BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Memasarkan suatu produk barang atau jasa meliputi banyak tahapan. Salah satu tahapan terpenting dalam pemasaran yaitu periklanan. Tanpa adanya periklanan berbagai produk barang atau jasa tidak dapat tersampaikan dengan baik kepada para penjual apalagi sampai ke tangan konsumen. Menurut Baarle (seperti dikutip Suhandang, 2010, h.13) periklanan merupakan suatu kegiatan menarik yang ditujukan kepada sejumlah pembeli tertentu, hal yang mana dilaksanakan oleh produsen atau pedagang agar dapat mempengaruhi penjualan barang atau jasa dengan cara yang menguntungkan. Istilah pada produk periklanan salah satunya adalah iklan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring Edisi III, iklan adalah berita atau pesan untuk mendorong, membujuk khalayak mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Gilson & Berkman (1980) (seperti dikutip Putra, n.d.) iklan adalah media komunikasi persuasif yang dirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan respon dan membantu tercapainya objektivitas atau tujuan pemasaran. Jadi dapat disimpulkan bahwa iklan adalah media komunikasi persuasif berupa pesan atau berita yang dirancang sedemikian rupa untuk membujuk khalayak mengenai barang atau jasa yang ditawarkan.

Pada penjualan barang dan jasa terdapat tiga bentuk iklan produk yaitu *pioneering* (perintisan), *competitive* (persaingan), dan *reminder* (pengingatan kembali). Media yang digunakan untuk beriklan diantaranya adalah televisi, majalah, koran, radio, dan *outdoor* (Shimp, 2003, h.507). Menentukan media pada periklanan tidak bisa sembarangan. Media yang terbaik tergantung pada tujuan pengiklan, kebutuhan kreatif, tantangan persaingan, dan ketersediaan anggaran. Menurut data Nielsen *Advertising Information Services* yang dirilis Nielsen Indonesia, pada periode Januari-Juni 2016 pengiklan terbesar ketiga adalah perangkat dan layanan komunikasi. Layanan komunikasi di Indonesia salah satunya adalah layanan telekomunikasi seluler. Penyedia layanan telekomunikasi biasa disebut *provider* telekomunikasi. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna telekomunikasi menggunakan telepon seluler terbanyak di dunia sehingga

provider telekomunikasi di Indonesia pun terus berlomba dalam memasarkan produknya. Di Indonesia terdapat beberapa *provider* telekomunikasi diantaranya adalah XL, Indosat, Smartfren, dan Telkomsel. Telkomsel atau PT. Telekomunikasi Seluler, Tbk adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Saat ini Telkomsel memiliki 4 produk kartu perdana yaitu Kartu Halo, Simpati, Loop, dan Kartu As.

Kartu As menyediakan berbagai macam pilihan program paket internet seperti Puas *Internetan*, Kenyang *Internetan*, Paket Murah Kartu As, dan masih banyak lagi. Untuk mempromosikan program-programnya tersebut, Kartu As melakukan promosi dengan membuat iklan yang dipasang pada beberapa media. Mengikuti perkembangan zaman, internet saat ini merupakan hal yang dibutuhkan semua orang. Fungsi pulsa pada kartu perdana yang sebelumnya hanya untuk mengirim SMS dan menelepon pun saat ini memiliki fungsi lain yaitu untuk mengakses internet. Kebanyakan pengguna internet biasanya membeli kartu perdana berisi kuota internet dengan jumlah banyak yang berharga murah atau membeli pulsa untuk membeli paket internet yang sudah disediakan oleh *provider* yang digunakan. Seperti halnya yang dilakukan oleh Kartu As, *provider* di Indonesia saat ini banyak yang mempromosikan program mereka yang berkaitan dengan mengakses internet dengan harga yang murah. Iklan yang semenarik dan sekreatif mungkin pun dibuat oleh para *provider* untuk mempromosikan produk dan programnya.

Salah satu program paket internet yang dipromosikan oleh Kartu As adalah Paket Kenyang *Internetan* Mingguan. Untuk mempromosikan program ini Kartu As membuat sebuah iklan televisi yang berupa iklan *reminding*. Iklan untuk program Paket Kenyang *Internetan* Mingguan ini biasa disebut iklan Kartu As versi Gulai Otak yang pertama kali dipublikasikan pada Desember 2016. Iklan ini menampilkan suasana pagi di sebuah rumah yang berisi satu keluarga yang bernama Keluarga Asikin yang terdiri dari ayah, ibu, anak laki-laki, dan anak perempuan. Iklan ini menggunakan narasi singkat dan menggambarkan kegiatan sehari-hari masyarakat Indonesia saat ini seperti remaja yang selalu memainkan

smartphone. Menceritakan tentang ibu yang sedang sakit gigi dan merasa terganggu oleh suara Tukang Sayur yang sedang menjajakan dagangannya, iklan ini menampilkan bagaimana sang ibu bisa sembuh dari sakit gigi yang dideritanya. Salah satu narasi yang akan teringat ketika melihat iklan ini adalah sebuah kalimat yang diucapkan oleh anak perempuan di Keluarga Asikin yaitu "*Bang, punya otak ga?*".

Iklan Kartu As versi Gulai Otak ini menarik untuk diteliti karena cerita yang ditampilkan memperlihatkan kenyataan dalam kehidupan sehari-hari sehingga konsumen pun bisa merasakan hal tersebut. Seperti tukang sayur yang selalu berkeliling dan menjajakan dagangannya di pagi hari, sakit gigi yang membuat orang menjadi lebih sensitif, penggunaan internet yang semakin mudah, dan lain sebagainya. Pengaitan hal-hal yang terdapat pada kehidupan sehari-hari dengan paket internet mingguan pada iklan ini, seperti misalnya paket internet yang dikaitkan dengan paket makanan, menjadi salah satu hal yang membuat iklan ini menarik untuk diteliti.

Iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak ini berhasil masuk ke dalam nominasi kategori iklan lucu terfavorit MNC *Bright Awards* Indonesia 2016. Nominasi kategori iklan lucu terfavorit pada MNC *Bright Awards* Indonesia 2016 ini berjumlah 6 iklan yaitu Ada Aqua Versi Mirip, Axis Versi Cekrek *Upload*, Djarum 76 Versi Mulut atau Knalpot, Kartu As Versi Gulai Otak, Mie Sukses Isi 2, dan Sampoerna Hijau Versi Panas ("*Bright Awards* Indonesia", 2016, para.9). Kategori iklan lucu terfavorit ini ditentukan berdasarkan survey pemirsa televisi yang berdasarkan pada tabulasi dari badan survey Roy Morgan ("*Bright Awards* Indonesia", 2016, para.8).

Salah satu hal yang khas dari iklan ini yaitu warna merah yang mendominasi *setting* tempat pada iklan Kartu As versi Gulai Otak ini. Pada iklan ini terdapat beberapa *scene* yang hanya menampilkan *gesture* tubuh dan mimik wajah para tokoh. Salah satu contohnya adalah sang ibu yang menjawab pertanyaan dari sang ayah tanpa mengucapkan kata-kata melainkan hanya tersenyum sambil tertawa.

Dari salah satu dialog yang dikatakan oleh sang ayah yaitu "*Gak masak lagi? Sudah seminggu nih..*" membuat iklan ini semakin menarik untuk diteliti. Belum adanya penelitian pada iklan Kartu As versi Gulai Otak ini pun menjadi urgensi penelitian lainnya pada penelitian ini.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Di dalam iklan Kartu As versi Gulai Otak ini terdapat satu keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, anak laki-laki, dan anak perempuan yang diberi nama Keluarga Asikin, yang masing-masing memiliki karakter yang berbeda-beda.
- Adanya keterkaitan hal-hal di dalam kehidupan sehari-hari dengan paket internet yang dipromosikan pada iklan ini, yaitu paket makanan.
- Warna merah mendominasi *setting* tempat pada iklan Kartu As versi Gulai Otak ini.
- Pada iklan ini terdapat beberapa narasi atau dialog yang terdengar mengandung keterkaitan dengan paket internet mingguan yang diiklankan, salah satunya yaitu dialog yang dikatakan oleh sang ayah yaitu "*Gak masak lagi? Sudah seminggu nih...*".

I.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

"Pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak, terdapat unsur visual yang secara tidak langsung memiliki keterkaitan dengan produk yang diiklankan, seperti paket makanan, sakit gigi, warna merah, dan yang lainnya. Bagaimana makna denotatif dan konotatif dari unsur visual dan unsur verbal yang terdapat pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak, serta bagaimana kaitannya dengan produk yang diiklankan yaitu Paket Kenyang *Internetan* Mingguan?"

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini bertujuan agar permasalahan yang ada tetap berada pada jalurnya, batasan masalah yang ditentukan adalah sebagai berikut:

Penelitian ini dilakukan pada tanda-tanda yang terdapat pada iklan televisi salah satu produk dari *provider* Telkomsel yaitu Kartu As yang mempromosikan Paket Kenyang *Internetan* Mingguan. Iklan ini biasa disebut iklan Kartu As versi Gulai Otak yang pertama kali ditayangkan pada bulan Desember 2016.

I.5 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan analisis deskriptif yang berarti dilakukan secara sistematis dan faktual berdasarkan data yang ada serta bersifat umum dan dapat berkembang. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif, karena peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif tidak menjadikan hasil penelitiannya sebagai suatu hipotesa, melainkan sebagai bagian dari suatu keseluruhan (Furchan, 1999, h.22).

Masalah dianalisa menggunakan metode analisis deskriptif yang berupa pemaparan dalam bentuk paragraf. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu studi literatur melalui jurnal, artikel, dan buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian. Instrumen penelitian dilakukan secara subjektif tanpa observasi melalui angket, tes, atau kuesioner, melainkan melalui observasi terhadap tinjauan pustaka dan mengamati objek penelitian yang berupa iklan televisi, yaitu iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak dengan judul video Kartu As – Paket Mingguan Bikin Kenyang Internetan yang didapatkan dari akun YouTube resmi Telkomsel.

Kajian pustaka yang penulis lakukan diantaranya memahami teori-teori sebagai berikut:

- Teori semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure (1916).

- Teori *Pictorial Metaphor* yang dikemukakan oleh Charles Forceville (1994).

I.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak ini adalah sebagai berikut:

- Mengetahui makna dari penggunaan tokoh Keluarga Asikin yang beranggotakan ayah, ibu, dan dua anak yang memiliki karakter yang berbeda-beda pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak.
- Memahami bagaimana keterkaitan antara paket makanan dengan paket internet yang diiklankan.
- Mendapatkan makna yang terkandung dari warna merah yang mendominasi iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak.
- Menemukan keterkaitan antara dialog yang ada pada iklan Kartu As versi Gulai Otak ini dengan paket internet yang diiklankan.

I.7 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu umum dan khusus. Adapun manfaat-manfaat tersebut yaitu:

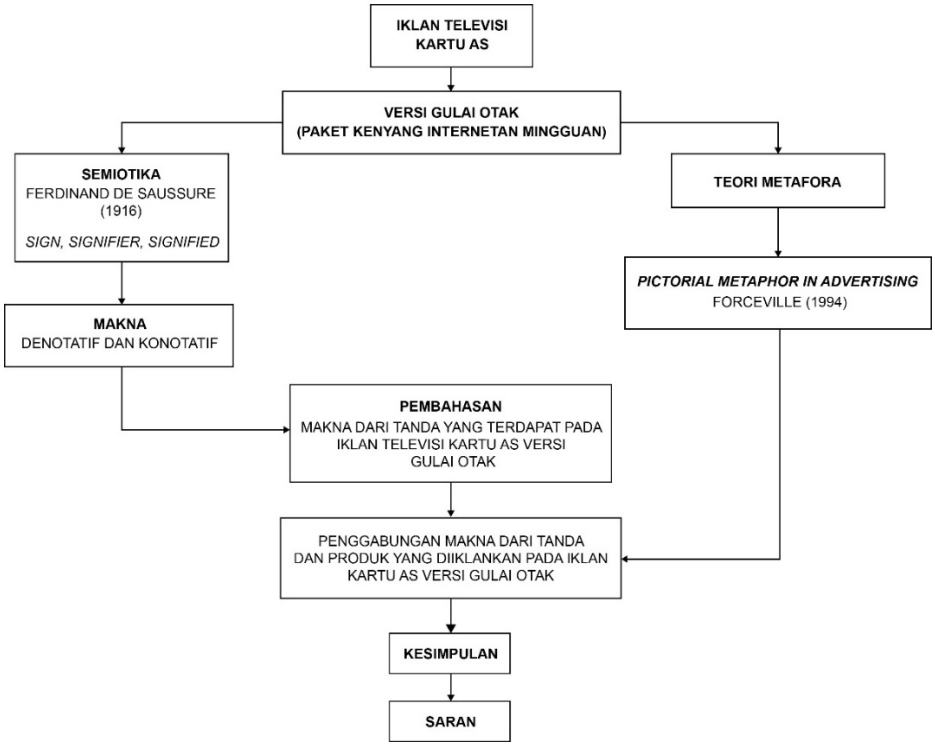
- Khusus

  Dapat mengetahui bagaimana cara iklan Kartu As versi Gulai Otak ini menyampaikan pesan dengan menggunakan metafora.
- Umum

  Manfaat penelitian ini bagi khalayak umum yaitu akan mendapatkan pemahaman mengenai penggunaan metafora pada periklanan dan juga sebagai referensi pengetahuan.

I.8 Bagan Berpikir Penelitian

Berikut adalah bagan berpikir penelitian yang penulis lakukan dalam penelitian ini:



Gambar I.1 Bagan Berpikir Penelitian

Membedah tanda-tanda visual yang terdapat pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak, diperlukan teori mengenai tanda sebagai alat pembedah iklan tersebut. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure yang sering disebut dengan istilah semiologi. Setelah mengetahui tanda-tanda yang terdapat pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak, penulis mencari makna denotasi dan konotasi dari setiap tanda-tanda visual yang terkandung di dalam iklan tersebut. Kemudian penulis membandingkan makna dari tanda-tanda visual tersebut dengan produk yang diiklankan pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak ini dengan menggunakan teori metafora yaitu *Pictorial Metaphor* yang dikemukakan oleh Charles Forceville, sehingga didapatkan kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan yang telah dijelaskan.

I.9 Sistematika Penulisan

Dalam penyajian hasil penelitian ini, penulisan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, menjelaskan latar belakang masalah tentang periklanan, iklan, serta perkembangan telekomunikasi di Indonesia pada saat ini. Bab ini juga sedikit membahas tentang objek yang diteliti yaitu iklan televisi Kartu As versi Gulai otak yang mengandung tanda berupa unsur visual dan unsur verbal serta metafora. Dari latar belakang yang telah dikemukakan, masalah dapat terindentifikasi dan dirumuskan melalui pendekatan penelitian kualitatif dan analisis deskriptif. Manfaat penelitian juga dikemukakan pada bab ini.

BAB II PERIKLANAN, SEMIOTIKA, MAKNA, DAN METAFORA, menjelaskan mengenai teori utama dan pendukung dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Teori-teori tersebut diantaranya, periklanan, teori semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure, makna, serta metafora.

BAB III IKLAN KARTU AS VERSI GULAI OTAK, terdapat penjelasan mengenai objek penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak. Dimulai dari Telkomsel (induk perusahaan Kartu As), Kartu As – Kenyang *Internetan,* Iklan Televisi Kartu As Versi Gulai Otak, hingga Keluarga Asikin yang merupakan tokoh-tokoh yang berperan dalam iklan tersebut.

BAB IV TINJAUAN VISUAL MAKNA DAN METAFORA PADA IKLAN TELEVISI KARTU AS VERSI GULAI OTAK, berisi tentang tinjauan makna denotatif dan konotatif serta metafora yang terdapat pada iklan televisi Kartu As versi Gulai Otak melalui teori semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure.

BAB V KESIMPULAN & SARAN, berisi uraian kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.