya Tarik  Keterangan: Leher merupakan

	dalam kamar mandi merupakan ikon dari kaca yang sesungguhnya. Dimana kaca tersebut menjadi bagian dari interior kamar mandi sebagai sekat-sekat ruangan.	pertanda adanya kebahagiaan, perasaan senang, maupun kepuasan.	salah satu bagian tubuh wanita yang cukup sensitif dan sering kali disimbolkan sebagai salah satu bagian tubuh yang dapat meningkatkan gairah seksual.
6.	<u>Ikon Para Pria *Werewolf*</u>  Keterangan: Para *werewolf* merupakan representasi dari sosok para *werewol*f yang ada di dalam film *Twilight Saga.* Dimana dalam hal ini jumlah para *werewolfnya* tidak hanya satu orang bahkan lebih dari sepuluh orang yang semuanya berpenampilan	<u>Indeks Dari Menghirup Aroma</u>  Keterangan: Adanya gerakan tangan didekatkan pada bagian hidung serta sang wanita yang terlihat menghirup sesuatu secara mendalam menandakan adanya aroma kesegaran wangi dari kandungan parfum yang ada di dalam sabun mandi yang digunakannya.	<u>Simbol Dari Bertatap Mata</u>  Keterangan: Mata disimbolkan sebagai jendela dunia dan jendela hati. Mata juga merupakan sesuatu hal yang mewakili jalan pikiran atau kata hati seseorang. Oleh karenanya, seseorang bisa melihat isi hati lawannya hanya dengan melihat matanya.

	sama yakni menggunakan kaos dan celana serba berwarna hitam.		
7.	<u>Ikon Dari Hutan Belantara</u>  Keterangan: Gambar hutan belantara merupakan ikon dari latar atau tempat dimana proses pengambilan *shot* tersebut dilakukan.	<u>Indeks Dari Bulan Purnama</u>  Keterangan: Bulan purnama di dalam alur cerita iklan ini yakni menandakan waktu menunjukkan malam hari serta adanya representasi bahwa ciri khas dari para *werewolf* akan menunjukkan dirinya yakni dengan adanya bulan purnama.	<u>Efek Kilauan Cahaya Magic</u>  Keterangan: Efek kilauan cahaya tersebut disimbolkan sebagai sesuatu yang sifatnya *magic*, dimana segala hal yang bersifat *magic* merupakan sesuatu yang masih berhubungan dengan keajaiban, imajinasi, hal-hal yang berbau gaib/tidak masuk akal maupun sesuatu yang 'lebih' *(hiper visual).*
8.		<u>Indeks Dari Kedatangan Para *Werewolf*</u>	<u>Simbol Dari Warna Hitam Pakaian Para *Werewolf*</u>

		 Keterangan: Adanya kemunculan para *werewolf* di hutan belantara tersebut dikarenakan dari kejauhan mereka mencium aroma wangi dari tubuh *vampire* tersebut.	 Keterangan: Warna hitam dianggap menjadi suatu simbol warna maskulinitas dan warna yang identik dengan kaum pria. Terutama dalam hal ini pakaian berwarna serba hitam dianggap menjadi simbol dari representasi para *werewolf* yang ada di dalam film *Twilight.*
9.		<u>Indeks Dari *Gesture* Tubuh Memainkan Leher</u>  Keterangan: Memainkan leher dengan jari jemari secara lembut di depan seorang pria	<u>Simbol Dari Warna Ungu</u> Keterangan: Secara keseluruhan warna ungu yang merupakan warna dominan dalam tampilan iklan Lux *Magical Spell* memiliki simbol keanggunan,

		merupakan suatu pertanda adanya suatu tindakan atau perilaku untuk mencoba menggoda gairah pria.	kedewasaan, keindahan, dan keagungan.
10.		<u>Indeks Dari Desahan Atau Hembusan Nafas</u>  Keterangan: Desahan/hembusan nafas dikarenakan adanya suara yang dihasilkan antara hidung dan mulut ketika menghirup aroma wangi secara mendalam.	<u>Simbol Rambut Tergerai *Bervolume*</u>  Keterangan: Rambut panjang yang dibiarkan tergerai dan *bervolume* merupakan simbol dari sosok penampilan wanita yang anggun.
11.		<u>Indeks Dari Sinar Mentari Pagi</u>  Keterangan: Sinar mentari pagi muncul karena adanya	<u>Simbol Dari Logo Lux</u>  Keterangan: Logo Lux menandakan simbol

		pergantian waktu dari malam hari ke pagi hari.	dari artinya sendiri yakni "*luxurious"* yang berarti mewah.

IV.2.2 Analisa Pemaknaan Tanda Dalam Iklan Lux *Soft Touch* Daniel Boaventura

Tabel IV.3 Makna Tanda Dalam Iklan TVC Lux *Soft Touch*

No.	Ikon	Indeks	Simbol
1.	Ikon Alat Musik  Keterangan: Gambar ikon dari alat-alat musik yakni *bass-violin*, terompet, dan drum kecil merupakan perwujudan dari alat musik klasik. Gambar tersebut juga menunjukkan bahwa ditempat tersebut sedang berlangsung konser musik.	Ekpresi Datar  Keterangan: Indeks dari ekpresi datar yakni karena adanya perasaan tidak semangat dan adanya rasa kebosanan.	Kelopak Mawar  Keterangan: Kelopak bunga mawar disimbolkan sebagai suatu bentuk kelembutan, rasa cinta, lambang keindahan dan kecantikan, simbol rasa kagum serta kebahagiaan.

2.	<u>Ikon Penyanyi</u>  Keterangan: Gambar *shot* dari penampilan penyanyi Daniel Boaventura yang merupakan pemeran utama pendukung pada iklan TVC Lux *Soft Touch* yang mana dalam iklan ini, dia membawakan sebuah lagu berjudul "*Always On My Mind"*	<u>Indeks Dari Gorden Beterbangan</u>  Keterangan: Indeks dari gorden beterbangan yakni karena adanya angin yang berhembus kencang dari arah luar dan jendela yang terlihat terbuka lebar.	<u>Simbol Kalung Mutiara</u>  Keterangan: Perhiasan ataupun dalam hal ini kalung mutiara merupakan simbol dari kekayaan dan keanggunan yang memiliki nilai-nilai estetika dimana perhiasan mutiara dan sebagainya akrab dengan simbol dari kaum feminin.
3.	<u>Ikon Wanita</u>  Keterangan: Gambar dari wanita tersebut merupakan ikon dari pemeran utama wanita dalam iklan Lux *Soft Touch*	<u>Kartu Undangan</u>  Keterangan: Indeks dari kartu undangan yakni adanya seseorang yang mengundang ke suatu acara, baik itu	<u>Konser Musik Klasik</u> Keterangan: Konser musik klasik disimbolkan sebagai suatu jenis konser musik yang identik dengan orang-orang kalangan menengah atas.

	yang bernama Aleksandra W.	pesta, konser, dll dengan harapan orang yang diberi kartu undangan tersebut bersedia meluangkan waktunya untuk datang ke acaranya.	
4.	Ikon *Bathtub*  Keterangan: Gambar *shot* dari *bathtub* yang terlihat pada layar paling pojok bagian kiri merupakan ikon dari bak mandi. *Bathtub* adalah tempat berendam ketika mandi untuk melepaskan rasa lelah setelah beraktivitas.	Melepaskan Handuk  Keterangan: Indeks dari melepaskan handuk karena ingin melakukan aktivitas mandi. Dan dalam hal ini dia melakukan ritual mandi karena adanya acara yang akan dihadirinya.	Simbol Dari Warna *Soft Peach* Keterangan: Warna *soft peach* adalah warna yang telah menjadi dominasi pada iklan Lux *Soft Touch*. Dimana warna tersebut disimbolkan sebagai warna yang identik dengan kelembutan.

5.	<u>Ikon Cermin/Kaca Yang Ada Di Dalam Ruangan</u>  Keterangan: Gambar cermin/kaca merupakan ikon dimana cermin berfungsi untuk melihat penampilan kita/tempat untuk merias diri.	<u>Indeks Adanya Tetesan Cairan Parfum</u>  Keterangan: Indeks adanya visual dari tetesan cairan parfum yakni karena adanya kandungan parfum yang seolah dituangkan dan menjadi salah satu kandungan aroma wangi yang ada di dalam sabun tersebut.	<u>Simbol Menari Bersama</u>  Keterangan: Di dalam budaya tertentu, namun kini makna nya lebih pada budaya secara umum, salah satu bentuk kegiatan atau aktivitas dengan cara menari bersama/berjoged bersama merupakan simbol dari pendekatan emosional dan wujud dari salah satu interaksi sosial.
6.	<u>Ikon Dari Kartu Undangan</u>  Keterangan: Gambar dari surat undangan yang	<u>Indeks Dari Kelopak Bunga Mawar</u>  Keterangan: Indeks adanya visual kelopak mawar yang	<u>Simbol Dari Rambut Tergerai *Bervolume*</u>  Keterangan: Rambut panjang yang dibiarkan tergerai dan

	terlihat diletakkan menempel pada cermin/kaca tersebut merupakan surat undangan konser dan hanya para tamu udangan yang mendapatkan *invitation card* yang dapat masuk dan mengikuti acara konser musik tersebut.	tiba-tiba muncul karena adanya imajinasi visual dari tetesan cairan parfum yang sebelumnya seolah diteteskan ke dalam sabun.	*bervolume* merupakan simbol dari sosok penampilan wanita yang anggun.
7.	<u>Ikon Produk Sabun Lux *Soft Touch*</u>  Keterangan: Gambar *shot* dari produk yang merupakan bagian terpenting adanya proses pembuatan iklan tersebut, yakni produk Lux *Soft Touch* dimana produk tersebut merupakan produk yang ingin	<u>Indeks Sabun Padat Yang Dapat Meluncur</u>  Keterangan: Indeks dari sabun mandi padat yang dapat meluncur ketika diletakkan di atas tangan sang model merupakan indeks dari adanya sabun mandi padat dan permukaan kulit yang licin terkena air.	<u>Simbol Dari Logo Lux</u>  Keterangan: Logo Lux menandakan simbol dari artinya sendiri yakni "*luxurious"* yang berarti mewah.

	dipromosikan kepada para audiens ataupun calon konsumen melalui media promosi salah satunya media iklan televisi.		
8.	<u>Ikon Botol Parfum</u>  Keterangan: Gambar ikon dari botol parfum menandakan wujud asli tempat/wadah dari parfum, yang mana parfum tersebut dibuat oleh para pembuat parfum terkenal di dunia.	<u>Indeks Senyuman</u>  Keterangan: Senyuman merupakan pertanda adanya kebahagiaan, perasaan senang, maupun kepuasan. Dalam hal ini senyuman yang terlihat pada wajah sang model ketika sedang mandi menandakan adanya suatu perasaan kebahagiaan dimana dia menganggap aktivitas mandi merupakan aktivitas yang menyenangkan.	
9.	<u>Ikon Wadah Sabun</u>	<u>Indeks Busa Sabun</u>	

	 Keterangan: Gambar dari wadah/tempat sabun merupakan ikon dari benda yang sesungguhnya, dimana wadah/tempat tersebut difungsikan untuk meletakkan sabun mandi padat jika kemasan sabun tersebut telah dibuka.	 Keterangan: Indeks dari busa sabun mandi yakni adanya kadar basa di dalam sabun, baik sabun padat maupun sabun cair yang digosokkan ke tubuh. Karena ada istilahnya, mandi terasa kurang segar dan kurang bersih jika belum ada busa yang membasuh tubuh dari sabun yang digosokkan ke badan kita.	
10.	<u>Ikon Kotak Perhiasan</u>  Keterangan: Gambar dari ikon kotak perhiasan yang terlihat dalam *frame* tersebut merupakan	<u>Indeks Dari Suasana Konser Yang Terasa Membosankan</u>  Keterangan: Indeks dari adanya suasana yang tidak	

	wujud asli dimana kotak perhiasan berfungsi untuk menyimpan berbagai perhiasan wanita, baik itu cincin, gelang, anting, kalung, dll	mengasyikkan, tidak menyenangkan, dan membosankan dikarenakan tidak adanya hiburan yang mampu menghibur mereka sehingga konser terasa tidak dapat membangkitkan rasa semangat di dalam diri mereka.	
11.	<u>Ikon Dari Para Tamu Undangan</u>  Keterangan: Dari gambar ikon tersebut terlihat para tamu undangan yang tersebar di spot-spot tertentu. Dominasi pakaian yang dikenakan para tamu undangan berwarna hitam dan terlihat lebih banyak menggunakan jas dan kemeja bagi pria	<u>Indeks Kelopak Mawar Bertebaran</u>  Keterangan: Adanya kelopak mawar yang beterbangan dikarenakan ketika mandi, Aleksandra W diilustrasikan sembari meniup busa tersebut, dimana busa sabunnya memiliki kandungan dari aroma wangi bunga mawar.	

	sedangkan gaun/dress bagi wanita.		
12.	Ikon *Bass-Violin*  Keterangan: Gambar *shot* dari ikon *bass-violin*, yang merupakan jenis kategori alat musik biola namun berukuran sangat besar dan cara memainkannya pun dipetik/dibetot menggunakan jari.	Berjalan Tegap  Keterangan: Indeks ketika seseorang berjalan tegap dengan arah pandang mata lurus ke depan merupakan indeks dari adanya rasa kepercayaan diri yang sangat tinggi di dalam dirinya.	
13.	Ikon Dari Produk Lux *Classic Collection*  Keterangan: Gambar *shot* dari produk Lux *Classic Collection* yang salah satunya yakni *variant*	Indeks Dari Menghirup Aroma  Keterangan: Indeks dari menghirup aroma yakni menandakan adanya aroma	

	Lux *Soft Touch.* Dimana ikon tersebut merupakan perwakilan dari rangkaian sabun mandi cair maupun sabun padat dari Lux *Classic Collection* yang terdiri dari Lux *Soft Touch* dan Lux *Velvet Touch.*	kesegaran wangi parfum sabun yang berasal dari aroma tubuh sang model.	
14.		<u>Indeks Dari Kerumunan Orang Yang Sedang Berjoged/Menari</u>  Keterangan: Indeks dari kerumunan orang yang menari bersama menandakan adanya perasaan bahagia serta menandakan suasana konser yang sudah tidak lagi membosankan.	

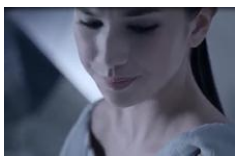
IV.2.3 Analisa Pemaknaan Tanda Dalam Iklan Lux *White Glamour Ice Skating*

Tabel IV.4 Makna Tanda Dalam Iklan TVC Lux *White Glamour*

No.	Ikon	Indeks	Simbol
1.	Ikon Properti Yang Terbuat Dari Kristal  Keterangan: Gambar dari ikon properti kristal ini menandakan benda-benda yang terbuat dari kristal sebagai properti yang digunakan dalam produksi iklan Lux *White Glamour.*	Indeks Mencium Aroma  Keterangan: Indeks dari mencium aroma dalam *frame* ini yakni karena adanya aroma wangi parfum yang menjadi bagian dari kandungan sensasi wangi di dalam sabun Lux *White Glamour.*	Simbol Dari Butiran Kristal  Keterangan: Kristal disimbolkan sebagai sesuatu yang berkilau, prestisius, cantik, dan bernilai. Sedangkan efek butiran kristal dapat disimbolkan sebagai adanya suatu keajaiban.
2.	Ikon Wanita  Keterangan: Gambar dari wanita tersebut merupakan	Indeks Kilau Sabun  Keterangan: Indeks berkilau pada sabun dikarenakan	Simbol Dari Cermin  Keterangan: Jika selama ini cermin hanya digunakan

	ikon dari pemeran utama wanita dalam iklan Lux *White Glamour* yang bernama Taylor Hui, dimana dia disini berperan sebagai model wanita sekaligus pemain *ice skater*.	adanya efek visual dalam proses *editting* agar sabun tersebut seolah-olah bersinar memancarkan cahaya.	sebagai tempat untuk merias diri, maka sekarang cermin juga dijadikan simbol dari pencerminan diri atas kesalahan yang telah diperbuat seseorang.
3.	Ikon Produk Sabun Lux *White Glamour*  Keterangan: Gambar *shot* dari produk yang merupakan bagian terpenting adanya proses pembuatan iklan tersebut, yakni produk Lux *White Glamour* dimana produk tersebut merupakan produk yang ingin dipromosikan kepada para audiens ataupun	Indeks Dari Adanya Keterangan ”*Triple-Ingredient System”*  Keterangan: Merupakan pertanda adanya suatu kandungan yang mampu membuat kulit menjadi tampak lebih cerah.	Simbol Dari *Standing Applause*  Keterangan: *Standing applause* merupakan suatu simbol dari bentuk penghargaan dan apresiasi yang sangat luar biasa, bentuk penghargaan ini lebih berkesan dibandingkan dengan memberikan acungan jempol.

	calon konsumen melalui media promosi salah satunya media iklan televisi.		
4.	<u>Ikon Wadah Sabun</u>  Keterangan: Gambar dari wadah/tempat sabun merupakan ikon dari benda yang sesungguhnya, dimana wadah/tempat tersebut difungsikan untuk meletakkan sabun mandi padat jika kemasan sabun tersebut telah dibuka. Dalam *frame* tersebut sangat terlihat jelas bagaimana bentuk gelas kristal yang menjadi bahan dalam pembuatan dari wadah/tempat sabunnya.	<u>Indeks Senyuman</u>  Keterangan: Senyuman merupakan pertanda adanya kebahagiaan, perasaan senang, maupun kepuasan. Dalam hal ini senyuman yang terlihat pada wajah sang model ketika sedang mandi menandakan adanya suatu perasaan kebahagiaan dimana dia menganggap aktivitas mandi merupakan aktivitas yang menyenangkan.	<u>Simbol Dari Salam Penghormatan</u>  Keterangan: Pemberian salam penghormatan bisa disimbolkan sebagai bentuk rasa syukur, sopan santun, hormat, dll. Tergantung bagaimana tata cara dan kondisi saat pemberian salam tersebut.

5.	<u>Ikon Botol Parfum</u>  Keterangan: Gambar ikon dari botol parfum menandakan wujud asli tempat/wadah dari parfum, yang mana parfum tersebut dibuat oleh para pembuat parfum terkenal di dunia.	<u>Indeks Terjatuh</u>  Keterangan: Indeks terjatuh karena adanya tindakan kecerobohan saat melakukan gerakan tari dalam *skating* sehingga kaki terpeleset dan kemudian jatuh.	<u>Simbol Dari Warna Putih Millenium</u> Keterangan: Warna ini merupakan warna dominasi dalam tampilan iklan Lux *White Glamour* yang disimbolkan sebagai warna *glamour*, prestisius, dan warna era 2000-an (era *modern*)
6.	<u>Ikon Sepatu *Skating* Dan Arena *Ice Skating*</u>  Keterangan: Gambar ikon dari sepatu *skating* merupakan wujud asli dari sepatu khusus yang dirancang untuk dipergunakan ketika	<u>Indeks Raut Wajah Murung Dan Tampak Lemas</u>  Keterangan: Indeks raut wajah murung seperti itu karena adanya rasa kekecewaan yang sangat mendalam ketika dia tidak	<u>Simbol Dari Gaya Rambut Panjang Ekor Kuda</u>  Keterangan: Seorang wanita berambut panjang yang rambutnya diikat ekor kuda disimbolkan sebagai seorang wanita *sporty,*

	bermain *ice skating.* Sedangkan arena *ice skating* yang ditampilkan dalam iklan ini merupakan latar/tempat sebagai arena dimana Taylor Hui melakukan perform *skatingnya.*	berhasil melakukan performanya dengan baik.	enerjik, namun tetap terlihat cantik.
7.	<u>Ikon Cermin/Kaca</u>  Keterangan: Gambar cermin/kaca yang terlihat dalam iklan ini bentuknya menjulang tinggi dan sangat besar serta berdimensi. Jika dilihat dari jauh justru tidak tampak seperti cermin/kaca pada umumnya. Cermin/kaca nya berbentuk seperti pecahan-pecahan.	<u>Indeks Menatap Takjub</u>  Keterangan: Indeks dengan tatapan dan ekspresi seperti itu menandakan adanya rasa decak kagum dan takjub ketika melihat sesuatu yang dalam hal ini sang model terlihat sedang melihat efek butiran kristal yang tiba-tiba muncul.	<u>Simbol Dari Logo Lux</u>  Keterangan: Logo Lux menandakan simbol dari artinya sendiri yakni "*luxurious"* yang berarti mewah.

8.	Ikon Lampu  Keterangan: Gambar ikon dari lampu yang ada di arena *ice skating* merupakan wujud asli dari pencahayaan lampu yang dalam hal ini berguna sebagai penerang ruangan tribun penonton, maupun lampu yang digunakan untuk memberi efek *lighting* bergerak ketika Taylor Hui menampilkan perform *skatingnya.*	Indeks Dari Melakukan Performa Cantik  Keterangan: Performa cantik dalam hal ini yakni pemain *ice skater* tersebut terlihat melakukan *beautiful jumping fly high* dikarenakan adanya semangat baru dan kepercayaan diri di dalam dirinya setelah bercermin diri dan melihat kilauan butiran kristal.	
9.	Ikon Penonton Di Dalam Tribun  Keterangan:	Indeks Dari *Standing Applause*  Keterangan:	

	Gambar ikon dari para penonton yang terlihat sedang berada di tribun untuk melihat performa pemain *ice skater.*	Indeks dari pemberian *standing applause* dari para penonton di tribun karena adanya suatu apresiasi terhadap penampilan terbaik yang telah dilakukan pemain *ice skater* tersebut.	
10.	<u>Ikon Dari Produk Lux *White Skin Perfectors*</u>  Keterangan: Gambar *shot* dari produk Lux *White Skin Perfectors*. Dimana ikon tersebut merupakan perwakilan dari rangkaian sabun mandi cair maupun sabun padat dari Lux *White Skin Perfectors* yang terdiri dari Lux *White Glamour* dan Lux *White Radiance.*	<u>Indeks Dari Salam Penghormatan</u>  Keterangan: Indeks dari pemberian salam penghormatan dari pemain *ice skater* tersebut menandakan telah berakhirnya pertunjukkan yang dilakukannya.	

IV.3 Matrikulasi Terhadap Ketiga Iklan TVC Lux *Indo* di Tahun 2012

Setelah pada poin sebelumnya peneliti membahas analisa visual dan pemaknaan tanda yang ada di dalam ketiga versi iklan TVC Lux *Indo* di tahun 2012, maka poin selanjutnya yakni membentuk tabel matrikulasi untuk mengklasifikasikan antara perbedaannya maupun keselarasannya.

Tabel IV.5 Matrikulasi Dari Ketiga Versi Iklan TVC Lux *Indo* di Tahun 2012

No.	Iklan *Magical Spell*	Iklan *Soft Touch*	Iklan *White Glamour*
1.	 Mia Maestro dalam iklannya divisualisasikan sebagai sosok wanita cantik dan misterius yang mana perannya tersebut tidak jauh dari peran dia saat menjadi salah satu pemain film *Twilight.*	 Aleksandra W. merupakan seorang model dimana dalam iklannya dia berperan sebagai seorang tamu undangan yang akan menghadiri konser musik penyanyi Daniel Boaventura.	 Taylor Hui merupakan seorang model, artis dan *figure skater*. Dan dalam iklannya dia divisualisasikan sebagai sosok aslinya yakni pemain *ice skater.*
Dari ketiga versi iklannya sama-sama menggunakan model wanita cantik, mempesona, masih muda, dan berbakat dibidangnya masing-masing			
2.	 Cerita dalam iklan ini berawal dari seorang	 Cerita dalam iklan ini berawal dari seorang	 Cerita dalam iklan ini berawal dari seorang

	wanita cantik yang terlihat akan melakukan ritual mandinya yang mana wanita tersebut merupakan representasi dari sosok *vampire* cantik yang ada di film *Twilight*. Namun pada malam harinya dengan nuansa yang amat terasa mistis, wanita tersebut pergi ke sebuah hutan belantara dan bertemu dengan para *werewolf*. Para pria *werewolf* tersebut mencium aroma wangi tubuh yang sangat melekat pada tubuh si *vampire* cantik. Melalui aroma tubuh serta *gesture* dalam iklan ini, *vampire* tersebut terlihat berhasil memikat para *werewolf.*	wanita yang melihat adanya kartu undangan konser yang tertempel di cermin/kaca. Kemudian setelah membaca kartu undangan tersebut, si wanita melakukan ritual mandi dan setelah itu dia pergi menuju konser musik yang mana bintang tamunya adalah Daniel Boaventura. Namun suasana konser justru terasa sangat membosankan, hingga akhirnya ketika wanita cantik tersebut datang di lokasi acara. Wanita itu terlihat berjalan penuh dengan rasa percaya diri ditambah dengan aroma wangi kesegaran tubuhnya yang menyerbak, konserpun tiba-tiba berubah menjadi lebih hidup dan tidak	wanita cantik yang melakukan ritual mandinya yang mewah, kemudian setelah itu dia berada di arena *ice skating* guna melakukan performnya. Di awal penampilannya, wanita tersebut terjatuh dan sempat merasakan kekecewaan mendalam, namun pada akhirnya dia berusaha bangkit kembali dan menemukan kepercayaan di dalam dirinya lagi sehingga dia tidak putus asa untuk mencoba melakukan performanya. Melalui iklan ini, dapat diambil sebuah pesan moral yakni "*Never give up to reach your dreams"* artinya jangan pernah menyerah untuk

		membosankan lagi. Melalui iklan ini, dapat diambil sebuah makna tersirat yakni tentang rasa percaya diri, tentang bagaimana untuk mencairkan suasana dalam kehidupan sosial/pergaulan yang didominasi oleh kalangan individualis atau kalangan kelompok tertentu yang biasanya memang saling cuek satu sama lain.	mewujudkan segala bentuk apa yang menjadi keinginanmu ataupun cita-citamu.
Keselarasan dari ketiga iklannya menunjukkan bahwa ritual mandi merupakan aktivitas yang mana merupakan awal dari proses kecantikan dan momen paling pribadi. Ritual mandi dalam tampilan ketiga iklan tersebut juga menyiratkan bahwa ada kegembiran lebih ketika seseorang melakukan aktivitas mandi yang selama ini orang awam berpikiran bahwa mandi hanyalah sekedar rutinitas.			
3.	 Dalam hal penampilan visual, model wanita dalam	 Dalam hal penampilan visual, model wanita dalam	 Dalam hal penampilan visual, model wanita dalam

	iklan ini mengenakan gaun berwarna ungu *violet*, yang bila dilihat dari bahan gaunnya merupakan gaun yang bertekstur lembut/ringan. Gaya rambutnya pun dibiarkan tergerai panjang bergelombang sehingga menimbulkan kesan anggun. Serta bila dilihat dari tampilan wajahnya, sang model diberi *make up* yang tidak terlalu mencolok sehingga terkesan natural.	iklan ini mengenakan gaun/dress berwarna *peach* yang bahannya pun terlihat sangat lembut/ringan. Gaya rambutnya dibiarkan tergerai panjang bergelombang sehingga tampak anggun. Serta dari segi tampilan *make up*-nya pun tampak natural.	iklan ini mengenakan gaun/dress berwarna putih ke abu-abuan (millenium) dimana pakaiannya terlihat sangat ringan untuk dipakai ketika pemain *ice skater* tersebut menampilkan performa *skatingnya*. Gaya rambutnya di kuncir ekor kuda sehingga mengesankan kesan *sporty*, enerjik, namun tetap feminim. Serta dari segi tampilan *make up* nya pun sangat terlihat natural.

Dari segi penampilan awal, saat melakukan aktivitas mandi ketiganya sama-sama berpenampilan dengan gaya rambut diikat *cepol* kebelakang yang mana gaya rambut ikat *cepol* tersebut memang gaya rambut pada umumnya yang dipakai para wanita ketika akan melakukan aktivitas mandi. Dari segi pakaian yang dikenakan ketiga wanita dalam tiga versi iklan yang berbeda ini sama-sama menggunakan gaun/dress yang mewah dan bahannya yang terlihat lembut/ringan walaupun secara desain gaunnya terasa biasa saja/tidak berlebihan. Gaun yang dipakai para bintang iklan dalam iklan Lux merupakan gaun yang dirancang oleh desainer ternama dan gaun tersebut seakan telah menjadi suatu kesatuan dari penampilan berkelas sang bintang iklan. Sedangkan tampilan *make up* pada penampilan ketiga model/bintang

iklan Lux tersebut sama-sama menggunakan *make up* yang terlihat natural, dimana hal itu untuk memberi pesan secara tidak langsung kepada para wanita bahwa cantik tidak harus dengan *make up* yang terlalu mencolok, *make up* yang terlihat natural akan membuat penampilan justru menjadi semakin *fresh.*			
4.	 Tampilan *frame* pada gambar tersebut menampilkan produk Lux *Magical Spell* dalam bentuk sabun cair.	 Tampilan *frame* pada gambar tersebut menampilkan produk Lux *Soft Touch* dalam bentuk sabun padat.	 Tampilan *frame* pada gambar *tersebut* menampilkan produk Lux *White Glamour* dalam bentuk sabun padat. Namun pada tampilan *frame* dalam iklan ini terlihat jelas lebih didominasi tampilan produk Luxnya. Berbeda dengan dua kategori iklan sebelumnya, yang lebih banyak menata banyak elemen disekitar produk Lux.
Ketiganya menampilkan ciri khas elemen visual yang sama yakni menampilkan elemen dari produk sabun Lux nya, elemen botol parfum mewah, serta elemen perhiasan/kalung mutiara.			

5.	 Dalam iklan ini, elemen visual cermin/kaca difungsikan sebagai bagian dari benda yang sering menjadi salah satu elemen yang digunakan dalam desain interior ruangan kamar mandi yang mana dalam hal ini digunakan sebagai sekat-sekat ruangan.	 Dalam iklan ini, elemen visual cermin/kaca difungsikan sebagai mana mestinya yakni untuk bercermin diri, yang maknanya lebih ke arah denotasi yakni cermin/kaca merupakan benda yang difungsikan untuk melihat penampilan diri/merias diri.	 Dalam iklan ini, elemen visual kaca difungsikan sebagai elemen yang mampu melihat cerminan diri atas segala bentuk kesalahan ataupun kecerobohan seseorang.
Ketiganya sama-sama menampilkan elemen visual cermin/kaca.			
6.	 Iklan ini cenderung lebih menampilkan imajinasi dari gaun yang seperti membentuk bunga *orchid* yang sedang	 Iklan ini menampilkan efek kelopak bunga mawar sebagai ciri khasnya. Kelopak mawar tersebut menyerbak	 Iklan ini menampilkan efek butiran kristal yang berkilau. Dimana butiran kristal tersebut tidak hanya

	mekar dan menebarkan aroma wangi bunganya. Serta efek cahaya *magic* pada bunga *orchid* tersebut. Sehingga secara keseluruhan iklan ini sangat identik dengan tampilan visual dari bunga *orchid.*	luas menyiratkan bahwa aroma wangi dalam iklan tersebut disimbolkan melalui kelopak mawar yang beterbangan.	disimbolkan sebagai sesuatu yang berkilau namun juga menyiratkan tentang adanya keajaiban.
Ketiga efek berbeda dari ketiga versi iklan tersebut sama-sama mampu memberikan arti dan simbol khusus.			
7.	 Musik/*jingle* dalam iklan ini berjudul *Fallen Thoughts*, dimana musik tersebut jika didengar dari iramanya akan sangat terasa suasana mistiknya.	 Musik/*jingle* dalam iklan ini berjudul "*Always On My Mind"* dinyanyikan oleh penyanyi Daniel Boaventura. Lagu tersebut lebih cenderung sebagai lagu penghibur suasana dimana lagunya menyiratkan tentang perasaan seseorang.	 Musik/*jingle* dalam iklan ini sarat makna. Jika diperhatikan dari irama lagunya memang sudah terdengar bahwa lagu tersebut seakan sebagai penyemangat seseorang dalam mendapatkan keajaiban untuk mewujudkan mimpinya.

Musik/*jingle* dari ketiga versi iklan Lux tersebut mampu menjadi salah satu faktor yang dapat menghibur dan mempengaruhi emosi penonton.			
8.	 Iklan Lux *Magical Spell* didominasi oleh warna ungu dimana warna ungu merupakan warna dari simbol keanggunan, kedewasaan, keindahan, dan keagungan.	 Iklan Lux *Soft Touch* didominasi oleh warna *soft peach* yang mana warna tersebut identik dengan simbol kelembutan.	 Iklan Lux *White Glamour* didominasi oleh warna putih millenium yang mana warna tersebut disimbolkan sebagai warna *glamour*, prestisius, dan warna era 2000an (era *modern*)
Ketiga iklannya sama-sama menggunakan pendekatan persepsi warna.			
9.	 Dalam iklan ini, *tagline* dari "*Just a Little Lux"* lebih cenderung memiliki arti bahwa dengan sedikit kemewahan yang ada	 Dalam iklan ini, *tagline* dari "*Just a Little Lux"* lebih cenderung memiliki arti bahwa dengan sedikit kemewahan yang ada	 Dalam iklan ini, *tagline* dari "*Just a Little Lux"* lebih cenderung memiliki arti bahwa dengan sedikit kemewahan

	dengan menggunakan produk sabun Lux, maka seorang wanita dapat menampilkan rasa percaya dirinya ketika berusaha memikat seorang pria.	dengan menggunakan produk sabun Lux, maka seorang wanita mampu merasa percaya diri dan dapat menarik perhatian banyak orang.	yang ada dengan menggunakan produk sabun Lux, maka seorang wanita akan mendapatkan rasa percaya diri ketika berusaha mengejar segala mimpinya.
Ketiga iklannya sama-sama menampilkan rasa percaya diri sebagai salah satu kecantikan seorang wanita.			

IV.4 Peranan Penting Selebritis *Endorser* Dalam Iklan TVC Lux *Indo* di Tahun 2012

Seperti yang telah sedikit dijelaskan pada Bab I mengenai adanya kredibilitas *brand product* Lux yang sempat tercemar dikarenakan salah satu *brand ambassador* Lux Indonesia yakni Luna Maya tidak bisa menjaga nama baik dirinya sendiri sebagai seorang artis sekaligus *ambassador* sebuah produk terkenal yakni produk Lux. Dan karenanya dalam hal ini, segala tingkah laku seorang artis akan berdampak pula dengan apa yang sudah melekat pada dirinya, apalagi ketika itu Luna Maya sudah di-*imej*-kan sebagai bintangnya Lux.

Di dalam dunia pemasaran suatu produk, ketika produk kompetitor memiliki manfaat atau keunggulan produk yang tidak jauh berbeda dengan produk yang kita jual, maka salah satu caranya yakni membuat iklan semenarik mungkin. Sedangkan salah satu cara agar iklan tersebut menarik, yakni dengan menggunakan kekuatan popularitas seorang selebritis. Karena dalam hal ini, tidak menutup kemungkinan ketika suatu iklan produk menggunakan selebritis tertentu yang sangat popular di mata masyarakat, maka produknya pun akan banyak diminati. Namun ketika selebritis tersebut berbuat suatu penyimpangan terlebih lagi sesuatu yang berbau kontroversi, maka hal itu secara tidak langsung berdampak pula dengan memori (ingatan) masyarakat terhadap sinetron, film,

acara, maupun iklan yang dibintangi oleh selebritis tersebut. Salah satu akibatnya, yakni menurunnya *rating* maupun konsekuensi *imej* buruk terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengannya.

Hal ini pula yang terjadi pada *brand* Lux saat Luna Maya terkena kasus video asusila, pihak Lux dengan cepat memberikan konferensi pers dimana ketika itu Lux memutuskan untuk memberhentikan Luna Maya yang saat itu menjadi *brand ambassadornya.* Di saat itu pula, sekalipun Lux sudah mendapatkan pengganti *brand ambassador* yang baru yakni Atiqah Hasiholan, namun popularitas Lux sepertinya masih merosot tajam. Tidak ada gebrakan, tidak ada perubahan, dan iklannya pun terkesan *monotone.* Mungkin hal ini juga yang disadari oleh pihak Lux. Sehingga di tahun 2012, pihak Lux Indonesia akhirnya mengeluarkan tayangan iklan produksi Luar Negeri *(Indo)* dengan tiga kategori iklan sekaligus. Iklan TVC Lux *Magical Spell* yang diperankan oleh Mia Maestro terbukti lebih *familiar* di telinga masyarakat dibandingkan dengan iklan TVC Lux *Soft Touch* Daniel Boaventura maupun iklan TVC Lux *White Glamour Ice Skating*, hal ini salah satunya dikarenakan popularitas dari seorang Mia Maestro yang tidak diragukan lagi di berbagai belahan dunia, khususnya bagi pecinta film Twilight Saga yang sangat fenomenal itu, tak terkecuali di Indonesia. Ditambah lagi, peran Mia Maestro dalam iklan tersebut dianggap sangat tepat mewakili karakter dari produk Lux *Magical Spell*, dimana produk Lux *Magical Spell* merupakan *variant* baru yang mengunggulkan karakteristik aroma wewangian yang misterius. Hal tersebut diharapkan mampu membuat masyarakat semakin penasaran dengan adanya produk baru dari Lux yakni Lux *Magical Spell*. Perlu digarisbawahi, ketika seseorang telah dibuat penasaran dengan suatu iklan, maka kemungkinan besar akan timbul rasa ketertarikan untuk sekedar melihat langsung produknya ataupun bahkan hingga membeli produk tersebut.