BAB III

PRODUK AXE DAN KARAKTER BIDADARI PADA IKLAN AXE VERSI "BIDADARI LUPA DIRI"

3.1 Produk Axe Excite Versi "Bidadari Lupa Diri"

Menurut situs resmi Axe di *http://www.walmart.com/* Axe Exite adalah salah satu produk parfum Axe yang memberikan kesegaran setiap saat. Dikembangkan oleh aroma ahli terkenal di dunia. Axe menggabungkan perpaduan khas kelapa, kemiri dan karamel, aroma ini tahan lama. Parfum Axe menggabungkan kualitas wangi dengan perlindungan yang efektif untuk membuat wangi setiap hari. Produk Axe memberikan aroma yang menyegarkan, perlindungan bau badan secara keseluruhan dan keyakinan memberikan konsumen kesan terbaik dalam setiap aktivitasnya.



Gambar III.1 Produk Axe Excite
Sumber :http://stat.ks.kidsklik.com/statics/files (12 Agustus 2007)

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Target Market	Pria umur 16-29 tahun
Segmentasi	Menengah ke atas (AB)
Positioning	*AXE* sebagai *brand lifestyle* yang inovatif, *fun,edgy*, dan *witty*
Kategori Produk	Parfum and Deodorant
Kompetitor	Semua produk Parfum dan Doedorant
Hadir di Indonesia	Tahun 1991
Harga	Rp 35.000
Kinerja penjualan	Penjualan *AXE* tumbuh tiap tahunnya, bahkan melampaui pertumbuhan pasar deodorant. Begitu juga dengan pangsa pasarnya

Tabel III.1. Infografis *AXE*
Dwi Wulandari, "*Menggoda Pria Muda dengan Call Me*", Majalah MIX, 01/VI/12 Januari-8 Februari 2009, hal 55

3.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Iklan Parfum Axe

Judul iklan : Axe versi "bidadari lupa diri"

Produksi : Unilever

Masa Tayang : 30 detik (full version sekitar 1 menit 47 detik)

Axe memberi pria Indonesia keunggulan tersendiri dalam mendapatkan pasangan kencan semenjak adanya parfum Axe Effect versi "bidadari lupa diri". Iklan ini diluncurkan untuk pertamakalinya pada tahun 1983 di Prancis. Sebagaimana yang dinyatakan oleh jutaan pria Prancis, merek Axe begitu terkenal sehingga dalam waktu tidak terlalu lama produk Axe sudah dikenal di negara-negara lain, dan sekarang dengan mudah ditemui lebih dari 60 negara dan telah menjadi parfum nomor satu di pasar Eropa dan Amerika Latin. Di indonesia, produk Axe menjadi produk terkemuka dalam segmen parfum pria.

3.2 Iklan Televisi Axe Versi "Bidadari Lupa Diri"

Iklan ini adalah iklan parfum lelaki, versi ini menggunakan sosok bidadari dengan karakternya. Alur cerita ini ditekankan pada pesan dalam iklan dan berupaya meyakinkan masyarakat pada cerita fantasi, bahwa satu tindakan sederhana bisa

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

berdampak besar pada pelaku, satu semprotan Axe membuatnya tampan atau merasa menarik, bahkan bidadari.

3.2.1 Identifikasi Karakter Iklan Axe Versi "Bidadari Lupa Diri"

Visual	Audio	Angle Kamera	Keterangan
	Semprotan spray	Medium Shoot, normal angle	Sang lelaki menyemprotkan Axe Effect ke seluruh badannya sebelum tidur sambil memasang muka mengantuk
	Suara orang menguap dan ada suara anjing yang menggonggong	Medium Shoot, normal angle	Lelaki tersebut kembali tidur dan menarik selimutnya
	Suara anjing menggonggong dan suara tarikan selimut pelan	Close up, normal angle	Tiba-tiba ada yang menarik selimutnya hingga tersentak membuka mata

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

	Lagu ost.Axe Effect diiringi suara berisik	Medium Shoot, normal angle	Ternyata ada seorang bidadari yang menarik selimutnya, lalu si lelaki terkejut. Karakteristik wanita pada wanita ini menunjukan ekspresi bahasa tubuh wanita.
	suara tarikan napas dan degup kencang (seperti orang deg-degan) diiringi lagu Ost. Axe Effect	Close up, normal angle	Sang bidadari menghirup aroma tubuh si lelaki tersebut dengan penuh ketertarikan. Karakteristik wanita pada iklan ini mempunyai kesan intim. Secara fisik terlihat pada ekspresi wajahnya.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

	Ost. Lagu Axe Effect	Medium Shoot, normal angle	Sang bidadari tidur disamping lelakit dengan terpesona.
	Ost. Lagu Axe Effect	Long Shoot, normal angle	Kemudian bidadari lain datang
	Ost. Lagu Axe Effect	Medium Shoot, normal angle	Duduk di samping lelaki dan menaruh kepala si lelaki di pangkuannya untuk dipijat. Sang lelaki terlihat senang. Karakteristik wanita ini terlihat natural, dari gerakan tubuh dan ekspresinya.
	Ost. Lagu Axe Effect	Close up, normal angle	Bidadari lain duduk dan membawakan minuman. Karakteristik wanita pada iklan ini terlihat pada gestur

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

			tubuhnya.
	Ost. Lagu Axe Effect	Close up, normal angle	Bidadari menatap menggoda sambil bermain dengan buih-buih sabun. Karakteristik pada wanita ini menunjukan karakter menggoda. Terlihat pada gerakan tubuhnya dan ekspresinya.
	Ost. Lagu Axe Effect	Medium Shoot, normal angle	Next frame muncul teks lagi “Wangi Seksinya Bikin Bidadari Lupa Diri”

3.3 Karakter Bidadari Dalam Iklan Axe Versi "Bidadari Lupa Diri"

Karakteristik wanita yang ada pada iklan Axe versi ini yaitu menggunakan sayap, memakai gaun minim, dan terdapat *gesture* (gerak tubuh), ekspresi, dan gaya bahasa didalamnya. Berikut adalah gambar visualisasi bidadari pada Iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri":

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional



Gambar III.2. Angel
Sumber: http://www.google.co.id/imgres (23 September 2004)

Visualisasi	Karakteristik
	- Bersayap
	- memakai gaun pendek - Feminin

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

3.4 Mitos Bidadari

Bidadari (Sanskerta: vidhyadharī) atau Apsara (Sanskerta: apsarāh) adalah makhluk berwujud manusia berjenis kelamin wanita yang tinggal di kahyangan atau surga dalam kepercayaan Hindu. Tugas dan fungsi mereka adalah menjadi penyampai pesan para dewa kepada manusia, sebagaimana para malaikat dalam kepercayaan Semit. Ada kalanya mereka diutus untuk menguji sejauh mana ketekunan seseorang (pria) dalam bertapa, dengan cara mencoba membangunkan para petapa dari tapa mereka.

Bidadari memanfaatkan kecantikan fisik mereka untuk menguji para pertapa. Dalam penampilan fisik, mereka memang dilukiskan sebagai sosok yang sangat cantik jelita dan sempurna tanpa cela. Tak jarang mereka diberikan kepada seseorang untuk diperistri sebagai hadiah atas jasa mereka melakukan sesuatu yang luar biasa demi kebaikan. Kata "bidadari" dalam bahasa Indonesia dipengaruhi oleh bahasa Sanskerta, begitu pula bahasa Jawa dan Bali. Dalam tradisi Jawa, bidadari yang juga disebut hapsari, juga disebut widodari, sedangkan dalam bahasa Bali, bidadari atau apsari dikenal dengan sebutan widyadari atau dedari. Istilah widodari dari Jawa dan widyadari / dedari dari Bali, berasal dari kata vidhyadhari dalam bahasa Sanskerta. Vidhya berarti "pengetahuan", sedangkan dharya berarti "pemilik", "pemakai" atau "pembawa". Istilah Vidhyadhari tersebut kemudian dikenal sebagai "bidadari" dalam bahasa Indonesia.

3.5 Konsumen Iklan Axe

No	Nama	Usia	Tempat	Tanggal	Waktu
1	Responden A	25	Warung Kopi	17 Juni 2014	16.00
2	Responden B	22	UNIKOM	19 Juni 2014	9.00
3	Responden C	20	UNIKOM	22 Juni 2014	15.30
4	Responden D	22	UNIKOM	22 Juni 2014	16.30
5	Responden E	23	UNIKOM	23 Juni 2014	13.00
6	Responden F	27	ITB	23 Juni	14.30

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

				2014	
7	Responden G	25	ITB	23 Juni 2014	16.00
8	Responden H	44	Warung Kopi	25 Juni 2014	14.00

Tabel III.2. Data Identitas Informan Waktu dan Tempat Wawancara

3.5.1 Kuesioner

Hasil kuesioner dari delapan orang mengenai karakteristik wanita dan prodak Axe versi "Bidadari Lupa Diri" yaitu terlihat pada karakteristik wanita yang agresif, manja, mengayomi dan melayani. Pemakai parfum Axe memiliki rasa tersendiri, yaitu merasa lebih percaya diri ketika melakukan aktivitasnya. Kuesioner yang sudah dilakukan terlampir.

3.6 Deskripsi Iklan Axe Versi "Bidadari Lupa Diri"

Pada iklan Axe versi "Bidadari lupa diri" adalah salah satu produk parfum laki-laki. Unsur drama atau cerita pada iklan Axe versi ini sangat menarik, yaitu dimana seorang pria ketika akan tidur menyemprotkan parfum Axe dan setelah itu datanglah satu per satu wanita menghampiri seolah-olah tertarik dengan wangi parfum Axe. Dengan akhir adega terdapat suatu kata penutup yaitu *"wangi seksinya membuat bidadari lupa diri"*

3.7 Karakteristik Wanita pada Iklan Axe

Figur wanita dalam iklan Axe ini digambarkan sebagai objek visual. Penampilan tubuh perempuan digambarkan sebagai objek yang memikat pria. Penampilan tubuh wanita digambarkan sebagai objek pasif hasrat laki-laki.

Adapun iklan-iklan yang mengandung nuansa karakteristik sensual yaitu dapat dikategorikan sebagai berikut (Kussianto, 2006, 157):

1. Mimik wajah yang sensual atau menggoda.
2. Bahasa atau posisi tubuh yang mengandung konotasi sensual.
3. Memfokuskan pandangan pada tubuh wanita.
4. Menampilkan karakter wanita yang dapat dipersepsikan mengandung unsur sensual.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

5. Sebagai daya tarik dan sekaligus menjaga perhatian tersebut dalam jangka waktu yang lebih lama melalui peran karakter wanita.
6. Unsur meningkatkan ingatan terhadap pesan yang ingin disampaikan. Daya tarik sensual secara signifikan dapat meningkatkan ingatan apabila iklannya memiliki asosiasi yang kuat dengan produk yang diiklankan.

Kehadiran karakteristik wanita dalam dunia periklanan seperti analisis yang diamati di media televisi yaitu dijadikan sebagai objek daya tarik iklan. Wanita digunakan sebagai model iklan masih menjadi pilihan utama karena wanita maupun laki-laki pada dasarnya menyukai wanita yang cantik, anggun dan santun, sedangkan laki-laki menyukai wanita yang tampil seksi, imajinasi sensual dimanfaatkan untuk memperkuat daya tarik sebuah iklan (Siregar, 2000, 54)

3.7.1 Karakter Wanita

Wanita Seksi adalah tipe wanita yang memiliki penampilan atau postur tubuh yang ideal dan juga dalam berpakaian cenderung menonjolkan setiap lekuk tubuh yang menawan. Sehingga wanita seksi sangat percaya diri, berisfat terbuka dan sangat memberhatikan bentuk tubuh mereka (Ina Aryani, 2007, h. 70).

Adapula beberapa pengertian seksi sebagai karakter wanita menurut Hamza (2007, h 30) yaitu:

1. Seksi itu tubuh yang bagus

Adalah memiliki tubuh atau bagian tubuh yang bagus.

2. Seksi itu nyaman untuk dilihat

Nyaman untuk dilihat dan tidak membosankan.

3. Seksi luar dalam

Kecantikan dari dalam yang dapat memancarkan dari luarnya juga

4. Seksi untuk diri sendiri

Seksi jika memiliki pasangan atau teman dengan kepribadian yang baik. Seksi itu bukan dilihat dari penampilan tetapi lebih kepada kepribadian.

5. Seksi itu pintar

Dilihat dari kepandaian atau kecerdasan orang.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

3.7.2 Psikologi Karakter Wanita

Dalam buku psikologi terdapat beberapa karakter wanita, menurut Hanum Ratriana (2012, h 77), yaitu:

1.Tipe Sanguin

Adalah tipe yang paling terbuka diantara semua tipe (agresif). Orang sanguin adalah orang yang suka berbicara mudah menyesuaikan diri, ramah, dan penuh humor.

2. Tipe Kolerik

Tingkat keterbukaannya lebih rendah daripada tipe sanguin yang super terbuka. Orang Korelik adalah orang yang aktif penuh semangat (empati), dan belas kasihan.

3. Tipe Melankolik

Tipe yang paling berbakat dari semua tipe adalah tipe Melankolik, sekalipun mereka tipe paling akhir yang menghargai bakat mereka sendiri Tipe Melankolik mempunyai sifat dasar yang tertutup.

4. Tipe Plegmatik

Diam (tertutup), tidak menuntut kalem dan lambat juga egois.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional