BAB IV. ANALISIS VISUAL IKLAN MENGGUNAKAN TEORI SEMIOTIKA C.S PEIRCE

Pada penelitian ini, jenis iklan yang dianalisis adalah iklan cetak, yaitu iklan diketahui cara berkomunikasinya ialah menggunakan teks, dan gambar atau elemen visual lainya (Supriyadi, 2013, h. 33-34). Mengingat hal itu tentunya dalam iklan terdapat tanda-tanda untuk menyampaikan pesan tentang produk sesuai dengan sifatnya (informatif, persuasif, *reminding*, dan *adding value*). Maka, teori semiotika (ilmu tentang tanda) sangat relevan digunakan untuk menganalisis iklan agar dapat mengetahui pesan, dan pemaknaan tanda pada visualnya.

Dari perkembangan teori semiotika, untuk menspesifikan metode analisis, penelitian akan dilakukan dengan menggunakan pemikiran semiotika dari Charles Sanders Peirce, yaitu dengan mengklasifikasikan tanda berikut, *representament* (apa objek yang dipresentasikan?), *object* (merepresentasikan objek apa?), dan *interpretant* (apa interpretasinya?). Pemilihan teori ini disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang memerlukan pemaparan dari jenis-jenis tanda, hubungan antar tanda, pemaknaan, dan interpretasinya. Topik penelitian ini ialah mengungkap, dan mamaknai tanda yang terkandung dalam iklan, untuk mengetahui:

- Bagaimana perempuan digunakan sebagai penarik perhatian?
- Seperti apa citra perempuan yang ditampilkan?

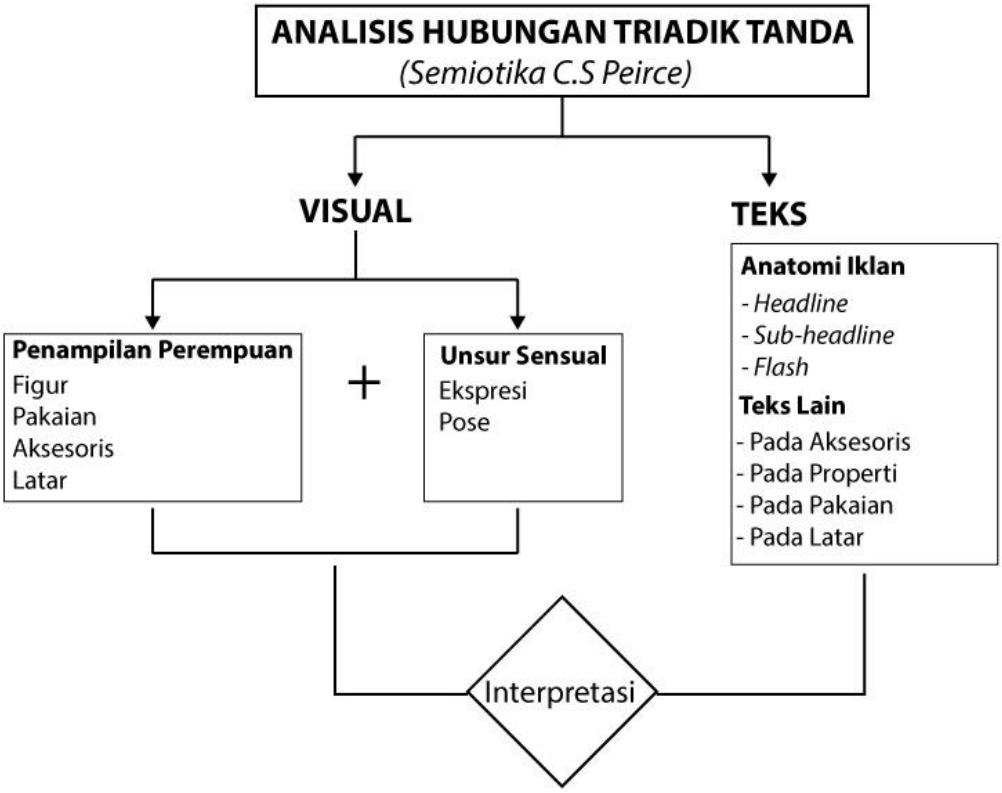
IV.1 Objek Penelitian

Diantara banyaknya iklan produk dari XL (Excelcomindo/XL Axiata), dipilih merupakan iklan yang terdapat figur perempuan, yang juga diketahui berdasarkan hasil kuesioner, iklan menggunakan perempuan sebagai objek penarik perhatian, dan beberapa diantaranya memanfaatkan unsur sensual. Kemudian iklan yang dipilih merupakan iklan produk XL Bebas tahun 2007 yang pertama kali muncul sebagai pemicu persaingan (Kasali, dalam *cracking zone* 2011, h.51). Untuk meninjau perkembanganya, versi iklan selanjutnya juga akan dianalisis pada konteks pemanfaatan perempuan, dan unsur sensual terkait seperti apa perempuan

dicitrakan sebagai penarik perhatian. Iklan tersebut diantaranya XL bebas versi Tarif Murah tahun 2008, dan XL Internet Unlimited tahun 2011 versi Xmua 49.

IV.2 Metode Analisis Iklan

Analisis dilakukan berdasar teori semiotika C.S Peirce. Untuk mempermudah analisis, secara garis besar tanda yang ditinjau merupakan variable yang dibutukan dalam penelitian, yaitu penampilan perempuan, unsur sensual, dan teks yang terdapat pada iklan, khususnya teks yang menjelaskan tentang tarif (atau penjelasan sejenis). Ketiga tanda tersebut akan ditinjau dengan menghubungkan satu sama lainya, dengan tujuan untuk mendapatkan makna yang terbangun dari gabungan tanda-tanda tersebut. Berikut skema analisis yang akan digunakan:



Gambar IV.1 Skema Analisis
Sumber : dok. pribadi

Pada variabel penampilan perempuan, tanda yang akan ditinjau antara lain, siapa figur didalamnya, mendeteksi status sosialnya melalui pakaian dan aksesoris yang dipakai, kemudian gaya hidup atau pergaulan dapat diketahui berdasarkan latar

(dimana figur sedang berada). Untuk menentukan apakah figur berpenampilan sensual, maka ekspresi dan pose juga penting untuk ditinjau. Selain itu pada waktu yang bersamaan, teks-teks yang dirasa memiliki keterkaitan dengan visual, juga akan ditinjau dan akan saling dihubungkan satu sama lainya, untuk menjelaskan makna yang terkandung.

Analisis hubungan triadik tanda akan diuraikan dengan menggunakan tabel agar kolerasi gambar, hubungan tanda, dan denskirpsinya mudah dipahami. Berikut tabel analisis yang akan digunakan dalam proses meninjau iklan XL Bebas tahun 2007, 2008, dan 2011:

REPRESENTAMENT	OBJECT	INTERPRETANT
1. Qualisign Deskripsi	1. Icon Deskripsi	1. Rheme Deskripsi
2. Sinsign Deskripsi	2. Index Deskripsi	2. Dicent Deskripsi
3. Legisign Deskripsi	3. Symbol Deskripsi	3. Argument Deskripsi

Gambar IV.2 Tabel Analisis
Sumber : dok. pribadi

Dari proses analisis iklan diatas maka akan ditarik hipotesa tentang bagaimana pengiklan menggunakan perempuan sebagai penarik perhatian, apakah terdapat pemanfaatan unsur sensual, dan seperti apa perempuan dicitrakan didalam iklan.

IV.3 Analisis 1 Produk XL Bebas Tahun 2007 Versi 1

Pada intinya XL Bebas adalah produk layanan yang menawarkan tarif menelepon dengan harga yang murah untuk jangkauan nasional (Rp 1/detik untuk kesesama operator, dan 10/detik untuk semua operator), dengan masa berlaku 24 jam.

Iklan yang dianalisis menginformasikan produk yang baru diluncurkan pada saat itu, tertera pada *baseline* “promo berlaku mulai tgl 15 September 2007”.



Gambar IV.3 Anatomi Iklan XL Bebas Tahun 2007 Versi 1
Sumber: titiana-adinda.blogspot.co.id

Tabel IV.13 Tabel Analisis Iklan XL Bebas tahun 2007 Versi 1

REPRESENTAMENT	***OBJECT***	***INTERPRETANT***
1. *Qualisign*	**1. *Icon***	**1. *Rheme***
Ditampilkan perempuan muda dengan rambut bergelombang, berkulit kuning langsat, berbadan proporsional, dengan ekspresi tersenyum dan pose tubuh yang sedikit membusungkan dada. Ia mengenakan baju ketat yang bertuliskan “Rp.1/dtk | ke sesala XL”. Dengan penampilan demikian, terlihat juga beberapa tangan yang menjulurkan mikrofon dan kamera foto. Dibelakang perempuan tersebut terlihat tirai berwarna biru. *Headline* iklan ditampilkan dengan tegas dan berwarna oranye yang bertuliskan “TARIF TERMURAH!” **2. *Sinsign*** Penampilan perempuan yang disebutkan diatas, merupakan ciri khas perempuan asal Indonesia yang dikenal cantik. Ekspresi yang tersenyum menandakan ia sedang dalam keadaan bangga. Baju yang ketat, lengan sedikit terbuka, dan pose tubuh yang membusungkan dada sehingga bagian dada terlihat menonjol, membuat penampilan perempuan menjadi lebih menggoda atau seksi. ditambah warna baju oranye terlihat menonjol dibelakang layar biru. perempuan ditampilkan dengan sensual. Figur tersebut adalah Sharena Rizky yang berprofesi sebagai aktris FTV.  Gambar IV.4 Foto Sharena Rizky Sumber : movieindoblog.blogspot.co.id Tangan yang menjulurkan mikrofon dan kamera foto, diketahui sebagai alat yang biasanya digunakan oleh orang yang berprofesi sebagai jurnalis. **3. *Legisign*** Perempuan sengaja ditampilkan demikian, untuk menimbulkan kesan bahwa figur tersebut menjadi pusat perhatian karena suatu popularitas.	Perempuan cantik asal Indonesia yang bergestur menonjolkan dada, dengan ekspresi bangga . jurnalis (wartawan, dan fotografer). **2. *Index*** Perempuan berpenampilan cantik dan sensual, dengan popularitas sebagai aktris FTV dijadikan objek penarik perhatian, juga sekaligus mewakili produk XL dengan baju berwarna oranye bertuliskan RP.1/dtk | ke sesama XL. Karena warna oranye merupakan warna yang mendominasi pada logo produk “XL Bebas”. Tirai panggung menunjukan sebuah tempat yang biasanya digunakan untuk sebuah pertunjukan, ini digunakan untuk menambah kesan bahwa produk baru saja dimunculkan (Didukung oleh adanya icon wartawan yang terlihat memburu berita). Disamping itu warna biru yang terdapat pada tirai merupakan perwakilan dari perusahaan, dan dibuat kontras dengan warna oranye yang menjelaskan tentang produk sekaligus menonjolkan figur perempuan. *Headline* “TARIF TERMURAH!” menunjukan harga dari produk XL Bebas. **3. *Symbol*** Bahu yang terangkat, dan wajah yang sedkit tertunduk, membuat prempuan tersebut terlihat bangga, hal itu menunjukan kejelitaan. Adanya ikon selebriti yang dikelilingi jurnalis menunjukan sedang terjadi peristiwa penting. Tanda tersebut didukung oleh tirai panggung yang merupakan symbol dari suatu pertunjukan.	**1. *Rheme*** Penampilan perempuan cantik yang seksi, sedang akan menampilkan sesuatu (menampilkan diri dihadapan orang banyak). Ia merasa bangga karena berhasil menarik perhatian orang banyak. ***2. Dicent*** Perempuan cantik, jelita, dan seksi, menampilkan dirinya untuk mewakili produk dari PT. Excelcomindo, berdasar warna baju yang ia kenakan dan warna latar panggung. *Headline* “TARIF TERMURAH!” memperkuat produk yang ditawarkan. Atau menjadi point penting dari pertunjukan adalah, produk yang perempuan bawakan merupakan yang paling ekonomis dan bisa digunakan semua orang diseluruh Indonesia. **3. *Argument*** Pada dasarnya perempuan ditampilkan untuk menarik perhatian pada iklan, dalam rangka mewakilkan produknya melalui figur yang sudah populer yaitu Sharena Rizky. Kemudian informasi tentang harga produk yang ditempatkan pada kaos (Rp.1/dtk), mengacu kepada figur perempuan didalamnya.

IV.3.1 Ikhtisar Analisis 1 Iklan XL Bebas tahun 2007 Versi 1

Berdasarkan *representament,* yang ditampilkan dalam iklan adalah sosok perempuan cantik yang sensual, melalui pakaian, pose, dan ekspresinya. Hal ini digunakan pengiklan untuk menarik perhatian. Namun informasi produk tidak terlalu ditonjolkan, dan malah penampilan perempuan yang lebih mendominasi. Hal ini yang membuat sosok perempuan terlihat pertama kali sebelum akhirnya *body text* yang menjelaskan produk. Ini menjadikan perempuan sebagai penarik perhatian utama. Seperti apa yang telah diungkapkan Shimp, bahwa sensual atau seksual dapat dijadikan suatu rangsangan yang mampu menjadi daya tarik bagi suatu produk.

Berdasarkan *Object,* perempuan yang ditampilkan sengaja dipilih yang sudah memiliki popularitas (aktris FTV), agar muncul kedekatan dengan penggemarnya, juga sekaligus difungsikan untuk menularkan citra antara perempuan dan produk Dalam hal ini Shimp juga menyatakan bahwa penularan tersebut pada dasarnya semu, melainkan audien akan mengidentikan pembawa produk dengan produknya. Penampilan perempuan yang terlihat jelita (masih segar) mewakilkan produk yang baru saja diluncurkan, dengan demikian terbangun konsepsi bahwa produk XL bebas akan menjadi incaran di pasaran.

Berdasarkan *Interpretant,* diketahui perempuan digunakan sebagai penarik perhatian, dengan memanfaatkan sensualitas dan popularitas dari figur perempuan. Figur tersebut sengaja ditampilkan untuk mewakili produk dan identitas perusahaan. kemudian dari hubungan antara teks yang terdapat pada kaos “Rp.1/dtk”, *headline* “TARIF TERMURAH!”, mengacu kepada figur perempuan didalamnya.

Dengan demikian berdasar hasil analisis diatas, iklan Iklan XL Bebas tahun 2007 Versi 1, menggunakan perempuan dan memanfaatkan unsur sensual sebagai penarik perhatian.

IV.4 Analisis 2 Iklan XL Bebas Tahun 2007 Versi 2

Iklan ini merupakan lanjutan dari iklan sebelumnya yang masih membahas tentang produk XL Bebas, namun sifat iklan yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tapi terdapat juga sisi kompetitif, yang ditunjukan dari *headline* "Tong kosong nyaring bunyinya, hati-hati janji si NOL!". Kata terakhir pada *headline* terdapat sarkasme yang ditujukan untuk kompetitornya yaitu Indosat. Selain itu untuk meningkatkan daya saing, pada iklan ini ditunjukan juga tabel perbandingan harga dengan produk lain.



Gambar IV.5 Anatomi Iklan XL Bebas Tahun 2007 Versi 2
Sumber : titiana-adinda.blogspot.co.id

Tabel IV.14 Tabel Analisis Iklan XL Bebas Tahun 2007 Versi 2

REPRESENTAMENT	***OBJECT***	***INTERPRETANT***
1. *Qualisign* Ditampilkan perempuan muda dengan rambut bergelombang, berkulit kuning langsat, berbadan proporsional, dengan ekspresi tersenyum, pose tangan kanan memegang pinggang, tangan kiri mengacungkan jari telunjuk, yang mengarah pada teks “TETAP TERMURAH! Rp. 1/detik. Perempuan tersebut mengenakan baju bertuliskan Rp.1/detik, dan duduk di atas drum berwarna kuning dengan pose kaki yang saling menumpang. Terdapat tembok berwarna biru dan papan tulis hitam dibelakang perempuan tersebut, yang menjelaskan tentang produk. Kemudian terdapat lantai yang terlihat seperti jalan dan trotoar. **2. *Sinsign*** Penampilan perempuan yang disebutkan diatas, merupakan ciri khas perempuan asal Indonesia yang terlihat cantik. Ekspresi yang tersenyum memperlihatkan rasa senang. Selain itu pose tangan yang demikian menandakan perempuan tersebut sedang menunjuk sesuatu. Pose duduk dengan tumpang kaki memberikan kesan anggun, ditambah pose tangan yang memegang pinggang menunjukan kesan percaya diri. Papan tulis yang disajikan mirip dengan papantulis yang ada di ruang kelas (tempat belajar), namun hal tersebut bertolak belakang dengan lantai jalan raya dan trotoar. **3. *Legisign*** Perempuan menunjuk papan tulis menunjukan bahwa figur merupakan sesorang yang sedang mengajarkan sesuatu. Perempuan yang duduk dengan tumpang kaki ditambah pose tangan yang memegang pinggang menunjukan kesan percaya diri.	**1. *Icon*** Perempuan cantik asal Indonesia yang diketahui Sharena Rizky (model iklan versi sebelumnya). **2. *Index*** Perempuan sengaja ditampilkan menarik untuk menarik perhatian, sekaligus menjadi perwakilan dari produk XL Bebas melalui pakaian berwarna oranye dan menunjuk teks yang menjelaskan tentang produk. Perempuan yang mewakili produk ditampilkan untuk menggiring interpretasi masyarakat bahwa teks yang ia tunjuk merupakan penekanan yang kuat. **3. *Symbol*** Perempuan cantik yang ditampilkan seolah mengajari, duduk dengan percaya diri merepresentasikan guru yang sedang mengajar diruang kelas.	**1. *Rheme*** perempuan tersebut dianalogikan seorang guru muda yang sedang mengajarkan atau memberi tahu tentang sesuatu, penampilanya yang demikian (berpakaian tidak formal) memberikan kesan kontra dengan sikap guru. Ditampilkan demikian dengan maksud untuk melawan produk lain. ***2. Dicent*** Perempuan tersebut mewakili produk XL bebas, untuk melawan terhadap kompetitornya yang berusaha ikut menurunkan harga. Disamping itu, perempuan juga dijadikan figur yang mengajarkan pengguna untuk tetap memilih produk XL bebas. Konsep perlawanan tersebut didukung oleh latar yang menunjukan ia berada dijalanan, namun dibangun konsep lokasi seperti ruang kelas. Jika diartikan, ia sedang mengajari orang jalanan (orang yang kebanyakan kurang terpelajar). **3. *Argument*** Pada dasarnya iklan berusaha mempersuasi pengguna untuk tetap percaya kepada produk, konsepnya yang bersifat sarkasme cukup tersampaikan dengan baik. Penampilan perempuan didalamnya bertujuan untuk menarik perhatian, kemudian baju yang ia kenakan bertuliskan Rp.1/detik dan tanganya yang menunjuk teks “teteap termurah”, telah menjelaskan bahwa teks mengacu kepada figur perempuan didalamnya.

IV.4.1 Ikhtisar Analisis 2 Iklan XL Bebas Tahun 2007 Versi 2

Berdasarkan *representament*, iklan menampilkan perempuan muda Indonesia yang berpenampilan menarik. Diketahui figur didalamnya adalah Sharena Rizky yang juga menjadi model pada iklan versi sebelumnya. Selain itu, konsep tajuk "murah" tetap dipertahankan, begitu juga dengan penggunaan pakaian bertuliskan "Rp.1/detik". Yang berbeda pada iklan ini adalah pada latar atau tempat yang digunakan, yaitu memposisikan subjek berada pada seting yang terlihat seperti ruang kelas namun juga terlihat seperti jalanan.

Yang diketahui ternyata konsep tersebut d rancang untuk melawan produk pesaing, yaitu Indosat. Konsep ini ditemukan berdasarkan pose duduk dan ekspresi perempuan, tempat duduk yang merepresentasikan kompetitor, dan latar dimana ia berada dijalan, namun dibangun konsep kelas (ruang untuk belajar). Yang jika diartikan, seolah mengajari orang jalanan.

Dari tanda yang telah direpresentasikan diatas, tanda selanjutnya menyangkut *Object*, menjelaskan bahwa perempuan tersebut ditampilkan untuk menarik perhatian melalui ekspresi tersenyum dengan pose yang anggun dijadikan sebagai penarik perhatian, yang juga sekaligus merepresentasikan produk melalui warna baju (oranye), dan perusahaan melalui warna tembok (biru).

Dengan demikian, perempuan tersebut tidak ditemukan unsur sensual, baik dari pose maupun ekspresi, hanya saja mengarah kepada konsepsi perlawanan dengan sikap yang percaya diri, untuk kompetitor.

Maka berdasarkan *Interpretant*, interpretasi yang terbangun adalah, perempuan tersebut pada dasarnya dianalogikan sebagai seorang guru yang hendak mengajarkan tentang sesuatu, namun karena konsep iklan dibuat dengan menggunakan unsur perlawanan terhadap kompetitor, ini ditujukan untuk mempersuasi pelanggan. maka penampilan perempuan tersebut dibuat percaya diri untuk menunjukan bahwa produk XL lebih baik dari yang lain.

IV.5 Analisis 3 Iklan XL Bebas Tahun 2008

Produk yang disajikan dalam iklan ini merupakan produk yang sama, namun terdapat beberapa peningkatan produk (*adding Value*) pada harga yang jauh lebih murah dari sebelumnya. Iklan ini menginformasikan tarif menelepon ke semua operator dengan biaya sebesar Rp.0,1/detik, dan biaya SMS dengan harga sebesar Rp.35/SMS. Meski iklan ini merupakan versi baru namun dalam hal presentasi iklan, visual masih identik dengan tahun sebelumnya (2007), terlihat dari figur perempuan yang digunakan masih sama, dengan kekhasan baju berwarna oranye, dan background biru yang mendominasi.



Gambar IV.6 Anatomi Iklan XL Bebas Tahun 2008
Sumber : niezworld.wordpress.com

Tabel IV.15 Tabel Analisis Iklan XL Bebas Tahun 2008

REPRESENTAMENT	*OBJECT*	*INTERPRETANT*
1. *Qualisign* Terdapat seorang perempuan dengan rambut yang panjang dan bergelombang, perempuan tersebut berpose membukakan kaki, dengan tangan kiri memegang pinggang, tangan kanan menggenggam telepon seluler yang menempel di telinga. Perempuan tersebut berdiri disamping tulisan "Rp.0.1/dtk", dan tepat diatasnya terdapat *headline* "Nikmati tarif termurah!". Disamping itu terdapat juga teks yang menjelaskan tentang jangkauan telepon, dan tarif SMS. **2. *Sinsign*** Perempuan cantik dengan pose yang demikian, menunjukan perempuan tersebut sedang menelepon. Namun pose dengan kaki yang terbuka dan tangan yang memegang pinggang, membuat lekuk tubuh menjadi terlihat. Pose ini tidak biasanya dilakukan jika hendak menelepon pada umumnya. *Headline* berwarna oranye identik dengan warna pada baju yang perempuan gunakan, hal ini menunjukan bahwa warna tersebut segaja digunakan unutk merepresentasikan produk XL bebas. Selain warna baju dan *headline*, latar yang berwarna biru mewakili PT. Exelcomindo. **3. *Legisign*** Pose yang diketahui sedang menelepon, mewakili konsep pada iklan yang menjelaskan tentang tarif menelepon, didukung dengan Rp 0.1/detik (tarif yang sangat murah) ditambah *headline* "nikmati tarif termurah".	**1. *Icon*** Perempuan cantik cantik tersebut merupakan model yang sama dengan iklan sebelumnya, yaitu Sharena Rizky. **2. *Index*** Perempuan dengan baju berwarna oranye ditampilkan sengaja untuk mewakili produk XL Bebas, sedangkan teks dan *headline* menjelaskan informasi terkait produk. Perempuan dengan pose yang menunjukan lekuk tubuhnya, ditampilkan demikian untuk menarik perhatian. **3. *Symbol*** Figur dengan pose demikian terlihat menggoda dengan sikapnya yang menunjukan kesan membuka diri, namun meski demikian perempuan tersebut tidak ditampilkan secara sensual atau merangsang gairah seksual.	**1. *Rheme*** Perempuan cantik yang dijadikan sebagai model untuk merepresentasikan produk dan penggunaanya (produk untuk menelepon), ditampilkan demikian sebagai penarik perhatian saja, karena tidak ada keterkaitan apapun antara menelepon dengan perempuan. Namun disisi lain, pose perempuan cantik yang sedang menelpon, ditambah dengan pose yang demikian, jika dihubungkan dengan *headline* "tarif termurah" dapat memberikan pesan lain yaitu, "telfon saya, dan nikmati dengan tarif yang murah" ***2. Dicent*** Pada kenyataanya perempuan tersebut dijadikan penarik perhatian melalui kecantikan dan pose yang ditampilkan. Meski demikian, konten iklan dan identitas produk maupun perusahaan terlihat lebih mendominasi. **3. *Argument*** Pada intinya, iklan menjelaskan tentang produk XL bebas yang sudah menyediakan tarif paling murah, dengan jangkauan ke semua operator dengan skala nasional (seluruh Indonesia). Secara umum iklan hanya sekedar menjadikan figur perempuan sebagai objek penarik perhatian dengan tanpa memanfaatkan unsur sensual. kemudian pemilihan *headline "tarif termurah"*, mengacu kepada penampilan perempuan yang berpose sedang menelepon.

IV.5.1 Ikhtisar Analisis 3 Iklan XL Bebas Tahun 2008

Berdasarkan *representament*, pada dasarnya tanda-tanda yang dimunculkan memang bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait produk (menelepon dengan biaya murah), termasuk pose perempuan yang sedang menelepon. Namun figur perempuan tersebut ditampilkan tidak hanya untuk menjelaskan produk saja, melainkan untuk menarik perhatian juga, terbukti ditunjukan oleh pose yang tidak lazim (dilakukan saat menelepon), yaitu membuka kaki dan posisi tangan memegang pinggang.

Kemudian berdasarkan *object*, figur perempuan merupakan model yang sama seperti pada iklan sebelumnya, yaitu Sharena Rizky. Konsep penampilanya pun dibuat sama, yaitu untuk mewakili produk dan perusahaan, melalui warna baju (oranye), dan warna biru pada latar (perusahaan). Disamping itu perempuan juga ditampilkan untuk menarik perhatian, melalui pose yang terlihat membuka diri. Meski ditampilkan demikian, perempuan tidak ditampilkan secara sensual (tidak merangsang gairah seksual).

Jika berdasarkan *representamen* dan *object* iklan berfokus pada informasi produk, dan menjadikan perempuan hanya sekedar representasi dari produk. Namun pada *interpretan*, jika melihat keterkaitan *headline "*Nikmati Tarif termurah", mengacu kepada perempuan cantik yang berpose sedang menelepon dengan sikap yang membuka diri.

IV.6 Analisis 4 Iklan XL Bebas Tahun 2011

Produk yang ditawarkan pada iklan ini adalah produk kartu perdana "Internet Unlimited" yang mana produk tersebut menawarkan paket seharga Rp. 49.000, untuk paket internet *unlimited* per 30 hari, dan harga yang sama untuk paket Blackberry (*full service)* per 30 hari. Namun visual yang disajikan lebih terdominasi

oleh model perempuan dibanding penekanan tentang produk, dengan demikian fokus pertama ketika melihat iklan secara otomatis cenderung mengarah pada model. Maka muncul dugaan bahwa iklan menjadikan perempuan sebagai penarik perhatian.



Gambar IV.7 Anatomi Iklan XL Bebas Tahun 2011
Sumber : longstory.com

Tabel IV.16 Tabel Analisis Iklan XL Bebas Tahun 2011

REPRESENTAMENT	*OBJECT*	*INTERPRETANT*
1. *Qualisign*	**1. *Icon***	**1. *Rheme***
Terdapat tiga orang perempuan dewasa, berambut panjang berpostur tubuh ideal dengan warna kulit kuning langsat, salah satu perempuan yang berposisi paling depan menggunakan baju dengan lengan terbuka dan ketat berwarna biru. Ia berpose memiringkan bahunya dengan ekspresi bibir yang terbuka dan rambutnya terlihat tertiup angin. Sedangkan kedua perempuan lainnya duduk diatas sofa berwarna merah dengan menggunakan pakaian yang terbuka berwarna oranye. Perempuan yang duduk disebelah kiri mengenakan rok mini dengan aksesoris anting dan cincin. Sedangkan perempuan yang duduk disebelah kanan tampak menyilangkan tangan dengan baju yang dadanya lebih terbuka. Dibelakang figur perempuan terlihat latar bergelombang berwarna ungu, dan objek yang terbentuk dari gradasi hitam dan putih (dekoratif) Selain itu, terdapat *headline* bertuliskan "Xmua 49", dan *subheadline* "Atiqah Hasiholan – *Irresistable Offer Ever*". **2. *Sinsign*** Perempuan tersebut merupakan perempuan Indonesia yang terlihat cantik. Pakaian dan aksesoris yang digunakan terlihat elegan karena tidak berlebihan (santai). Ini menunjukan ketiga perempuan tersebut berstatus ekonomi menengah atas. Ketiga perempuan tersebut ditampilkan dengan pakaian yang terbuka dan berpose anggun, menunjukan kedewasaan. Disamping itu, latar dengan ciri diatas menunjukan bahwa ketiganya sedang berada di sebuah *cafe*. Terdapat *subheadline* "Atiqah Hasiholan – *Irresistable Offer Ever*". Itu merupakan ungkapan yang dilontarkan oleh figur yang ditampilkan (Atikah Hasiolan), ia berposisi paling depan dengan pakaian yang berwarna biru. Diketahui ia adalah seorang bintang film yang pernah memenangkan beberapa award.  Gambar IV.8 Atiqah Hasiolan Sumber : www.wowkeren.com **3. *Legisign* :** Ketiga perempuan cantik yang terlihat dewasa, dengan pakaian dan aksesoris yang memberikan kesan elegan, menunjukan bahwa mereka berasal dari kalangan status sosial atas. Disamping itu pakaian yang terbuka dan pose yang anggun dengan tempat yang diketahui *cafe*. Menunjukan kondisi pergaulan di perkotaan, yang dikenal sebagai tempat bersantai.	Tiga orang perempuan dewasa dan yang salahsatunya diketahui Atiqah Hasiholan menjadi figur utama didalamnya. Tirai berwarna ungu, sofa berwarna merah, dan dinding bergelombang merupakan properti dan dekorasi seperti di dalam sebuah *cafe*. **2. *Index*** Tiga orang perempuan dewasa yang cantik ditampilkan demikian untuk menarik perhatian. Disamping itu, perempuan yang berposisi paling depan, diketahui merupakan sosok yang cukup populer, ditambah dengan warna baju yang berwarna biru ia juga merepresentasikan PT. Axiata. Disamping itu, kedua perempuan yang duduk dibelakang, mereka memakai baju oranye untuk merepresentasikan warna produk XL. Disamping menarik perhatian, dan mewakili produk, perempuan ditampilkan dengan pakaian serta aksesoris, menunjukan kelas sosial atas sehingga merepresentasikan calon pembeli dari XL (target audien menengah atas), berkaitan dengan produk yang ditawarkan adalah kartu perdana untuk *smartphone* (pada saat itu *smartphone* merupakan telepon seluler yang masih mahal). Mereka ditampilkan dalam suatu *cafe*, bertujuan untuk menunjukan gaya hidup perkotaan menengah atas, dimana tempat tersebut merupakan tempat bersosialnya kalangan memengah atas. **3. *Symbol*** Perempuan yang berpenampilan elegan menunjukan kelas ekonomi atas, mereka terlihat sedang berada di sebuah *cafe* yang menunjukan masyarakat kota dengan status ekonomi menengah atas. Terdapat s*ub-headline* dengan tulisan "Atiqah hasiholan: *irresistable offer ever*", tanda titik dua (:) menjelaskan bahwa kalimat "*irresistable offer ever*" adalah unggakapan dari Atiqah yang artinya "Tawaran yang tak tertahankan", itu mengacu pada *headline* "Xmua 49" (dibaca: Semua 49).	Ketiga perempuan cantik, berpenampilan santai namun elegan, ditambah dengan ekspresi bibir yang sensual (Atiqah) dibuat demikian sebagai penarik perhatian. Melalui penampilanya, warna baju merepresentasikan XL dan produknya, juga sekaligus merepresentasikan calon pembeli yang dituju. ***2. Dicent*** Perempuan mengenakan baju biru, merepresentasikan XL, dengan penampilan demikian (elegan), ditambah ekspresi yang menggoda, maka terbangunlah makna bahwa XL merupakan penyedia layanan telekomunikasi yang bergengsi dan menggoda. Kedua perempuan lainya mengenakan baju berwarna oranye merupakan representasi dari produk (kartu perdana Internet *Unlimited*), yang juga sekaligus merepresentasikan calon pembeli atau target market yang dituju. Yang mana diketahui mereka berstatus sosial menengah atas. **3. *Argument*** Perempuan yang sedang berada di *cafe*, hendak bertemu dengan orang terdekatnya untuk bersantai bersama, membangun kesan bahwa menggunakan produk XL akan mendapatkan kenyamanan yang sama seperti bertemu dan bersantai di *cafe*. *Headline* yang jika dilafalkan berbunyi "semua" dan diikuti "49" yang keduanya jika digabungkan membangun makna "ambil semuanya hanya seharga 49 ribu". Jika disandingkan dengan ketiga perempuan yang ditampilkan, seolah perempuan itulah yang ditawarkan dalam iklan. Atau kata lain "ambil semua perempuan ini dengan harga 49 ribu". Hal ini membentuk interpretasi bahwa perempuan dihargai dengan murah.

IV.6.1 Ikhtisar Analisis 4 Iklan XL Bebas Tahun 2011

Berdasarkan tanda pada *representament*, ditampiklan tiga orang perempuan dewasa yang cantik dengan pakaian dan aksesoris yang elegan. Mereka sedang berada di dalam sebuah *cafe* yang terlihat mewah, berdasarkan dekorasi yang ditampilkan. Diantara ketiga perempuan tersebut, ditonjolkan satu figur utama yaitu Atiqah Hasiholan, yang diketahui sebagai bintang film yang cukup populer. Melalui sub-headline, Atiqah mengatakan sesuatu dalam bahasa inggris "*irresistable offer ever*" yang artinya, tawaran yang tak tertahankan.

Kemudian berdasarkan *object*, diketahui perempuan telah ditampilkan untuk menarik perhatian melalui mode pakaian yang elegan namun sedikit terbuka. Disamping itu, figur utama diketahui memiliki popularitas sebagai bintang film (Atiqah), ia sengaja diposisikan paling depan, dengan gaya yang berbeda (warna pakaian). Atiqah juga ditampilkan dengan ekspresi yang sensual.

Selain dijadikan penarik perhatian, ketiga perempuan tersebut juga mewakilkan identitas produk dan perusahaanya, melalui baju berwarna oranye (produk), dan pakaian berwarna biru (XL). Melengkapi hal itu, gaya perempuan yang elegan menunjukan masyarakat berstatus sosial atas, dan tempat yang diketahui *cafe*, merupakan lokasi yang menjelaskan gaya hidup perkotaan. Hal ini telah menjelaskan bahwa terdapat penularan citra antara perempuan dengan produk yang dibawakan. Kemudian untuk memperjelas bahwa perempuan mewakilkan produk, dibuat sebuah *sub-headline* bertuliskan "Atiqah hasiholan: *irresistable offer ever*", tanda titik dua (:) menjelaskan bahwa kalimat "*irresistable offer ever*" adalah unggakapan dari Atiqah yang artinya "Tawaran yang tak tertahankan", itu mengacu pada *headline* "Xmua 49" (dibaca: Semua 49).

Dari tanda-tanda diatas, terbangun *interpretant* yang menjelaskan bahwa perempuan ditampilkan demikian sengaja untuk menarik perhatian, dan mewakilkan produk, melalui status sosial dan popularitasnya. kemudian dari *Headline* yang jika dilafalkan berbunyi "semua" dan diikuti "49" yang keduanya jika digabungkan membangun makna "ambil semuanya hanya seharga 49 ribu", tanda itu mengacu kepada figur perempuan didalamnya.

IV.7 Hipotesa Analisis

Untuk memudahkan peninjauan hasil analisis akhir dari setiap iklan, maka hipotesa akan dimuat kedalam bentuk tabel yang menjelaskan tentang bagaimana iklan menggunakan figur perempuan, dan seperti apa perempuan dicitrakan dalam iklan. Berikut tabel hipotesa:

Tabel IV.17 Tabel Hipotesa Analisis.

VERSI IKLAN	PENGGUNAAN FIGUR PEREMPUAN	CITRA PEREMPUAN
Tahun 2007 (Versi 1)	Perempuan dibuat mendominasi gambar, sehingga figur menjadi penarik perhatian utama. Ia ditampilkan dengan pakaian yang seksi ditambah ekspresi bangga untuk menunjukan kebangganya karena telah mewakili produk.	Perempuan dicitrakan sebagai sosok yang memiliki popularitas sebagai selebriti, hal ini digunakan sebagai penularan citra antara perempuan dengan produk. kemudian melalui pose yang membusungkan dada, sehingga membuat dada menjadi terlihat menonjol, perempuan juga ditampilkan dengan unsur sensual.
Tahun 2007 (Versi 2)	Perempuan ditampilkan cantik dan anggun sebagai penarik perhatian sekaligus menjadi perwakilan dari perusahaan, untuk menjelaskan produk.	Dengan konsep melawan produk lain, perempuan dicitrakan sebagai sosok seorang guru, ia ditampilkan duduk dengan pose yang percaya diri. Artinya, perempuan secara tidak langsung dijadikan subjek untuk membela produk.
Tahun 2008	Perempuan cantik ditampilkan untuk menjadi penarik perhatian, juga sebagai subjek yang memperagakan penggunaan telepon.	Perempuan dicitrakan sebagai pengguna produk XL, melalui pose yang bercerita bahwa ia sedang menelepon. Disamping itu perempuan juga ditampilkan dengan menunjukan lekuk tubuhnya (melalui pose kaki yang mengangkang, dan tangan yang memegang pinggang). Namun meski demikian pose tersebut belum termasuk penggambaran sensualitas.
Tahun 2011	Perempuan digunakan sebagai penarik perhatian, melalui popularitas dan penampilanya yang menunjukan status sosial menengah atas. Hal itu digunakan juga untuk penularan citra antara perempuan dan produk yang ia bawakan (produk yang elegan untuk orang berstatus sosial menengah atas). Disamping itu, perempuan yang dijadikan figur utama (Atiqah) dijadikan subjek yang bertestimoni tentang produk.	Ketiga perempuan dicitrakan sebagai pengguna produk XL yang berstatus sosial menengah atas, melalui pakaian dan latar di sebuah cafe. Meski ketiga perempuan tidak ditampilkan dengan pakaian dan pose yang vulgar, figur utama (Atiqah), ditampilkan berbeda dengan rambut yang tertiup angin ditambah ekspresi dan bibir yang sedikit terbuka, membentuk kesan yang sensual.