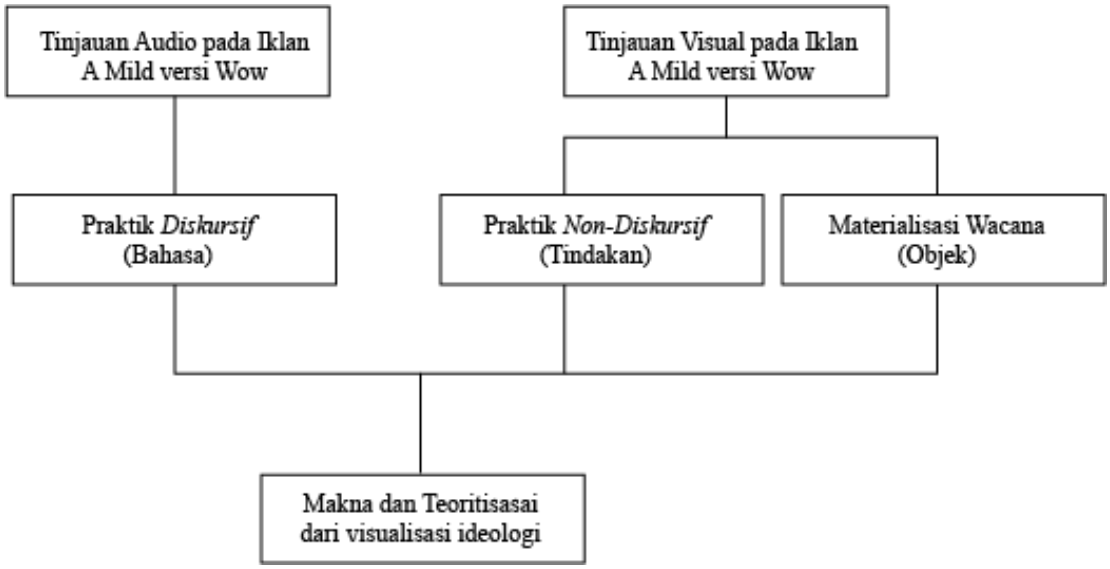
BAB IV. TINJAUAN VISUALISASI IDEOLOGI PADA IKLAN A MILD VERSI WOW

A Mild merupakan sebuah iklan yang dibuat untuk mempromosikan produk rokok, diluncurkan pertama kali pada tahun oleh PT. Hm Sampoerna. Salah satu iklan A Mild yaitu Iklan A Mild versi WOW. Iklan Ini merupakan sebuah *TV Commercial* yang memiliki durasi 1 menit. Iklan ini menceritakan tentang bagaimana oang-orang yang tinggal di dalam iklan tersebut terlihat takut akan keadaan yang mereka miliki dan tak mau pergi keluar. Analisis Wacana meninjau mengenai kumpulan kata yang disusun kedalam sebuah scene gambar pada iklan tersebut. Setelah dapat memilah makna dalam beberapa gambar yang disajikan maka diharapkan dapat menarik satu kesimpulan mengenai ideologi atau pesan yang ingin pengagas tanamkan pada benak masyarakat. Berikut merupakan rangkaian analisis wacana yang peneliti lakukan:



Gambar IV.1 Skema Penelitian

IV.1 Analisis Wacana Pada Iklan A Mild versi WOW

Iklan A Mild versi WOW digunakan oleh Sampoerna sebagai iklan pengingat bagi penikmat rokok A Mild sendiri, yang sebelumnya sudah ada iklan-iklan terdahulu

diantara Bukan Basa Basi, dan Tanya Kenapa. A Mild sendiri merupakan salah satu produk yang menjadi unggulan PT. Hm Sampoena, sekaligus memiliki penikmat yang banyak dibandingkan jenis rokok yang sama dari produsen pesaing.

Pada Iklan ini terdapat unsur bahasa yang divisualisasikan melalui objek audio dan visual yang disebut wacana. Di dalam iklan ini unsur audio tidak muncul dalam bentuk dialog namun terlihat pada lirik lagu yang digunakan sebagai pengiring iklan, lalu unsur visual pada iklan ini merupakan objek yang muncul baik berupa gambar diam dan bergerak. Dalam iklan wacana digunakna sebagai media yang dapat menyampaikan ideologi. Memaknai data dari visualisasi ideologi ini dilakukan melalui kajian teori yang dikemukakan oleh Jager yaitu berupa praktik *diskursif,* praktik *non-diskursif,* dan materialisasi objek. Pada praktik *diskursif* penulis akan mengkaji unsur audio yang muncul pada iklan dengan mengambil bagian-bagian penting yang menjadi unsur utama penyampaian ideologi pada iklan tersebut.

Setelah memiliki spekulasi awal yang didapat pada analisis praktik *diskursif,* maka dibutuhkan sebuah data pendukung, maka akan dilakukan kajian selanjutnya yaitu praktik n*on-diskursif,* dalam analisis ini dibutuhkan referensi gambar yang diambil dari potongan scene pada iklan A Mild itu sendiri yang akan dipetakan dalam sebuah tabel, dan penulis akan menguraikan secara deskriptif mengenai gambaran *scene* yang diambil sebagai unsur bahasa yang merepresentasikan makna dari pesan yang diangkat. Dalam analisis ini diharapkan gambar-gambar yang sudah di pilah akan dapat memberikan ulasan yang lebih dalam mengkaji pesan yang tidak bisa diungkap dalam analisis *diskursif,* dan sekaligus menjadi teori pendukung pada bahasan praktik *diskursif*. Berikut merupakan contoh dari tabel yang akan dilakukan oleh penulis pada analisis praktik *non-diskursif*:

Tabel IV.1 Skema Tabel Analisis *Non-Diskursif*

Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Narasi
 Gambar IV.2 Iklan A Mild versi Wow	Orang-orang berkerumun dan bergerak mengikutialunan musik, mereka tampak merasa asik dan lepas

Materi gambar (Non-Diskursif) yang diteliti

Uraian

Pentabelan yang dilakukan akan dapat mempermudah penulis dalam memilah bagian mana yang memang perlu dimasukkan, dan bagian yang tidak diperlukan, dan hasil dari penyeleksian scene yang ada pada iklan A Mild ini diharapkan dapat memberikan makna yang berhubungan dan melengkapi kekurangan yang ada pada analisis *diskursif* sebelumnya.

Selanjutnya menganalisa objek berupa latar belakang, suasana, dan antusiasme yang dapat mendukung teoritas pada analisis sebelumnya, namun dalam analisis materialisasi objek tidak bisa secara langsung memberikan makna pada suatu hal. Ada cara yang tidak langsung untuk membangun kembali pengetahuan menjadi bentuk materialisasi. Penulis harus dapat mengandalkan pengetahuan penulis berdasarkan latar belakang, dan ditambah kajian literasi yang dapat mendukung hipotesa penulis. Analisi materialisasi objek ini dilakukan dengan menyeleksi scene dan memilah bagian mana yang dapat mendukung kajian sebelumnya sehingga hasil hipotesa dapat lebih lengkap. Berikut merupakan contoh tabel analisis materialisasi objek:

Tabel IV.2 Skema Tabel Analisis Materialisasi Objek

Visualisasi Materialisasi Objek	Uraian Narasi
 Gambar IV.3 Iklan A Mild versi Wow	Tampak suasana kota yang sunyi menandakan Ketidak antusiasme orang-orang dalam mengerjakan sebuah pekerjaan, atau ada rasa takut dalam menonjolkan diri

Materi gambar (Materialisasi Objek) yang diteliti

Uraian

Setelah melakukan analisa praktik *disukursif, non-diskursif,* dan materialisasi objek. Analisa yang didapat dapat di artikan dalam hasil teoritas mengenai ideologi yang ingin disampaikan pada iklan A Mild versi WOW.

IV.2 Analisa Praktik *Diskursif* Melalui Tinjauan Audio Iklan A Mild versi WOW

Tinjauan Audio pada iklan A Mild ini terdapat pada bagian lagu yang mengiringi iklan tersebut, karena tidak ada nya dialog antar pemeran didalam iklan ini. Lagu yang mengiringi iklan ini berdurasu 1 menit, pada awal iklan, musik yang muncul hanya berupa instrument, lalu muncul suara vokal pada detik 0:13, dan didalam lirik tersebut seperti menyatakan bahwa ada sesuatu yang datang dan ingin memberikan *influence* kepada masyrakat melalui iklan tersebut, dan lirik yang bersangkutan tersebut yaitu:

"Kami datang ke jalan

Kami datang ke jalan

Kami datang ke jalan"

Dalam *scene* awal iklan, yaitu bagian pembuka dari iklan ini, gambaran iklan mengacu kepada unsur yang menuutup diri, ketaakutan, gelisah, dan tidak pecaya diri. Yang digambarkan dengan ekspresi karakter yang sendu, termenung, atau hanya terdiam. Terlihat pula ada orang-orang yang ingin menunjukan diri mereka namun tampak tidak berani untuk menunjukan diri mereka kedepan publik. Ini ditunjukkan pula dengan tempo musik yang pelan.

Pada detik 0:13 musik mulai bertempo lebih cepat dan suara vokal pun muncul dengan lirik yang diulang yaitu "Kami Datang Ke Jalan", ini menunjukkan bahwa A Mild ingin menjadi efek pada lingkungan masyarakat yang awalnya takut untuk menunjukkan diri mereka, dan dengan adanya A Mild orang-orang tak perlu malu untuk menunjukkan diri mereka didepan publik.

Pada detik 0:22 lirik vokal lebih berkesan menggebu dimana A Mild yang di gambarkan pada liriknya bahwa mereka ingin sekali agar orang-orang bergerak tanpa harus mengambil keputusan, atau berfikir terlebih dahulu, ini ditunjukkan dengan lirik vokalnya yaitu:

"Kami datang, ke jalan

Kami mengguncang

Siap gak siap"

Dilihat dari lirik vocal pada detik 0:22 ini, pada bagian "Kami mengguncang, siap gak siap", A Mild disini sangat ingin merubah persepsi masyrakat mengenai hal yaitu, "berfikir dulu sebelum bertindak", hal tersebut A Mild gambarkan pada iklannya yang muncul pada awal iklan, yang mana ketika orang-orang takut dan hanya berfikir tanpa melakukan tindakan, jadi A Mild ingin merubah persepsi tersebut, dan mengajak masyarakat untuk mengikuti mereka baik itu siap ataupun tidak siap.

Pada bagian vokal selanjutnya yang muncul pada detik 0:27, A Mild ingin memunculkan pemikiran mereka yang bersangkutan dengan nilai "kepercayaan diri", yaitu dengan lirik:

"Terus berlari tunjukan diri"

Pada lirik vokal ini, A Mild sangat ingin menyampaikan pemikiran mereka melalui lirik vokalnya yaitu mengenai kepercayaan diri, A Mild ingin masyarakat untuk menunjukkan diri mereka, dan tidak merasa malu atau takut akan keadaan diluar. Dan A Mild pun ingin agar orang percaya kepada kemampuan mereka dan mau untuk mengekspresikan diri mereka sesuai dengan jati diri mereka sendiri. A Mild sangat tau bagaimana menggambarkan pesan ini dengan memunculkan elemen-elemen yang sangat menggugah dan ramai, Orang-orang didalam iklan tampak menikmati keramaian yang dibuat dan larut dalam keramaian.

Pada bagian iklan selanjutnya yaitu pada detik 0:40, A Mild memunculkan orang-orang yang merasa penasaran, dan merasa memiliki antusias kepada apa yang dilakukan orang-orang lainnya, dan A Mild ingin menunjukkan bahwa mereka lah yang membuat itu semua, dan ini ditunjjukan dengan lirik:

"Lihat kami. Coblos pikiran"

Bagian ini sangat menunjukkan bahwa A Mild ingin agar masyarakat mengikuti apa yang dilakukan mereka, dan ingin agar orang-orang tidak terkekang dalam kehidupan yang biasa saja dan mau membuka pemikiran mereka mengenai dunia luar. A Mild sangat tegas dalam menyampaikan lirik "coblos pikiran" dengan menekankan nada suara yang lebih lantang pada bagian lirik tersebut. Ini ditujukan agar nilai tersebut dapat lebih diterima sebagai pesan pendobrakan diri.

Pada bagian selanjutnya pada detik 0:43 A Mild ingin menegaskan keinginan mereka agar masyarakat dapat bertindak seperti apa yang A Mild gambarkan dalam iklan ini, dan bagian lirik tersebut yaitu:

"Jadi kami, lihat kami

Saat Kami"

A Mild sekali lagi mengingatkan agar masyarakat melihat mereka dan dapat mengikuti apa yang mereka sampaikan dalam iklan ini. A Mild menggunakan lirik yang berulang

agar lebih mudah diingat oleh masyarakat dan terbiasa pada iklan ini, A Mild juga menggunakan kata pengulangan pada bagian lirik yang bersifat menjual nama mereka, seperti kata “lihat kami” dan “saat kami”. Kata-kata tersebut sudah sangat jelas, bahwa A Mild ingin masyarakat melihat mereka dan menginginkan agar pemikiran mereka dapat diterima dan meresap kedalam benak masyarakat.

Pada bagian akhir iklan di detik 0:49, A Mild kembali mengulang sebagian liriknya yaitu:

“Kami datang, ini kami

Kami guncang, saaat kami

Kami datang, ini kami

Saat kami

Wow….”

Pada bagian akhir iklan, A Mild menunjjukan diri mereka dengan menggunakan lirik “ini kami” yang menandakan bahwa mereka ada, dan mereka ingin menunjukkan bahwa mereka bergerak dan mau mengajak masyarakat untuk mengikutinya.

Masalah-masalah yang berkaitan dengan kepercayaan diri dan tidak mau melampaui kemampuan mereka tampak jelas dalam iklan A Mild versi WOW ini yang muncul pada bagian *scene* awal. Munculnya ekspresi termenung pada orang-orang yang ada pada bagian awal iklan ini menunjukkan kesan bahwa hidup mereka yang itu-itu saja, tidak ada motivasi, dan merasa malu akan diri mereka sendiri.

A Mild sangat jelas pada iklannya, mereka melihat bahwa masyarakat di Indonesia kebanyakan merasa malu akan diri mereka sendiri dan banyak yang masih menutup diri mereka dari dunia luar. Dan dengan iklan ini A Mild terasa ingin memecah atau mendobrak perilaku masyarakat yang demikian, A Mild ingin menyampaikan ideologi mereka mengenai kepercayaan diri, dan mendobrak pikiran. A Mild ingin merubah persepsi masyarakat yang merasa takut gagal, dan merubahnya untuk mencoba tanpa

harus memikirkan hal tersebut, mau siap atau tidak siap masyarakat harus mulai mau untuk membuka pemikiran mereka di kehidupan luar. A Mild pada iklan ini sangat tampak mengajak masyrakat untuk mau mengikuti langkah A Mild, yang merupakan salah satu pencetus rokok mild pertama di Indonesia dan mampu menempatkan A Mild pada urutan pertama bagi pecinta rokok mild itu sendiri.

IV.3 Analisa Praktik *Non-Diskursif* Melalui Tinjauan Visual Iklan A Mild versi WOW

1. Bagian *sequence* 1 iklan A Mild versi WOW

Pada bagian awal iklan A Mild versi WOW ini, situasi kekosongan, tak ada motivasi, dan merenung dari karakter-karakter dimunculkan dengan sangat jelas melalui gambar karakter yang tampak berdiam diri di kamar termenung mentap ke langit-langit, dan keluar jendela, Pada awal iklan ini dapat dimengerti bahwa kesan yang ingin disampaikan oleh A Mild adalah perasaan takut, tidak berani, dan merasa kecil. Dibawah ini merupakan beberapa *scene* yang mengungkap visualisasi tersebut:

Tabel IV.3 Tabel Analisis *Non-Diskursif* Bagian *Sequence* 1 Iklan

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
1	 00:00	Tampak seorang sedang termenung diatas seekor gajah, terlihat orang tersebut sedang meilhat ke langit sembari memegangi bendera hitam.

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
2	 00:04	Seseorang dengan ekspresi yang berkesan sedang berfikir, terlihat orang tersebut sedang melihat kelangit sembari lengannya mengarah ke atas
3	 00:05	Seseorang yang tampak merasa bosan, namun tampak tidak beranjak dari kasurnya, ini terlihat dari bagian kasurnya saja yang berantakan namun bagian kamar lainnya masih terlihat rapih
4	 00:06	Seseorang yang sebelumnya berdiam diri di atas kasur, tampak meilhat kearah langit, sama seperti 2 karakter yang sebelumnya muncul

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
5	 00:07	Seorang anak sedang berdiri di ruang tunggu, terlihat dibelakangnya terdapat beberapa orang yang hanya duduk dan terdiam menunggu, serta digambarkan wajah anak ini dengan siluet saja.

Dari beberapa potongan *scene* pada bagian awal iklan A Mild versi Wow ini, seperti yang sudah dipahami pada praktik *diskursif* sebelumya yaitu A Mild ingin menunjukkan kesan yaitu kegelisahan, takut, dan tidak tidak percaya diri. Yang dimunculkan melalui gambar pada *scene* awal iklan.

- Warna

  Dilihat dari bagian *sequence* 1 ini didapat bahwa warna yang muncul berkesan berwarna abu, hitam, dan warna-warna yang memang bernuansa gelap. Ini dapat memunculkan persepsi di mata masyarakat bahwa kesan yang muncul adalah kegalauan, kemurungan, rasa takut, tidak percaya diri, hanya berdiam diri saja, dan yang memang menunjukkan rasa yang tidak memiliki hasyarat atau keinginan untuk mau lebih dari yang sudah dimiliki.

2. Bagian *Sequence* 2 iklan A Mild versi WOW

Pada bagian *sequence* 2 ini, dimunculkan visual yang memiliki keterkaitan dengan *sequence* 1, yang mana pada *sequence* 2 ini muncul perubahan emosi pada setiap karakter nya yang digambarkan lewat ekspresi mereka. Pada *sequence* 2 ini terdepat beberapa unsur yang memepertegas makna “kepercayaan diri”, dan “menunjukkan diri”. Pada bagian *sequence* 2 ini digambarkan bagaimana persepsi masyarakat yang

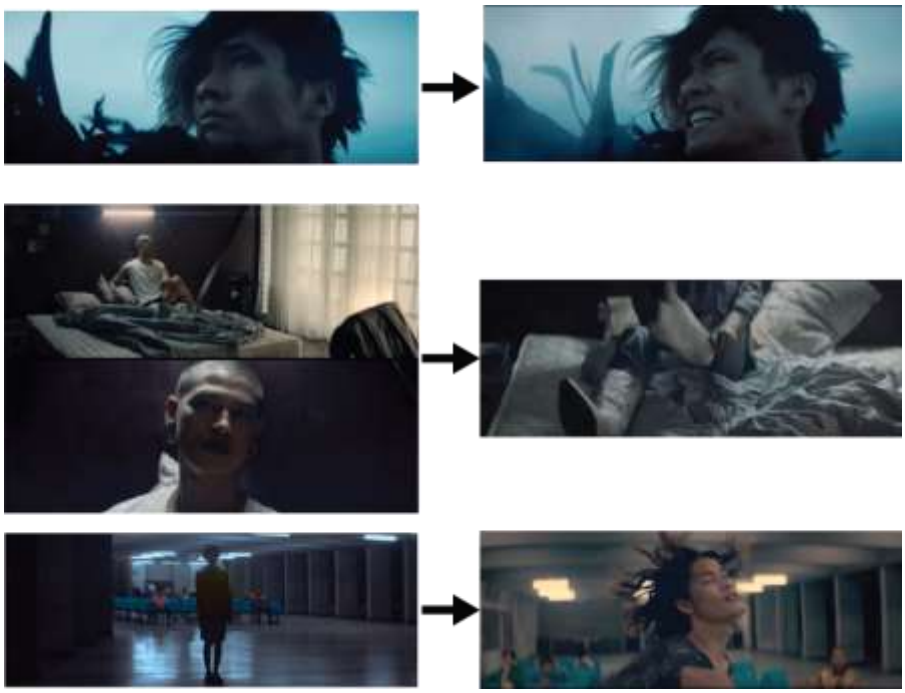
digambarkan pada *sequence* 1 iklan A Mild ini dirubah, dan bagaimana A Mild ingin memberikan solusi nya berdasarkan ideologi yang mereka pikirkan.

Tabel IV.4 Tabel Analisis *Non-Diskursif* Bagian *Sequence 2* Iklan

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
1	 00:10	Seseorang yang sebelumnya berekspresi dengan kesan sedang berfikir, pada *scene* ini orang tersebut tampak menggebu dan merasa melepas semua rasa didalam dirinya
2	 00:13	Orang-orang tampak penasaran dan melirik ke atas langit. Setelah terjadinya transisi ini, orang-orang mengalami perubahan yaitu mereka mulai memiliki rasa antusias, ini tergambar dari beberapa figure orang yang tersenyum sambil melihat kearah langit

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
3	 00:15	Ruangan yang sebelumnya tampak sunyi, tiba-tiba muncul seorang penari yang sedang menggerakkan badannya mengikuti irama dan kata hatinya, ini tergambar pada raut wajah penari tersebut terasa sangat lepas
4	 00:18	Orang yang sebelumnya termenung dikamar, akhirnya dia mau untuk menunjukkan dirinya kepada dunia luar, orang tersebut tampak mengenakan sepasang sepatu koboi.

Pada bagian transisi ini terjadi perubahan yang mencolok pada bagian *sequence* 1 ke bagian *sequence* 2 iklan ini, pada bagian *sequence* 2 ini muncul moment yang menggugah yaitu terjadi perubahan signifikan pada setiap ekspresi karakter atau suasana emosi disekitarnya, seperti yang digambarkan pada detik 00:10, orang tersebut tampak berteriak seperti melepas semua beban yang ada pada benak nya, dan transisi tersebut dapat digambarkan seperti ini:



Gambar IV.2 munculnya *scene* yang mengalami transisi pada *sequence* 1 menuju *sequence* 2

Scene-scene ini menunjukkan terjadi transisi yang terjadi pada ikla A Mild versi WOW, yang mana menunjukkan perubahan emosi, munculnya kepercayaan diri, dan rasa ingin menunjukkan diri, terselip pada gambaran pesan dari transisi *scene* diatas. Pada bagian transisi ini sangat digambarkan bagaiamana penyusun iklan ingin menunjukkan sebuah contoh kehidupan masyarakat yang terjadi saat ini pada saat sebelum suasana berubah, dan ketika suasana berubah pengusung iklan seperti ingin menunjukkan bagaimana mereka mendobrak diri mereka, dan menunjukkan diri mereka dengan bebas dan kreatif

- Warna

  Warna yang muncul pada *sequence* 2 ini sudah mulai menghilangkan nuansa gelapnya, walaupun tidak di semua bagian, ini menunjukkan adanya rasa keprihatinan dan juga mulai muncul kesadaran dan ingin untuk mulai dengan jiwa yang baru.

3. Bagian *Sequence* 3 iklan A Mild versi WOW

Pada bagian *sequence* 3 ini tampak perubahan yang signifikan pada gambaran iklan itu sendiri yang tampak lebih bersemangat dan bersenang-senang, ini digambarkan dengan beberapa orang tampak menggunakan pakaian yang sangat mencolok dengan beragam warna dipakaiannya, dan mereka berbondong-bondong mengikuti parade, dan bersenang-senang bersama.

Tabel IV.5 Tabel Analisis *Non-Diskursif* Bagian *Sequence* 3 Iklan

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
1	 00:24	Tampak seseorang melakukan aksi *parkour*, ini memiliki kesan ingin memperlilhatkan diri dengan keahliannya
2	 00:26	Tampak orang-orang berbondong-bondong berlarian, mereka mengikuti keramaian yang terjadi di jalanan

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
3	 00:27	Beberapa orang kantoran tampak berlarian tertarik dengan yang terjadi di jalan, dan mereka serentak mengikuti kegiatan padare yang ada di luar
4	 00:28	Tampak seorang wanita dengan dandanannya yang sangat mencolok, ini menunjukan kepercayaan diri yang wanita ini tunjukkan lewat *make-up* yang ada pada wajahnya.

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
5	 00:35	Orang-orang berbondong-bondong dijalan, mereka tampak mengenakan pakaian yang berwarna dengan gaya yang beragam, mereka tampak bergoyang mengikuti alunan musik
6	 00:40	Figur wanita ini tampak tersenyum melihat keadaan yang terjadi diluar, tampak ekspresi bahagia dan senang yang tergambar di raut wajah nya
7	 00:42	Seseorang melompat keluar dari bangunan dengan menabrak dan menghancurkan temboknya.

Pada *sequence* 3 ini tampak jelas bagaimana kesan yang mendobrak pemikiran tervisualisasi lewat *scene-scene* diatas, orang-orang menggunakan kostum yang beragam, tampak raut wajah yang bahagia, *make-up* yang mencolok, dan seseorang yang melompat keluar dari gedung dengan menabrak tembok, pada *scene* 00:42 ini A Mild sangat tegas menggambarkan makna dari "mendobrak pikiran" yang mana digambarkan dengan seseorang mampu menghancurkan tembok tebal dengan hanya lemopat ke arah luar bangunan.

- Warna

  Pada bagian potongan gambar ketiga ini didapat bahwa nuansa warna yang digunakan berubah total menjadi lebih menggunakan warna yang cerah, seperti warna merah, kuning, biru, hijau, coklat, warna-warna ini menunjukkan sisi ideologi yang ingin disematkan dalam iklan ini yaitu gejolak muda, rasa bahagia, dan juga keinginan untuk mendobrak diri dengan cara yang memang unik dan inovatif.

4. Bagian *Sequence* 4 iklan A Mild versi WOW

Pada *sequence* ini sangat jelas A Mild ingin menggambarkan euforia yang terjadi melalui visual yang berwarna dan suasana yang bersukaria, orang-orang berbondong-bondong adayang berlarian, bergoyang, akrobatik, mengendarai kendaraan, terbang dengan balon udara, hal-hal ini sangat memvisualisasikan bagaimana nilai mendobrak pikiran ini dimaknai oleh A Mild yaitu berkesan liar, kreatif, dan berbeda dari yang lain.

Sampoerna ingin mengajak masyarakat dengan munjukkan orang-orang yang berkerumun dan menuju pada satu arah yang menimbulkan kesan bahwa ini adalah suatu hal yang memang harus dilakukan dan menimbulkan persepsi dibenak masyarakat bahwa apa yang dilakukan sampoerna pada iklan ini diikuti oleh banyak kalangan masyarakat meliputi suku, ras, budaya, gender, dan umur.

Sampoerna juga memunculkan visual pada *sequence* 4 ini dengan mengambil kesan yang sangat kreatif dan juga inovatif, ini terlihat dari penggunaan kostum, *make-*

up,cara berjalam, kendaraan, dan juga ekspresi yang di munculkan, ditambah dengan nuansa warna pada *sequence* ini yang berkesan berwarna-warni dan cerah.

Tabel IV.6 Tabel Analisis *Non-Diskursif* Bagian *Sequence* 4 Iklan

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
1	 00:47	Tampak cipratan cat yang terbentuk karena beberapa orang melesat turun dari tangga dan menginjakkan kaki nya ke tanah, cipratan cat ini sangat berkesan aestetik dengan pengambilan gambar yang di perlambat menimbulkan kesan yang menggugah, dan juga mencerminkan nilai yang sangat tertarik dengan keadaan tersebut, warna yang muncul memiliki persepsi bahwa keceriaan, jiwa muda, dan rasa keramaian sedang terjalin didalamnya

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
2	 00:49	Orang-orang melakukan akrobatik sambil mengikuti parade, ini menggambarkan bagaimana keragaman ide atau pemikiran dalam melakukan suatu hal
3	 00:50	Seorang wanita yang sedang menaiki mobil, memperlihatkan raut wajah yang bergembira, dengan *make-up* wajah yang sangat mencolok, ini merupakan salah satu cara orang mengeskpresikan diri, dan menunjukkan jati diri mereka.
4	 00:52	Digambarkan bermacam-macam orang berkumpul sambil memegang payung yang berwarna-warni, ini menggambarkan keberagaman yang ada pada parade tersebut

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
5	 00:54	Seorang wanita sedang mengendarai mobilnya, dengan *make-up* nya yang sangat mencolok
6	 00:55	Orang-orang berbondong-bondong dengan menggunakan pakaian yang sangat beragam divisualisasikan lewat *scene* ini, tampak mereka bergotong royong menciptakan suasana yang unik dengan penggunaan kostum serta peralatan yang bermacam warna dan bentuk nya

No	Visualisasi *Non-Diskursif*	Uraian Visual
7	 00:56	Orang yang sedang terbang dengan hanya menggunakan balon udara, tampak memberikan instruksi dengan menunjuk menggunakan tongkatnya ke arah depan
8	 00:57	Seseorang yang pada *sequence* 1 muncul seperti ingin menunjukkan apa yang dia sudah lakukan dengan gestur badan yang berkesan ingin memperlihatkan sesuatu
9	 00:59	Tampak semua orang berjalan dalam satu rombongan dan mereka tampak merasa berbahagia menikmati parade tersebut.

Tampak pemvisualisasian yang dimunculkan dalam potongan *scene*-scene diatas bahwa A Mild mengajak khalayak agar mau membuka pikirannya menajadi lebih kreatif, dan mau berbeda dari yang lain, dan juga tidak merasa takut tetapi tetap

menikmati apa yang sedang dijalani, ini merupakan penggambaran visual yang A Mild tanamkan dalam iklan nya mengenai nilai "kepercayaan diri" dan "mendobrak pikiran", orang-orang terlihat sangat berkreasi dengan diri mereka baik lewat kostum, *make-up* atau hal lainnya. Tampak A Mild ingin menarik orang sebanyak-banyak nya dengan memunculkan visual orang-orang yang berbondong-bondong bersukaria, ini memberikan contoh bagi masyarakat agar mau untuk membuka perasaan mereka, dan lebih lepas dalam memikirkan suatu hal.

Dari Uraian analisis potongan *scene* pada iklan A Mild versi WOW di atas didapatkan visualisasi tanda yang menjurus pada nilai ideologi Sampoerna yaitu menyangkut "kepercayaan diri" dan "mendobrak pikiran", ilustrasi yang disajikan sangat beragam dan memicu pikiran untuk lebih mencerna seperti contohnya apa maksud dari seseorang yang menabrak tembok atau seseorang dengan *make-up* yang mencolok. Dalam uraian selanjutnya, dianalisa bagaimana suasana dan lattar tempat dapat membantu argumentasi penulis mengenai ideologi yang sudah penulis tafsirkan.

- Warna

  Pada *sequence* 4 ini sangat jelas sekali bagaimana warna yang digunakan sangat menginterpretasikan ideologi yang di sematkan dalam iklan ini, berkaitan dengan nilai berjiwa muda, aktif, bergotong royong, bersukacita. Pada potongan gambar diatas memang sangat jelas penggunaan warna yang beragam dan sangat berkesan berwarna-warni.

IV.4 Analisa Praktik Materialisasi Objek Melalui Tinjauan Visual Iklan A Mild versi WOW

Pada iklan A Mild versi WOW ini, penulis sangat memerhatikan bagaimana latar belakang kota metropolitan yang ditampilkan adalah gedung pencakar langit, jalanan luas, kamar hotel, daerah kumuh, bangunan berarsitektur eropa, dan *fly over*. Dari komponen tersebut pergantian *shot* tata kota ini menunjukkan unsur pesan dari A Mild yang ingin meng*influence* khalayak mengenai ideologinya. Maka Orang-orang bergaya nyentrik, *make-up* yang berwana, gerak tubuh yang sesuka hati menunjukkan unsur

dari gejolak masa muda yang ingin mendobrak pikiran, dan menunjukkan diri pada lingkungan sosialnya.

Tanda dari rasa ketakutan yang muncul pada bagian *scene* awal adalah ketidak puasan, lalu kebingungan, dan juga rasa terbelenggu dalam sebuah kekangan. Manifestasi yang didapatkan yaitu termenung, terdiam, meratapi, gundah, ingin merubah keadaan. Lalu pada bagian *scene* berikutnya merupakan transisi yang terjadi dari rasa ingin menunjukkan diri dan mendobrak pikiran adalah Tersenyum, menikmati rasa bahagia, tertawa, sorot mata yang senang, dan antusiasme. Manifestasi yang didapatkan yaitu beteriak, berlarian, berjoget, berkumpul melakukan perayaan, serta melakukan aktifitas yang disukai.

Tanda yang lain yang melandasi kata "menunjukkan diri" ialah menunjukkan eskpresi dengan cara yang unik yang divisualkan melalui gambar ketika orang-orang beramai-ramai berjalan menuju satu arah yang sama, dapat dilihat bahwa mereka mengenakan pakian yang mencolok, atau mengendarai kendaraan aneh, atau menggunakan *make-up* yang unik, sedangkan untuk tanda yang melandasi kata "pendobrak diri" ialah menunjukkan ekspresi yang sangat antusias dan merasa asik dengan apa yang mereka sedang lakukan, dapat dilihat ketika mereka sedang berjoget dengan gerakan yang seadanya namun mereka tetap menikmati nya.

Menunjukkan cipratan cat yang berwarna-warni, tembok yang berwana di dalam kota metropolitan, payung yang mewarnai seisi jalan bebas hambatan, adalah bentuk dari materialisasi mendobrak pikiran. Sedangkan gestur badan yang leluasa, ekspresi wajah yang lepas merupakan materialisasi menunjukkan diri.

Didapat dari uraian diatas bagian *scene* yang dapat memvisualisasikan manifestasi materialisasi objek adalah sebagai berikut:

Tabel IV.6 Tabel Analisis Materialisasi Objek

No	Visualisasi Materialisasi Objek	Uraian Visual
1	 00:02	Tampak *landscape* perkotaan dengan bangunan pencakar langit mengisi seisi kota, namun suasana yang muncul tampak terlihat suram, berawan, dan tampak seperti tidak adanya kegiatan yang dilakukan
2	 00:05	Dilihatkan suasana kamar yang tertutup ini berkesan takut untuk menunjukkan diri, dengan pencahayaan yang kurang mengakibatkan suasana yang lebih berkesan tidak bergairah, lesu, malas untuk melakukan kegiatan
3	 00:08	Tampak seseorang sedang menaiki seekor gajah dengan membawa bendera, namun keadaan disekitar nya seperti mengisolir, dan membuat suasana lebih suram dengan gambaran bangunan ya kusam, kotor, dan gelap

No	Visualisasi Materialisasi Objek	Uraian Visual
4	 00:12	Tampak sebuah petasan yang ditembakkan ke atah langit, tampak langit menjadi lebih berwarna dan membuat suasana lebih cerah
5	 00:19	Orang-orang mulai berlarian di jalanan, tampilan kota tampak lebih berwarna, dan juga berkesan hidup
6	 00:20	Terlihat suasana langit kota yang cerah dengan bangunan yang lebih berwarna dan tidak berkesan kusam, tampak seseorang dilangit terbang dengan menggunakan balon berwarna merah

No	Visualisasi Materialisasi Objek	Uraian Visual
7	 00:24	Tampilan gedung pencakar langit yang lebih berwana berkesan lebih bersahabat, ditampilkan kembali suasana kota yang cerah
8	 00:37	Suasana kota yang ramai ketika orang-orang berkumpul seperti sedang berpesta
9	 00:51	Tampak orang-orang berbondong-bodong sembari mengangkat payung yang berwarna-warni, ini menonjolkan nilai yang ingin memunculkan suatu yang baru dan berbeda dari cara yang sudah biasa orang lakukan dengan cara yang bergotong-royong

Dari beberapa tampilan *scene* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai "tunjukkan diri" dan "mendobrak pikiran" merupakan persepsi yang ingin Sampoerna sampaikan lewat iklan televisi A Mild versi WOW ini, Sampoerna ingin mengajak masyarakat untuk dapat mengikuti langkah mereka seperti digambarkan dengan orang-orang yang berjalan berbondong-bondong, dan mengajak juga untuk menunjukkan diri dengan cara yang berbeda dari yang lain dan tidak dengan cara yang biasa. Dari nilai yang didapatkan yaitu "tunjukkan diri" dan "mendobrak diri" merupakan satu hal yang berkesinambungan dalam artian yang lebih sempit yaitu merujuk pada kegiatan revolusi mental, yang mana A Mild ingin mengajak masyarakat Indonesia untuk dapat membuka diri mereka dengan arus percepatan dunia yang memang mengharuskan masyarakat untuk bergerak dan tidak hanya terdiam menyaksikan kemajuan dunia yang sedang berlangsung sekarang, dan juga A Mild mengajak untuk bergotong royong dalam membangun masyarakat Indonesia yang dapat bersaing secara lebih kreatif dan berbeda dengan yang lainnya, karena Indonesia sendiri memiliki beragam budaya, dan keunikan di setiap belahan Indonesia ini.

IV.5 Teoretisasi Menunjukan diri dan mendobrak Pikiran Berkaitan Dengan Revolusi Mental di Indonesia

Dalam kemajuan media modern ini, struktur komunikasi massa tidak akan luput dari campur tangan orang-orang yang memiliki kuasa, baik itu media negri atau swasta, dan dalam jangkauannya media mampu menjadi penyalur ide atau gagasan yang didalamnya terkandung sebuah ideologi yang mencerminkan bagaimana relitas sosial pada masyarakat terbentuk, pada iklan A Mild versi WOW ini ditunjukkan nilai yang mencerminkan ideologi penguasa pada saat ini yang diutarakan lewat bentuk audio dan visual, yang diterjemahkan dalam kata menunjukkan diri dan mendobrak pikiran, yaitu merupakan sebuah hal yang apabila diartikan secara nalar adalah sebuah konsep pemikiran yang harus berdasarkan dengan unsur yang kreatif, baru, dan mau untuk berbeda. Secara garis besar dua hal tersebut berkaitan dengan konsep revolusi mental yang diutarakan Ir. Soekarno pada Peringatan hari kemerdekaan (17 Agustus 1956) mengatakan:

> “Dalam kehidupan sehari-hari, praktek revolusi mental adalah menjadi manusia yang berintegrasi, mau bekerja keras, dan punya semangat gotong-royong” (para.1)
>
> “Revolusi mental adalah suatu gerakan untuk menggembleng manusia Indonesia agar menjadi manusia baru, yang berhati putih, berkemauan baja, bersemangat elang rajawli, dan berjiwa api yang menyala-nyala” (para.1)

Itu merupakan penggalan kata yang diutarakan oleh Presiden Indonesia peratama dalam memikirkan bangsanya. Menurut pandangannya bahwa yang terjadi di masyarakat memang sebuah fenomena, bahwa bangsa ini mengalami ke terlambatan dalam hal menyadari sebagai bagian dari banga yang besar, namun masih banyak masyarakat yang memiliki jiwa yang kecil. Padahal modal dalam membangun negara agar dapat bersaing adalah, masyarakat nya itu sendiri harus memiliki jiwa bangsa yang besar dan memiliki semaangat untung bersaing dan mampu berfikir diluar dari hal yang biasanya. Revolusi mental ini memiliki tujuan untuk dapat mengubah sudut pandang, pikiran, sikap, dan perilaku masyarakat agar dapat bejalan lurus dengan kemajuan, sehingga dapat menjadi negara yang disegani dan dapat bersaing dengan negara-negara lainnya. Ciri-ciri revolusi mental yang dimunculkan pada iklan ini adalah sebagai berikut:

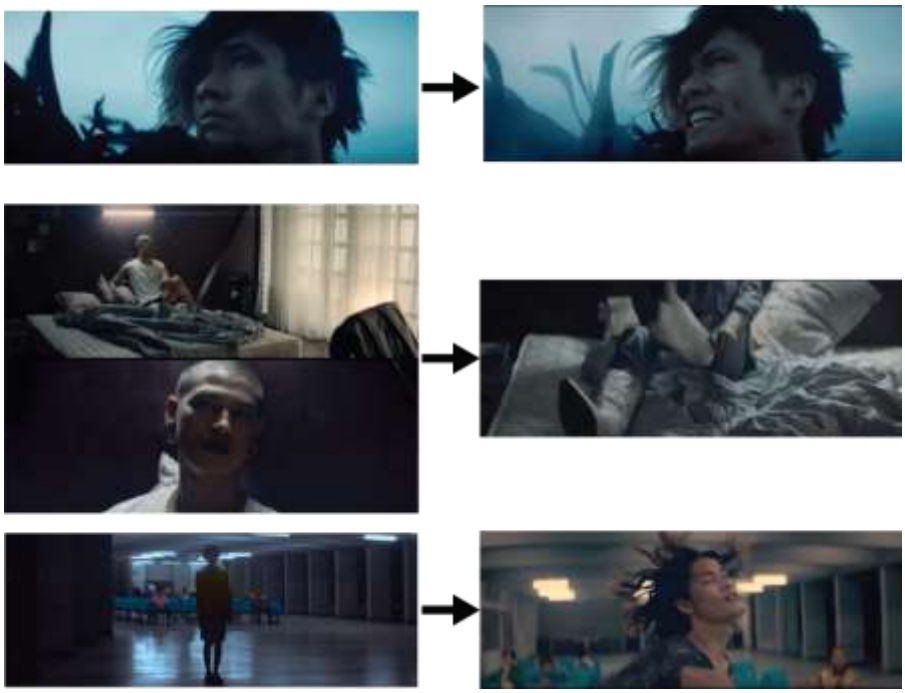
Tabel IV.7 Tabel ciri-ciri revolusi mental pada iklan A Mild versi WOW

Tema	Manifestasi
1. Timbul perasaan tidak puas dengan apa yang dijalani sekarang dan mulai merasa ini merubah hal tersebut 2. Membuat suasana yang berkesaan bergotong-royong dengan cara yang berbeda	1. Berteriak, bergegas, menggerakkan badan, merasa masa bodoh dengan yang orang lain pikirkan 2. Memberikan hal yang membuat orang merasa tertarik, tidak merasa malu dengan diri, dan mau menunjukkam sisi jati diri, suasana muncul dengan warna yang cerah dan berwarna-warni

Tema	Manifestasi
3. Mengajak dan menciptakan ketertarikan demi kemajuan pemikiran masyarakat	3. Menggunakan baju yang nyentrik, *make-up* yang beragam warna, kostum yang tidak biasa, kendaraan yang dimodifikasi, dan menjadi pelopor dalam menunjukkan diri secara bebas dan positif

Mengapa konsepsi mengenai kemerosotan mental bangsa sering diumbar dimuka publik, karena memang seperti itu tampaknya banyak sekali keterbatasan sistem yang membuat negara ini rugi dengan hal-hal tersebut, sistem yang mengotakkan masyarakat agar bergerak hanya dibagian sempit nya saja, serta tidak dapat berfikir secara luas dan bebas menyebabkan masyarakat merasa takut, merasa puas dengan dirinya sekarang dan tidak mau menciptakan hal yang baru, maka dari itu dibutuhkannya revolusi mental seperti yang diutarakan Menko Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (PMK), Puan Maharani (seperti dikutip Manafe, 2015) mengatakan bahwa:

1. Karena bangsa ini sudah terlalu lama membiarkan praktik-praktik dalam berbangsa dan bernegara dilakukan dengan cara tidak jujur, tidak memegang etika dan moral, tidak bertanggung jawab, tidak dapat diandalkan serta tidak bisa dipercaya.
2. Dalam bidang perekonomian Indonesia tertinggal jauh dari negara lain, karena kehilangan etos kerja keras, daya juang, daya saing, semangat mandiri, kreatifitas, dan semangat inovatif.
3. Sebagai bangsa, Indonesia mengalami krisis identitas. (para.4)



Gambar IV.3 *shot* yang mencerminkan bagaimana terjadinya transisi sifat dan munculnya rasa mendobrak diri

Revolusi mental yang tertanam dalam iklan A Mild ini terlihat ketika seseorang berteriak tampak wajahnya yang menggambarkan rasa ketidak puasaan, rasa kesal, dan rasa ingin merubah semuanya. Ini terjadi karena pada bagian-bagian awal *scene* yang mana masyarakat tampak terdiam, termenung, dan hanya berdiam diri saja ini merupakan sebuah krisis yang memunculkan rasa empati untuk dapat memperbaharui kehidupan ini. Hal-hal demikian dapat menimbulkan efek yang fatal dimana adanya keterbelakangan bangsa, terlambatnya negara dalam bersaing di kancah Internasional, banyaknya pengangguran, tingkat kebodohan karena kurangnya minat dalam mencari ilmu dan jati diri.

Seperti di utarakan Presiden Joko Widodo (seperi dikutip Manafe, 2015) mangatakan bahwa "Karakter kuat bangsa Indonesia sebagai bangsa yang mempunyai semangat gotong royong, saling bekerja-sama demi kemajuan bangsa sudah meluntur" (para.7). Maka dari itu pada bagian berikutnya dilihatkan dalam iklan A Mild ini orang-orang yang mulai berbondong-bondong menuju pada suatu tempat dengan rasa pembaharuan

dan mencerminkan citra diri dengan menggunakan atribut yang berbeda dan unik, digambarkan dengan nuansa warna yang cerah, berwarna-warni ini mencerminkan rasa gejolak muda, semangat pemabaharuan, semangat untuk merevolusi diri menjadi masyarakat yang lebih kreatif, dan juga inovatif.

Sampoerna dalam iklan A Mild, yang digambarkan dengan suasana perkotaan yang ramai dengan adanya masyarakat yang tumpah ruah kejalan, berlarian, bergoyang, dan melakukan hal unik lainnya. Dengan kegiatan ini pula Sampoerna ingin mengajak masyarakat untuk mengkonsumsi produk mereka agar dapat menjadi bagian dari pembaruan yang diusung dalam iklan. A Mild Ingin mengajak masyarakat untuk kembali mengingat bahwa perkembangan jaman ini sudah pesat, dan masyarakat sebagai bagian yang memiliki andil dalam cerminan bangsa, harus mau membuka mata dan saling bergotong-royong dalam menciptakan suasana pembaruan, dan merovolusi mental secara luas sehingga dapat mencapai bagian-bagian terujung di Indonesia ini.

Sampoerna sebagai produsen rokok mengambil kesempatan ini sebagai pelopor dan menjadi contoh agar masyarakat memahami bahwa produk yang dipasarkan sampoerna dapat menjadi satu hal yang membantu dalam gejolak semangat muda, semangat revolusi, dan juga semangat pembaharuan ini. Sampoerna mengambil kesempatan ini sebagai ideologi yang ditanamkan dalam iklannya, guna menarik pembeli agar produk yang dipasarkan dapat merauk keuntungan yang besar.