**BAB IV**

**PEMBAHASAN PENELITIAN**

* 1. **Representasi Makna Yang Dibentuk Video Iklan Televisi Kartu Perdana Axis Versi Joni Blak-blakan**

Video iklan axis versi joni blak-blakan ini mempunyai sebuah cerita menarik yang dimulai dengan scene pertama yang asal muasal dilokasi pesisir pantai ketika ada seseorang yang sedang di kejar-kejar massa dengan kemudian berhenti dengan close up muka seseorang yang dikejar-kejar massa tersebut dan terdapan tulisan Joni Blak-blakan yang menunjukan tanda kata-kata tersebut seseorang yang dikejar-kejar massa, cerita pun dilanjutkan dengan visualisasi layak pemutaran kembali untuk menceritakan dari kejadian Joni yang sedang di kejar-kejar massa tersebut. Masuk cerita pada scene kedua Joni kecil yang memakai singlet,celana pendek,dan memakai peci berwarna ungu ketika bermain bola sendirian dilapangan waktu kecil dengan kondisi awan yang senja dan ketika itu bola yang joni tendang mengarah kepada pertemuannya dengan sang bapak-bapak peramal tua yang menggunakan juba hitam dan bertopi bundar berwarna hitam,lalu pada pertemuan tersebut sang bapak-bapak tua ini meramalkan bahwa “Joni kamu ditadirkan untuk selalu blak-blakan”. Saat itu juga setelah bapak-bapak tua tersebut berkata lalu joni pun langsung berkata “pak, ada upil” sambil menunjukan jari keatas ke bapak-bapak peramal tersebut sehingga membuat peramal tua tersebut berekspresi kaget.

Perjalanan joni sebagai orang yang selalu blak-blakan pun berjalan hingga joni tumbuh dewasa yang dimulai pada scene ketiga yang tervisualkan bapak-bapak berdo’a dengan badan yang gemuk dan memakai busan muslim lengkap berwarna hitam yang mengatakan “Ya Allah,berikan saya rumah besar dan mobil mewah” dengan keadaan berluluran sarang laba-laba dan sedang berada di mushola yang pada saat itu membuat joni pun blak-blakan untuk berkomentar kepada bapak-bapak berdo’a tersebut dan berkata “jangan hanya berdo’a aja pak!! Usahaa..” ,dengan memakai pakaian muslim dan peci berwarna ungu. Setelah berkomentar tersebut bapak-bapak yang berdo’a tersebut pun mengeluarkan ekspresi geram, Sikap joni pun terus blak-blakan hingga pada scene keempat berjalannya waktu, joni pun yang sedang jalan kaki dijalan desa melihat dan mendengar seorang hansip desa yang sedang menggoda dua wanita yang sedang berjalan di gang desa tersebut dengan berpakaian sexy dan pak,hansip tersebut pun bersiull,dan berkata “hay,, darling” dengan backsound bersuara kicauan-kicauan burung yang menambah perkuat suasana di pedesaan tersebut. Joni pun tak tinggal diam sebagai karakter yang diramalkan sebagai yang telah ditakdirkan sebagai manusia yang blak-blakan dan dia pun bekata “pak,mata tuh buat istri bukan yang lain”, lalu pak,hansip tersbut pun kembali berkata “ganggu aja sih lo jon”,dan tampak lah seorang wanita dan berkata “cowo ressee”. Atas semua kejadian blak-blakan joni yang dari kecil sudah blak-blakan hingga tumbuh dewasa dikampung tersebut sehingga menimbulkan banyak tanggapan negative dari warga desa yang berdampak joni pun di jadikan buronan oleh warga karena sikapnya yang blak-blakan tersebut.

Warga desa pun mencari joni dengan membagi warga keseluruh bagian desa yang tergambarkan pada scene ke lima, yang dimana joni dicari oleh warga kampong dari mulai daerah persawahan yang terlihat di kondisi malam hari pak hansip kampung tersebut dengan ekspresi yang sedang mencari dia berkata “ngumpet dimana si lo jon?” dengan kondisi dimana banyak orang yang sedang ikut mencari joni dengan membawa obor, sentre,dan lampu petromak sebagai alat penerang proses pencarian joni tersebut, kamar mandi warga pun dicari oleh salah satu warga yang ikut memburu joni dan dia pun berkata “joni” sambil terjadinya warga yang mempunyai kamar mandi tersebut ketika sikat gigi, warga pun mencari ke sumur dengan berkata “joni” sambil mencari kearah lubang sumur, dan sampai ke seluruh kandang kebo yang ada di desa. Pencarian joni pun terus dilakukan hingga warga yang mencari ke kandang kerbau tersebut berkata “joni” sambil memegang dan melihat muka kerbau desa tersebut, proses pencarian pun masuk kembali ke daerah persawahan yang dimana terjadi dialektika anatara hansip kampung dengan seorang warga yang ikut mencari dengan postur tubuh besar dan tinggi, berkulit hitam, berambut gondrong dan berkumis tebal dengan berkata “bang,,takutt” sambil mengeluarkan ekspresi ke wanita-wanitaan, hansip pun berkata “ahh lo lagi, sama muka sendiri aja ga takut lo”. Hingga joni ditemukan oleh hansip kampung tersebut dengan keadaan yang sedang menyamar layaknya orang-orangan sawah yang ada didesa dengan keadaan kondisi malam. Hingga pada gambar scene ke enam setelah joni ketemu lalu sang hansip yang diperankan oleh Mucle memberikan perintah kepada seluruh warga yang berkata “Panggil semua warga! Pakai Axis yang paling Hemat”. Setelah itu tervisualkan banyak warga yang mencari di lokasi ketemu nya joni menelpon ke warga yang lain dan seorang yang bertubuh besar, hitam, dan berkumis tebal yang sebelumnya terlibat dialektika oleh hansip berkata “halo,Joni udah ketemu” sambil berekspresi gagah dan bersuara lantang. Koordinasi ke semua warga berjalan hingga seseorang warga yang sedang mencari di kamar mandi warga kampung berekspresi senang setelah mengetahui joni sudah ketemu,begitu pula terlihat ekspresi senang dari warga yang mencari di sumur setelah tau joni tertangkap, dan seorang warga yang mencari joni di kandang kebo pun terlihat senang dengan keadaan gigi depan ompong terlihat senyuman lebar dari sikap nya setelah tau joni di tangkap. Warga pun membawa joni dan mengarak mengaraknya dengan ekspresi yang bahagia.

* + 1. **Representasi Makna pada iklan AXIS versi Joni blak-blakan pada scene 1.**



****

**Gambar 4.1 beberapa adegan video Iklan Axis versi Joni blak-blakan**

1. Penanda

Seorang lelaki berkemeja biru dengan segulung tali tambang di leher sedang diburu oleh kerumunan massa yang membawa alat-alat kehidupan sehari-hari seperti komoceng, sapu, gayung, dll, dan terdengar suara lelaki berbicara, “ternyata jadi blak-blakan itu tidak mudah” yang terdengar dari suara dubbing dalam iklan. Setelah itu adegannya berjalan mundur seperti rekaman yang sedand di *rewind.*

1. Petanda

Lelaki itu tenyata bernama Joni. Dia sedang dikejar oleh semua elemen masyarakat yang memburu dengan antusiasnya sembari dia berpikir, “ternyata jadi blak-blakan itu tidak mudah”yang terdengar dari suara dubbing di dalam iklan.

1. Tanda Denotatif -> Penanda Konotatif

Setelah ditelusuri ternyata masyarakat memburu Joni dengan penuh dendam karena blak-blakan.

1. Petanda Konotatif

Joni sepertinya ingin menganjurkan kepada kita bahwa blak-blakan akan mengakibatkan kita ketakutan dan akan dirundung masalah.

1. Tanda Konotatif

Blak-blakan adalah karakter hidup yang kurang baik.

Pada scene I, penanda, petanda, tanda denotative -> penanda konotatif, petanda konotatif, dan menjadi tanda konotatif merupakan rantai pemaknaan. Dimana, kalau melihat alurnya secara sepintas, ada hal yang terselubung dan tidak kelihatan sampai pada penanda konotatif. Dan akhirnya, untuk mengetahui secara detail harus dibongkar dengan menggunakan metode “mitos” dan dilanjutkan pada metode “ideology” pada tahapan petanda konotatif dan tanda konotatif.

Coba kita lihat uraian yang ada diatas. Pada poin 1. sampai poin 5 dapat kita lihat secara jeli bahwa rantai pemaknaan itu seperti sedang mengarahkan kita untuk berujung kepada persepsi bahwa blak-blakan itu adalah karakter hidup yang kurang baik. Proses terbentuknya persepsi ini dapat kita lihat pada pemaknaan yang terjadi di poin 1(penanda). Diawali dengan isyarat yang dibentuk penanda, yang semakin diperjelas oleh petanda yang merepresentasikan bahwa sang tokoh adalah orang yang sial dalam konstruk sosial kemasyarakatan, yang dapat kita lihat pada poin 2(petanda).

Pada poin 3, makna mulai diproduksi lebih detail bahwa ekspresi public yang tidak berpihak pada tokoh utama hadir karena respon atas sikap yang tak biasa. Dilanjutkan oleh metodologi “mitos” yang ada pada poin 4. Operasi bahasa atau sistem tanda ternyata mencoba menyisipkan pesan agar masyarakat mengalami ketakutan, sehingga berubah menjadi poin 5 dimana ini adalah ideology yang sedang dikultuskan untuk dipercayai.

**4.1.2. Representasi Makna pada iklan AXIS versi Joni blak-blakan pada scene 2**

****

**Gambar 4.2 beberapa adegan Video iklan Axis Versi Joni Blak-blakan**

1. Penanda

Seorang anak kecil yang memakai singlet putih dan celana pendek sedang bermain bola. Lagi asyik bermain tiba-tiba datang seorang bapak berpakaian dan bertopi hitam. Bola yang ditendang anak kecil itu mengarah ke bapak. Terdengar juga suara laki-laki berkata, “awalnya gue ketemu seseorang. Bola diambil bapak dan anak kecil itu menghampiri. Setelah dekat, si bapak berkata ke anak kecil itu “joni, kamu di takdirkan untuk selalu blak-blakan” dan anak kecil tersebut pun berkata “pak,ada upil” kepada bapak tua itu sambil menunjukan jari nya ke arah hidung bapak-bapak tersebut. Tangan bapak tersebut pun langsung memegang hidung nya dengan berekspresi kaget dan dengan sikap dinginnya bapak-bapak tersebut mengelapkan tangan kanan nya ke bola yang ditangan nya . Dan memberikan bola itu kepada anak kecil. Anak kecil itupun kembali bermain bola. Kemudian terdengar suara dubbing, “sampai sekarang pun gue terus blak-blakan”.

1. Petanda

Anak yang bermain bola di pegunungan itu, ternyata Joni waktu kecil. Bapak yang datang itu adalah seorang peramal. Bapak itu datang untuk mengingatkan takdir Joni yang akan selalu blak-blakan sampai kapan pun. Saking blak-blakannya, upil bapak di hidung pun tidak lepas dari blak-blakan Joni.

1. Tanda Denotatif -> Penanda Konotatif

Sejak kecil Joni telah mengetahui bahwa blak-blakan adalah takdir dalam hidupnya.

1. Petanda Konotatif

Masa depan Joni yang blak-blakan ternyata bisa ditentukan oleh peramal. Ramalan pun adalah suatu referensi yang terkadang berubah menjadi keyakinan

1. Tanda Konotatif

Joni adalah salah satu contoh masyarakat pegunungan yang cepat percaya dengan ramalan hidup

Pada scene II juga seperti itu. Alur rantai pemaknaan kembali terlihat. Pada poin 1 sampai poin 5 dapat kita urai merujuk kembali semiology ala Barthes. Bahwa pengarang sudah tidak berhak lagi mengatur representasi makna yang mampu ditangkap pembaca. Maka dari itu, kita harus lebih berhati-hati mendekati teks yang ada. Karena jangan sampai kita tidak melihat ideology yang sedang disisipkan

Untuk detailnya, pada poin 1 (penanda) konsep-konsep dalam pikiran kembali dilanjutkan dengan baik. Transisi tafsiran dibuatkan alurnya sehingga tidak ada keterputusan makna dengan poin 2 (petanda). Petanda mampu mempertegas sistem representasi dari pertukaran makna yang terjadi antara tokoh. Walaupun hubungan yang terjadi adalah tokoh II mendominasi tokoh I.

Pada poin 3 (tanda denotative -> penanda konotatif) akhirnya harus menyerang asumsi psikologis dengan pendekatan masa depan. Keniscayaan dari bahasa mengantarkan kita untuk berhenti menggugat dan melacak makna yang terkandung dalam sebuah teks. Karena proses inilah maka pada poin 4 (petanda konotatif) terjadi pemitosan atas representasi makna yang terwakili. Bahkan berubah menjadi piranti sistem keyakinan yang hadir dalam konstruksi sosio-kultural masyarakat kita yang dapat kita lihat pada poin 5 (tanda konotatif).

**4.1.3. Representasi Makna pada iklan AXIS versi Joni blak-blakan pada scene 3.**

****

****

**Gambar 4.3 beberapa adegan Video Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan**

1. Penanda

Ada bapak-bapak berbadan gemuk yang memakai pakain muslim dan peci berwarna hitam di mushola yang sedang berdoa dengan mengangkat kedua tangan nya sambil berkata “ya, Allah berikan saya rumah besar dan mobil mewah” dengan keadaan yang kepala dan badan berlumuran sarang laba-laba, lalu ada seorang pria dibelakangnya dengan memakai peci warna ungu dan berbaju muslim berkata “jangan Cuma berdoa aja pak! Usaha” sambil melihat dan mengangkat tangan sambil memegang dan menarik sehelai sarang laba-laba yang ada di kepala bapak-bapak tersebut dan terlihat muka bapak-bapak tersebut mengeluarkan ekspresi geram.

1. Petanda

Bapak itu ternyata sudah lama berdoa. Tempat berdoanya pun adalah tempat ibadah. Karena Joni adalah orang yang blak-blakan maka dia tidak peduli tempat. Yang penting dia bisa tetap blak-blakan.

1. Tanda Denotatif -> Penanda Konotatif

Orang berdoa pun tidak lepas dari blak-blakan si Joni. Berdoa saja itu tidak baik.

1. Petanda Konotatif

Di tempat ibadah pun adalah tempat yang tak boleh luput dari blak-blakan si Joni.

1. Tanda Konotatif

Orang yang beragama juga tidak suka dengan blak-blakan.

Pada scene ini ada hal lain yang coba dikritik oleh tokoh utama. Agama yang biasanya menjadi narasi dominan dalam pembangunan peradaban, malah dilucuti maknanya dalam scene ini. Bahasa sebagai sistem tanda mencoba membongkar representasi atas struktur. Ini sama saja bahwa bahasa sedang mempermainkan ideology.

Poin 1 sampai poin 5 memperlihatkan tautan hubungan yang coba disusun sebagai konstruksi realitas. Poin 1 (penanda) memperlihatkan realitas subyektif yang hadir dalam masyarakat yang mempunyai sistem kepercayaan. Bahkan pada poin 2 (petanda) memberikan kode atas ketidaksadaran yang begitu mendalam sampai penganut sistem kepercayaan seolah melakukan ketiadaan makna atas sikap yang dipertontonkan dalam simbol kepercayaannya.

Pada poin 3 (tanda denotative -> petanda konotatif) kembali lagi dipertegas bahwa sistem kepercayaan saja tidak akan pernah cukup dalam menjalani hidup, bahkan cenderung sia-sia. Kemudian dipertontonkan oleh poin 4 (penanda konotatif) bahwa sistem kepercayaan selalu saja mencoba merusak kreatifitas kemanusiaan. Ketiadaan gerak dan pengharapan kepada sang Ada adalah spiritualitas yang cacat. Karena sindiran inilah maka pada poin 5 (tanda konotatif) menampilkan operasi ideology yang terjadi sebagai kelaziman dalam hidup. Seolah-olah ideology akan selalu berada dibalik layar untuk menentukan kuasa. Karena dalam situasi ini kita harus “takluk” terhadap ideology.

**4.1.4. Representasi Makna pada iklan AXIS versi Joni blak-blakan pada scene 4**

****

**Gambar 4.4 beberapa adegan Video Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan**

1. Penanda

Ada dua orang wanita cantik yang sedang berjalan dan seorang bapak-bapak berpakaian hansip desa yang sedang duduk di dinding rumah menggeramkan suara nya “ghmm, ihiww, hay, darling” sambil mengelus alis matanya dan jenggotnya. Terlihat seorang pria yang memakai peci berwarna ungu dan berpakain kemeja berwarna putih yang sedang berjalan sambil berkata “pak, mata tuh buat istri bukan yang lain” sambil berhenti dan mengarahkan muka ke bapak-bapak berpakaian hansip tersebut, lalu bapak berpakain hansip tersebut berkata “ganggu aja sih lo jon” sambil terlihat seorang wanita berpakain sehari-hari ibu rumah tangga dengan muka geram dan menjewer telinga bapak-bapak berpakaian hansip tersebut lalu terdengar suara dubbing “jadi kesel deh sekampung” dan terdengar suara bapak-bapak berpakaian hansip yang sedang di jewer yang berkata “resee”.

1. Petanda

Si hansip desa yang sedang menggoda “kembang desa” pun tak luput dari blak-blakan si Joni. Dan karena blak-blakannya, istri hansip desa sampai mengetahui kalau suaminya sedang berbuat yang salah.

1. Tanda Denotatif -> Penanda Konotatif

Joni ternyata tetap blak-blakan, termasuk kepada aparat keamanan desa yang mempertontonkan sikap yang kurang tepat. Dimana blak-blakannya berdampak kurang baik terhadap hansip desa karena ketahuan oleh sang istri yang seperti mempunyai insting terhadap kesalahan suami.

4. Petanda Konotatif

Hansip desa pun terkena dampak serius dalam internal keluarga karena sikap blak-blakan si Joni.

5. Tanda Konotatif

Aparat keamanan pun tampak kurang senang kalo ada orang yang blak-blakan.

Mari kita lihat rantai pemaknaan dari scene ini dimana kita akan melihat secara jeli bagaimana menggunakan “ilmu tanda” dalam kehidupan sosial. Memulainya seperti sedang berjalan di dalam lorong gelap tak berujung. Dimana pemaknaan akan selalu muncul untuk mengkaji apakah teks yang tertera adalah sebuah representasidari realitas.

Disini kita akan memperlihatkan bagaimana “konteks” dalam pemaknaan menjadi kata kerja yang menarik. Pada poin 1 (penanda) kita melihatkan bagaimana potret dari konstruk sosial yang sudah biasa coba dikontekstualisasikan dalam kehidupan kampung. Permainan hasrat dalam kehidupan menjadi semacam ritual yang akan selalu menghampiri kita. Seperti wacana perkampungan global (*global village*) yang dapat kita lihat dalam kehidupan seakan ingin menghilangkan sekat-sekat norma dan nilai.

Dan pada poin 2 (petanda), ternyata yang berperan dalam menghilangkan sekat norma ini adalah penegak hokum yang seharusnya berfungsi untuk menjaga stabilitas. Atau mungkin aparat ideology Negara ini memang seharusnya berfungsi untuk mengaburkan tata nilai yang ada dalam masyarakat. Walau akhirnya aparat ideology Negara ini mendapatkan dampak dari kecerobohannya dalam bersikap. Atau bisa kita definikan sebagai tindakan yang tidak memperhatikan “konteks”.

Pada poin 3 (tanda denotative -> penanda konotativ) terjadi pergeseran kuasa. Di ruang public,mungkin aparat ideology Negara bisa mempertontonkan kuasanya. Tetapi kalau terjadi disfungsi, pelaku ini sewaktu-waktu harus mendapatkan sanksi bila ketahuan oleh institusi sosial yang lebih privat dalam hal ini rumah tangga. Sebuah realitas ironi.

Pada poin 4 (petanda konotatif), penegak hokum yang disfungsi mengalami situasi yang terjebak. Ketertarikannya pada fenomena, membuat hasrat menguasai tindakannya. Dan dengan adanya komentar dari stakeholder lain membuat dia sendiri tidak bisa lagi mengendalikan situasi. Dan akhirnya dia harus menerima “takdir” sebagai orang yang didominasi.

Dengan rangkai pemaknaan inilah maka pada poin 5 (tanda konotatif) terlihat dengan jelas bahwa situasi abnormal hadir karena terjadinya disfungsi oleh apparatus ideology Negara. Dengan kata lain bahwa ideology ketika menjalankan penanaman nilai akan mencoba meminimalisir gangguan terhadap alur yang telah dibuat. Sehingga respon yang tidak sesuai dengan alur, akan ditanggapi oleh aparat ideology dengan situasi dingin.

* + 1. **Representasi Makna pada iklan AXIS versi Joni blak-blakan pada scene 5.**

****

****

****

**Gambar 4.5 beberapa adegan Video Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan**

1. Penanda

Daerah persawahan dengan kondisi gelap di malam hari terlihat bapak-bapak berpakaian hansip sambil mencari dengan sentre dan berkata “ngumpet dimana si joni” dengan terlihata banyak nya orang yang sedang berekspresi mencari dengan membawa alat-alat penerang seperti obor,sentre, dan lampu petromak. Terlihat seorang warga yang sedang mencari dan berkata “joni” di salah satu toilet dan terdapat seorang bapak-bapak tua yang sedang gosok gigi sambil duduk, da nada seorang pria juga yang sedang melihat-lihat ke dalam sumur dan berkata “joni”. Dilanjutkan ada dua orang pria di daerah persawahan yang berpakaian hansip yang memegang sentre dan pria berambut panjang dengan tubuh besar dan hitam dengan kumis yang tebal dan membawa obor yang berkata “bang,takut” sambil berekspresi ke wanita-wanitaan, dan bapak-bapak berpakaian hansip tersebut pun berkata “elu lagi sama muka sendiri ga takut” lalu di lanjutkan dengan seorang pria di kandang kerbau berambut ikal dan gondrong yang sedang melihat dan memegang muka kerbau tersebut dengan berkata “joni”. Hingga pada akhirnya bapak-bapak berpakaian hansip berkata “nah,ini dia si joni” dengan menengokan kepala kearah pria berbadan besar dan menunjukan tangannya sambil memegang sentre dan mengarahkan ke dari bawah hingga ke muka seoarang pria dengan memakai palstik berwarna ungu dikepala dan dengan kondisi seperti orang-orangan sawah dan terlihat tangan dari arah pria berbadan besar, berambut gondrong dan berkumis hitam, dan berkulit hitam memakai sarung dililitkan di badan pria tersebut yang sedang menyubit pipi dari pria yang seperti orang-orangan sawah tersebut.

1. Petanda

Karena terlalu sering blak-blakan terhadap seluruh penduduk desa, Joni akhirnya harus merasakan akibat dari perbuatannya selama ini. Semua elemen masyarakat ikut terlibat aktif dalam pencarian. Semua ekspresi masyarakat seolah punya kejengkelan tersendiri terhadap blak-blakan si Joni. Tak kenal ruang dan waktu, semua masyarakat melakukan pencarian ke segenap penjuru kampung. Akhirnya penduduk desa berhasil menemukan si Joni yang sedang bersembunyi ditengah sawah. Joni pura-pura menjadi orang-orangan sawah.

1. Tanda Denotatif -> Penanda Konotatif

Di kampung pun penduduk tidak terlalu suka dengan blak-blakan. Karena banyak masyarakat yang terlanjur jengkel, walaupun bersembunyi akhirnya Joni dapat ditemukan. Dan ekspresi masyarakat pun sangat senang menemukan si Joni yang senang blak-blakan.

1. Petanda Konotatif

Joni, seorang pemuda kampung yang blak-blakan tidak dapat diterima oleh penduduk kampungnya sendiri. Karena sikapnya, akhirnya Joni menjadi musuh bersama buat masyarakat.

1. Tanda Konotatif

Blak-blakan adalah situasi jujur yang spontanitas. Dan itu sangat tidak sesuai dengan sistem di masyarakat kita. Termasuk dikampung sekalipun.

Selanjutnya akan kita lihat scene yang menampilkan situasi yang tidak teratur dikarenakan seseorang yang dianggap “gila” dalam sistem, akhirnya harus mengalami justifikasi atas tindakannya. Mungkin, kita harus berpikir bahwa dalam membangun peradaban, “kegilaan” bukanlah tindakan yang benar. Karena mampu merusak ideology yang sedang dibangun pondasi nilainya.

Kondisi diatas dapat kita lihat pada poin 1 (penanda). Kejengkelan masyarakat memuncak terhadap salah seorang yang bisa dikategorikan sebagai “oknum” dalam masyarakat yang disorder. Saking terbawa kondisi psikologis, alat-alat kehidupan sehari-hari pun ikut hadir membantu mencari pembuat onar. Situasi ini adalah contoh bagaimana masyarakat yang akan selalu menang dalam membangun sebuah nilai. Individu tidak mempunyai peranan penting dalam membangun nilai ini. Situasi ini mirip dengan definisi masyarakat pada pahaman positivistic.

Pada poin 2 (petanda), individu memang selalu tidak berdaya ketika vis a vis dengan masyarakat. Termasuk ketika dia sedang menjalankan apa yang sedang diyakininya. Keyakinan itu akhirnya tunduk pada sistem sosial berlaku. Bahkan, keyekinan itu berubah menjadi sanksi yang harus diterima oleh individu. Gerak dunia memang sangat acak sehingga sesuatu yang terkadang benar, tetapi bila berhadapan dengan narasi dominan akan dianggap sebagai ajaran yang menyimpang.

Pada poin 3 (tanda denotative-> penanda konotatif) adalah keberhasilan masyarakat dalam merekayasa nilai berhadapan dengan ketakutan individu yang terjebak dengan keyakinannya sendiri. Walau mungkin niat si Joni adalah baik (menurutnya) tapi semua sudar terlanjur. Joni yang mengalami depresi akhirnya ditemukan oleh masyarakat yang seolah-olah mendapatkan musuh bersama. Ekspresi kegembiraan masyarakat adalah penegasan bahwa nilai adalah permainan consensus. Nilai kadang disempitkan maknanya hanya karena ketidakcocokan dengan budaya setempat. Kebiasaan inilah yang cenderung dirawat dan dipelihara dalam masyarakat.

Pada poin 4 (petanda konotatif), ketidakberdayaan individu dalam menghadapi arus dan tekanan masyarakat membuat individu terpaksa mengkanalisasi ketakutan dengan cara bersembunyi. Walau akhirnya ketahuan, tapi tidak ada cara lain untuk menghadapinya. Padahal kalau mau ditelaah, sikap si Joni selama ini adalah sebagai pengingat terhadap masyarakat. Agar masyarakat tidak berada pada ruang dan waktu yang berbahaya hanya karena mengikuti ego-diri. Tapi ternyata narasi peradaban yang dominan kampung tersebut memaksa Joni untuk siap menerima sanksi atas sikapnya.

Pada poin 5 (tanda konotatif), tautan makna yang sedang dipermainkan sebenarnya adalah contoh ketidakjernihan masyarakat dalam berpikir sebelum melakukan tindakan. Sikap blak-blakan (kejujuran yang spontanitas) seolah menjadi monster yang menyeramkan buat masyarakat. Ideologi ini hadir karena adanya representasi mental yang bekerja sama dalam masyarakat untuk menolak sikap jujur. Atau bisa dikategorikan bahwa sikap menolak blak-blakan karena adanya eksistensi masyarakat yang terancam stabilitasnya.

* + 1. **Representasi Makna pada iklan AXIS versi Joni blak-blakan pada scene 6**

****

****

****

****

**Gambar 4.6 beberapa adegan Video Iklan Axis Versi Joni Blak-blakan**

1. Penanda

Seorang bapak berpakaian hansip berbalik badan sambil berkata “panggil semua warga pakai axis yang paling hemat” dengan menunjuk tangan kanan yang terdapat handphone, lalu bapak-bapak berpakaian hansip dan pria berbadan besar, berkumis tebal, berambut gondrong dan berkulit hitam yang memegang obor dan sarung di badannya sambil memegang handphone ditelinga dan berkata lantang dan tegas “halo,joni udah ketemu ni”. Lalu terlihat seorang pria yang mencari di toilet pun sambil memegang handphone dan berekspresi senang dan disiram oleh air oleh bapak-bapak tua yang sedang gosok gigi dan terdengan suara dubbing dan tulisan pada gambar “NELPON ke operator lain Rp.390 /menit dan gratis nelpon sepuasnya ke semua AXiS (sambil tergambarkan pria di sumur yang sedang berekspresi senang), gratis sms sepuasnya ke semua operator (tervisualkan seorang pria berambut ikal dan gondrong yang sedang tersenyum labar dengan kondisi gigi yang ompong dikandang kerbau)”.

1. Petanda

Akhirnya pak hansip yang sangat senang menemukan Joni, memberikan komando agar semua warga dipanggil biar bisa berkumpul. Semua warga dipanggil dengan mmenganjurkan memakai kartu AXIS, karena kartu itu yang paling hemat. Nelpon ke operator lain yang paling murah, nelpon ke sesama operator gratis pada waktu malam hari, dan gratis sms sepuasnya ke semua operator. Setelah masyarakat terkumpul, masyarakat pun mengarak Joni keliling kampung.

1. Tanda Denotatif -> Penanda Konotatif

Setelah menemukan Joni, semua warga kampung akhirnya dipanggil pakai kartu Axis karena paling murah. Keunggulan produk AXIS banyak. Dan semua orang yang kurang senang dengan blak-blakan, mengarak Joni keliling kampung.

1. Petanda Konotatif

Pesan terselubungnya adalah Axis adalah kartu telepon yang mampu menghubungi semua masyarakat karena hemat dan mempunyai banyak kelebihan.

1. Tanda Konotatif

Belilah barang yang mampu berhemat.

Ini adalah scene terakhir. Scene yang sudah mengintegrasikan ideology pasar. Kampanye produk semakin tegas pada scene ini. Keunggulan produk sangat ditonjolkan. Seolah-olah bahwa cerita sebelumnya tentang Joni blak-blakan harus berakhir dengan cerita tentang produk. Kemenangan warga kampung dirayakan karena keberhasilan mereka mendapatkan si Joni. Semua warga kampung seakan ceria dan mengeluarkan ekspresinya dengan mengarak si Joni keliling kampung. Itu bisa kita lihat pada poin 1 (penanda)

Pada poin 2 (petanda) dimana akhirnya pak hansip yang menemukan Joni mensosialisasikan keberhasilannya dengan memberikan komando kepada rekan-rekannya untuk memanggil semua warga dengan Axis. Seolah Axis adalah jalan keluar. Kelebihan-kelebihan Axis seperti menjadi alasan pak hansip dan rekan-rekannya agar menggunakan produk ini. Setelah semua masyarakat terkumpul karena “bantuan” Axis barulah Joni diarak keliling kampung.

Pada poin 3 (tanda denotative -> penanda konotatif) disini dijelaskan bagaimana keseluruhan scene ditutup sementara dengan menonjolkan produk Axis sebagai akhir dari cerita Joni blak-blakan. Ketergantungan warga kampung terhadap produk Axis menjadi penegasan dalam scene ini. Seolah bahwa cerita ini intinya ada pada produk Axis. Kelebihan produk Axis menjadi penjelas terhadap keseluruhan cerita. Bahkan secara implicit Nampak bahwa produk Axis tidak suka dengan sikap blak-blakan. Dan Axis menjadi jalan keluar untuk menahan arus blak-blakan yang sedang menjadi narasi dikampung tersebut

Pada poin 4 (petanda konotatif) ingin memberikan kabar bahwa pesan terselubung dari scene ini adalah kelebihan produk Axis. Bahkan mungkin bukan lagi terselubung, tapi secara gamblang produk Axis dikonversikan sebagai “juru selamat” dalam menyelesaikan masalah blak-blakan yang ada di kampung tersebut. Realitas digiring kepada pemaknaan tunggal terhadap produk Axis. Dan semua realitas pemaknaan pada scene-scene sebelumnya harus dipaksa takluk terhadap nilai baru yang bernama Axis.

Pada poin 5 (tanda konotatif) inilah kemenangan produk pasar terhadap sikap blak-blakan. Axis adalah representasi produk seluler yang mampu berhemat. Pikiran bawah sadar seakan tercekoki dengan kalimat “Aku ber-Axis maka aku hemat”.

* 1. **Bentuk visual, kata – kata, bunyi – bunyian, warna, text, maupun lambang dalam video iklan Axis versi joni blak-blakan.**

**4.2.1 Kata-kata dalam iklan Axis**

Scene 1.

Tertulis Joni Blak-blak dan bersuara ternyata jadi blak-blakan itu ga mudah.

Scene 2.

Awal nya gua ketemu seseorang. Joni kamu ditadirkan untuk selalu blak-blakan.Pak, ada upil.

Scene 3.

Sampai sekarang pun’ gue terus blak-blakan. Ya Allah,berikan saya rumah besar dan mobil mewah. Jangan hanya berdo’a aja pak!! Usahaa.

Scene 4.

Hhmm, ihiww, hay, darling. Pak,mata tuh buat istri bukan yang lain. Ganggu aja sih lo jon. jadi kesel deh sekampung. Ressee.

Scene 5.

Ngumpet dimana si lo jon?. Joni. Joni. Joni. Bang,,takutt, Ahh lo lagi, sama muka sendiri aja ga takut lo. Nahh,ini dia si joni.

Scene 6.

Panggil semua warga! Pakai Axis yang paling Hemat. halo,Joni udah ketemu. NELPON ke operator lain Rp.390 /menit dan gratis nelpon sepuasnya ke semua AXiS. Gratis sms sepuasnya ke semua operator.

**4.2.2 Bentuk visual, bunyi – bunyian, warna, text, maupun lambang dalam video iklan Axis versi joni blak-blakan.**

Scene 1.

Alat panah, kerbau, motor, gayung mandi, komoceng, dan alat-alat keseharian lainnya yang dibawa warga dalam mengejar pria muda yang dileher nya terlilit oleh tambang dengan suara gemuruh dan dilanjutkan dengan adegan mundur yang dibarengi suara kaset di putar.

Scene 2.

Langit yang senja di tanah lapang dengan pohon yang berdiri 1 dan anak kecil dengan baju singlet, celana pendek, dan peci berwarna ungu sambil menendang bola . Menangkap dan memegang bola berjuba hitam dan bertopi bulat hitam dengan kumis yang berwarna putih. Anak kecil tersebut menunjuk kearah bagian kepala orang berjuba hitam tersebut dan pria tersebut memegang hidungnya dengan tangan kanannya dan mengelap tangan kanannya tersebut di bola lalu memberi kembali bola kepada anak kecil tersebut.

Scene 3.

Di ruangan mushola berbadan gemuk berpakain baju muslim berwarna hitam dan peci berwarna hitam yang berlumuran sarang laba-laba sambil mengangkat kedua tangan se-dada. Pria berbaju muslim yang berwarna putih dan memakai peci warna ungu sambil menarik sehelai sarang laba-laba di pria berbadan gemuk tersebut sambil melotot dan melirik kesebelah kanannya.

Scene 4.

Dua wanita cantik berjalan di jalan desa dan pria berbaju hansip mengelus alis, ke jenggot, dan rambut sambil duduk di tembok rumah . Datang pria berpakain kemeja kotak-kotak berwarna putih dan berpeci warna ungu dan suara berkicau burung. Seorang wanita dating dan menjewer pria berbaju hansip tersebut dan pria berpeci ungu tersebut pun berjalan kembali.

Scene 5.

Pria berbaju hansip yang memegang sentre, dan pria berkulit hitam, berbadan tinggi besar, kumis tebal, rambut gondrong, memakai sarung di badan, dan membawa obor dengan tangan menggulai di daerah persawahan. Seorang yang sedang mengintip-ngintip di toilet warga yang sedang menggosok gigi, seseorang yang sedang mengarah dan melihat ke dalam sumur, seseorang berambut ikal memgang kepala kerbau. Pria berpakaian hansip dengan menyenterkan dan menunjuk kearah seorang pria yang sedang berdiri dan berpakain layaknya orang-orangan sawah dengan celana rimbe-rimbe berwarna ungu dan memakai plastic ungu di kepala.

Scene 6.

Pria berbaju hansip yang menunjukan tangan kanannya yang memegang handphone, lalu pria berbaju hansip dan pria berkulit hitam dengan tubuh tinggi besar dan kumis tebal sedang memegang handphone dengan posisi di kuping. Pria di toilet yang sedang gosok gigi menyiramkan air kearah pria yang sedang mengintip-ngintip dengan ekspresi senang dan memegang handphone di posisi kuping, pria di sumur dengan memegang handphone dan tersenyum lebar, begitu pula pria berambut ikal dikandang kerbau yang sedang memegang handphone dengan posisi di kuping sambil tersenyum lebar dengan gigi yang ompong. Rombongan warga di daerah persawahan terliahat sedang mengarak seseorang yang tadi seperti orang-orangan sawah.

**4.2.3 Analisis**

Sebagai sebuah bahasa komunikasi, iklan mempunyai struktur bahasa nya sendiri (language structure). Penipuan yang sering di tuduhkan kepada iklan-bagaimanapun-harus di sampaikan lewat bahasa. Iklan menipu lewat bahasa. Secara structural iklan terdiri dari tanda-tanda (signs), yaitu unsur terkecil bahasa yang terdiri dari penanda (signifier), yaitu sesuatu yang bersifat materi dan gambar, foto, atau ilustrasi, dan petanda, yaitu konsep (signified) atau makna (meaning) yang ada di balik penanda tersebut, yang di gunakan untuk melukiskan realitas atau, sebaliknya, memalsukan realitas. Dalam iklan Axis versi Joni blak-blakan, struktur tanda yang dipemainkan adalah penolakan terhadap sebuah nilai yang sering menjadi penghambat buat penduduk yaitu blak-blakan. Blak-blakan ini menjadi semacam penyakit yang ditakuti dalam masyarakat. Seolah bahwa kejujuran yang spontanitas (blak-blakan) adalah kondisi ketidaknormalan masyarakat. Walau *stereotype* ini telah melekat, tapi adalah seorang penduduk yang sejak kecil mendapatkan takdir blak-blakan. Takdirnya ini membuat si Joni menjadi “musuh bersama” dalam masyarakat. Tapi yang membingungkan adalah produk Axis tiba-tiba hadir sebagai jalan keluar. Seolah Axis adalah jalan keluar dari masalah dalam menghilangkan penyakit masyarakat. Dan memang seolah iklan ini dibuat bahwa harapan kebenaran masyarakat yang menonton akan berujung pada rantai pemaknaan tentang produk Axis.

Iklan terdiri dari tiga elemen tanda, yaitu gambar objek atau produk yang di iklankan (*object)*, gambar benda-benda di sekitar objek yang memberikan konteks pada objek tersebut *(context*), serta tulisan atau teks *(text)*, yang memberikan keterangan tertulis, yang satu sama lainnya saling mengisi dalam menciptakan ide, gagasan, konsep atau makna sebuah iklan. Selain itu, iklan mempunyai tingkatan-tingkatan makna yang kompleks, mulai dari makna yang eksplisit, yaitu makna berdasarkan apa yang tampak *(denotative*), serta makna lebih mendalam, yang berkaitan dengan pemahaman-pemahaman ideologi dan cultural (*connotative*). Sebagai sebuah kombinasi antara gambar (*image*) dan teks, iklan jelas menghasilkan sebuah informasi, yaitu berupa representasi pengetahuan (*knowledge*) tertentu, yang di sampaikan lewat mediasi elemen-elemen tanda sebuah iklan dikaitkan dengan realitas (*reality*), yaitu dunia kenyataan diluar iklan (didalam masyarakat yang kongkrit), maka sebuah iklan dapat menjadi mirror of reality, yaitu refleksi dari sebuah realitas yang palsu (*false*) atau menyesatkan (*deceptive*). Kalau kita lihat dalam iklan Axis versi Joni blak-blakan penjelasan tentang masyarakat seluruh kampung direpresentasikan alat-alat kebutuhan sehari-hari seperti gayung, sapu, komoceng yang dibawa saat mengejar-ngejar Joni. Elemen tanda lain yang dimasukkan untuk menegaskan bahwa yang dipotret adalah situasi kampung memunculkan langit senja di tanah lapang dengan latar pegununungan. Selain itu untuk mensimbolkan bahwa semua elemen kebudayaan dimasukkan dalam iklan ini, mushalla, gadis kampung, dan pria berbaju hansip pun tidak luput dari pemunculan ini. Agar representasi makna terarah pada ketidaksukaan masyarakat kampung pada seorang yang blak-blakan. Akhirnya ketidaksukaan ini berubah menjadi penilaian dan pemberian sikap dalam hal ini sanksi. Peci warna ungu dan baju warna putih yang dipakai oleh sang korban menjadi jembatan penghubung dalam rekam jejak sebelum memunculkan produk. Akhirnya muncullah kesesuaian antara warna ungu dan putih yang selalu terulang, dengan produk Axis yang menggunakan warna ungu dan putih sebagai dominan warna kemasan produknya. Dimana akhir dari kebenaran cerita ini sebenarnya hanyalah produk kartu telepon. Sikap blak-blakan akhirnya harus tertutupi oleh produk Axis yang berideologi pasar.

* 1. **Konstruksi sosial realitas dalam iklan Axis versi Joni blak-blakan.**

Sebuah fenomena dimana sikap kejujuran yang saat ini sudah menjadi hal yang mahal dan menjadi mala petaka bagi orang yang jujur tersebut, Terlihat dalam Video iklan Axis versi blak-blakan ini seseorang yang selalu berkata jujur tetapi nyata nya malah meninggalkan sebuah feedback negative dari lingkungan kehidupan pria jujur tersebut dengan karakter yang blak-blakan. Mala petaka terjadi terhadap pria yang sebagai joni dengan kejujurannya yang berkarakter blak-blakan menimbulkan sebuah fenomena dimana joni menjadi bulan-bulanan warga sekampung yang kesal karena sikap blak-blakan joni yang dianggap sebuah keburukan bagi masyarakat kampung dalam setiap perkataan joni yang dilontarkan dengan blak-blakan nya. Keburukan yang dirasakan warga atas setiap perkataan joni yang di lontarkan terhadap lingkungan kampung terlihat dengan banyak nya sikap yang di keluarkan warga dengan berekspresi geram akan karakter joni yang blak-blakan.

Di dalam masyarakat consumer dewasa ini, memproduksi sebuah produk tidak dapat lagi menjadi sebuah proses yang berdiri sendiri. Memproduksi sebuah produk harus diiringi dengan memproduksi tontonan yang mengiringi produk tersebut. Iklan adalah salah satu media tontonan tersebut, yang di dalamnya produk diciptakan sebagai sebuah rangkaian tontonan yang diisi dengan berbagai tanda, citra dan makna. Iklan adalah sebuah tontonan yang mengiringi sebuah produk, yang menawarkan citra-citra sebagai acuan nilai dan moral masyarakat (baik/buruk, benar/salah). Padahal, citra-citra tersebut, sebagaimana yang dikatakan haug, sesungguhnya adalah rangkaian ilusi-ilusi yang di suntikan pada sebuah komoditi, dalam rangka mengendalikan konsumer, seperti sebuah suntikan bius. Konsumer, dengan demikian, menjadi konsumer ilusi (*consumer of illusion*), yaitu konsumer yang membeli ilusi ketimbang barang, yang mengkonsumsi relasi sosial (status,*prestise*) ketimbang fungsi produk. Salah satu bentuk ilusi yang sering di eksploitasi didalam iklan adalah ilusi-ilusi yang berasal dari penggunaan tubuh (*libidinal power*). Tubuh- dan potensi sensualitasnya-dijadikan sebagai sebuah elemen tontonan dalam rangka menarik perhatian konsumer pada pandangan pertama.

Iklan adalah sebuah sistem tontonan yang utama didalam sistem produksi-konsumsi masyarakat konsumer. Iklan merumuskan citra sebuah produk, dan hubungan sosial dibaliknya (status, prestise, kelas sosial). Iklan menciptakan ilusi-ilusi tentang sensualitas, kehidupan selebritis, gaya hidup ekslusif, gaya hidup Hollywood, gaya hidup bebas, kehidupan petualang, manusia pemberani, kota legenda, hunian bergaya western, dan sebagainya, dibalik sebuah komoditi. Ilusi-ilusi ini kemudian diberikan wadahnya didalam apa yang di sebut sebagai ruang gaya hidup (*the space of life style*). Iklan, dengan demikian, menjadi bagian yang tak terpisahkan dari penciptaan gaya hidup (*life style*). Iklan menjadi perumus gaya hidup. Gaya hidup dapat dijelaskan sebagai ppola penggunaan waktu, ruang, uang dan barang karakteristik sebuah kelompok masyarakat. Pola-pola tersebut dimuati dengan tanda dan makna simbolik tertentu, yang menciptakan perbedaan (*difference*) antara satu kelompok dengan kelompok yang lain nya. Konsumsi, dalam hal ini, menjadi semacam teater sosial, yang didalam nya para aktor (*consumer*) memainkan peran tertentu (gaya hidup) diatas sebuah panggung sosial (mall, ruang, pesta, tempat liburan), dengan berbagai tema cerita yang dimainkan (fantasi Hollywood, kota legenda, mitos Madonna). Iklan berperan dalam menaturalisasikan tema-tema tersebut. Iklan mengkonstruksi masyarakat consumer menjadi kelompok-kelompok gaya hidup, yang pola kehidupan mereka diatur berdasarkan tema, citra dan makna simbolik tertentu. Setiap kelompok gaya hidup menciptakan ruang sosial (*sosial space*), yang didalamnya gaya hidup dikonstruksi. Pierre bourdieu menggunakan istilah habitus untuk menjelaskan semacam kebiasaan (*habit*) yang berkembang didalam setiap kelompok gaya hidup, yang menyebabkan seorang anggota kelompok gaya hidup tertentu lebih memilih hard rock café sebagai bagian budaya makan-nya, ketimbang R.M. ponyo; lebih memilih belanja di sogo ketimbang pasar ular. Ruang sosial masyarakat consumer diisi oleh kombinasi antara media, citra, dan tempat belanja (*mall*), yang secara bersama-sama membentuk gaya hidup konsumerisme (*consumerism*). Ruang konsumsi dicirikan oleh pengkombinasian elemen-elemen gaya hidup dengan cara yang baru, yang didalamnya disatukan berbagai kegiatan waktu senggang (*leisure*), kesenangan, permainan, hiburan, dan konsumsi.

Ruang konsumsi menjadi ssebuah tempat setiap orang mengembangkan berbagai perilaku consumer (*consumer behavior*) dan berbagai kebiasaan cultural (*habit*) yang kompleks. Ruang konsumsi menjadi sebuah ajang eksperimental sosial, perubahan tingkah laku, pembentukan watak sosial, penciptaan konsep diri (self), pergantian berbagai identitas, sehingga menjadikannya seperti sebuah teater kehidupan. Ruang konsumsi lalu menjadi sebuah ajang dari apa yang dikatakan oleh Mikhail Bakhtin sebagai *carnivalism,* yaitu sebuah ajang permainan tanda, permainan gaya, dan permainan makna.

Ruang konsumsi adalah sebuah ruang tempat terjadinya permainan tanda dan perang tanda (*war of sign*) yang tidak ada akhirnya, diantara berbagai kelompok gaya hidup. Perang tanda tersebut menciptakan sebuah kondisi terperangkapnya konsumer di dalam keharusan perubahan dan perbedaan tanda yang tidak ada hentinya. Konsumer kemudian digiring untuk belanja gaya hidup *(life style shopping*) yang dirumuskan oleh sebuah iklan dan barang, ketimbang belanja fungsi sebuah barang. Gaya hidup mengkondisikan setiap orang untuk membeli ilusi-ilusi tentang status, kelas, posisi sosial, *prestise*, yang dikomunikasikan secara intensif lewat iklan-iklan gaya hidup.

Sebagai sebuah penegasan atas kerja iklan sebagai ideoligi, Axis versi Joni blak-blakan mencoba memindahkan alur cerita yang awalnya tentang sikap blak-blakan yang tiba-tiba berubah menjadi produk Axis. Atau bisa jadi iklan ini membuat pemaknaan baru bahwa sikap blak-blakan itu adalah sesuatu yang tidak baik dalam masyarakat. Yang baik hanyalah produk Axis. Marjinalisasi terhadap sikap blak-blakan adalah konstruksi sosial yang dibuat untuk menjadi pengantar cerita yang disajikan untuk mendekonstruksi bagi para khalayak yang mengikuti iklan karena cerita tersebut untuk menuju kepentingan iklan Axis versi joni blak-blakan ini sendiri yang berideologikan pasar, yaitu mengkonsumsi produk Axis. Atau dengan kata lain untuk membasmi penyakit blak-blakan, produk Axis adalah solusinya.

**4.4 Wawancara**

**4.4.1 Wawancara masyarakat**

**( \* )** Apakah anda pernah atau sering menonton atau melihat iklan Axis Versi Joni Blak-blakan?

**( # )** iklan kartu perdana Axis??yang blak-blakan dimusuhi orang sekampung itu?oh iya saya taahu.

**( \* )** Apakah yang anda dapat pahami atas pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut?

**( # )** hehe (sambil tertawa) iklan tersebut pada dasarnya sangat lucu karena ulah dari si joni nya tersebut yang sering mengeluarkan kata-kata yang membuat geli kepada setiap yang melihatnya. Jadi joni itu pergi dan salah satu warga melihat si joni,lalu si warga tersebut menghubungi teman-teman nya dengan memakai telpon sesuai dengan iklan untuk telpon tersebut dan saya suka dengan suasana tempat tersebut.

**( \* )** Apa tanggapan anda mengenai iklan ini? Apakah menarik perhatian masyarakat atau anda pribadi?

**( # )** kalau saya sendiri tidak menarik, karena yang namanya iklan itu kan banyak nya menipu, ketentuan dan syarat dari iklan tersebut saya sendiri tidak tahu apakah sesuai dengan promo iklan tersebut.

**( \* )** Apa menurut anda mengenai setiap pemeran dalam iklan tersebut?

**( # )** Pemerannya tidak terlalu saya kenal, paling saya hanya tahu si mucle seorang hansip kampung tersebut.

**( \* )** Apakah karakter yang dimainkan setiap peran nya sesuai dengan pemeran iklan tersebut?

**( # )** Cocok cocok aja sih mengenai pemerannya.

**( \* )** Apa menurut anda dalam sikap joni yang blak-blakan tersebut wajar atas sikap warga yang marah dengan Joni?

**( # )** Kalau menurut saya sih sikap joni wajar, seperti ada yang berdoa terus gini gitu yang meminta mobil, rumah, kalau tidak dibarengi usaha memang tidak dapat terwujud. Tinggal masyarakatnya saja yang menyikapi kata-kata joni baik atau nggak nya.

***Keterangan*** *:*

*wawancara dilakukan pada tanggal 2 oktober 2011 pukul 13.00 WIB*

***( \* )*** *Untuk pewawancara (peneliti)*  ***( # )*** *Untuk nara sumber wawancara ( Ubay)*

Wawancara diatas dilakukan agar mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat terhadap iklan axis versi Joni blak-blakan. Setelah wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa adegan – adegan yang memperlihatkan kegiatan blak-blakan itu hanya merupakan daya tarik saja dalam iklan ini. Nara sumber yang beranggapan bahwa iklan axis versi joni blak-blakan adegan – adegannya lucu, namun mereka kurang dapat memaknai apa yang disampaikan oleh iklan tersebut, mereka hanya mengetahui bahwa axis itu hanya sekedar ingin mempromokan produknya dengan adegan-adegan lucu yang ingin menarik perhatian masyarakat. Hal ini dikarenakan adanya kata – kata yang diucapkan pada setiap adegannya berupa kata-kata lucu dengan karakter blak-blakan, yang dianalogikan dalam sebuah adegan. Promo yang ditawarkan oleh produk dapat menarik perhatian sebagian orang untuk menggunakannya, namun untuk mencoba produk tersebut masyarakat cenderung membandingkan dengan produk provider lain yang telah menawarkan hal yang sama. Terkadang masyarakat yang menyaksikan sebuah iklan beranggapan, bahwa iklan tersebut menawarkan kebohongan belaka dan tidak benar adanya. Untuk itu dalam pembuatan sebuah iklan harus mampu memberikan informasi yang sesuai dengan keunggulan sebuah produk, jangan hanya karena ingin meraih hati dimasyarakat maka memberikan informasi palsu kepada masyarakat tersebut. Hal ini tentu akan merugikan produk itu sendiri, yang terkadang membuat orang lain tidak percaya lagi pada iklan selanjutnya.

**4.4.2 Wawancara Mahasiswa**

**( \* )** Apakah anda pernah atau sering menonton atau melihat iklan Axis Versi Joni Blak-blakan?

**( # )** Iya tau,tapi kurang begitu detail sudah agak lupa ki. Ada video nya buat di lihat dulu?

*( pemutaran video iklan Axis versi joni blak-blakan pun dilakukan)*

 **( \* )** Apakah yang anda dapat pahami atas pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut?

**( # )** Pada intinya iklan untuk menawarkan produk yang di tawarkan, sama dengan iklan produk yang lain iklan ini sangat detail menjelaskan tawaran produknya di akhir video yang memancing penonton dengan awalnya memberikan sebuah cerita yang mungkin terjadi di kehidupan sehari-hari yang dimana joni sebagai sebuah pusat perhatian yang di sajikan untuk penonton dengan karakter blak-blakan dan celetukan-celetukan konyol tapi mempunyai nilai positif dalam setiap pesan nya. Ditambah dengan sebuah visualisasi warna yang mendominasi berhubungan dengan produk axis ini sendiri, dengan suasana natural yang sering kita temukan di Indonesia. Seperti itu paling sih ki, tapi proses cerita yang diberikan saya akui membuat menarik perhatian bagi yang melihatnya agar tetap menyaksikan hingga akhir cerita iklan ini.

 **( \* )** Apa tanggapan anda mengenai iklan ini? Apakah menarik perhatian masyarakat atau anda pribadi untuk menggunakan produknya?

**( # )** Kaya nya ga ki, soalnya males ngabarin lagi ke temen-temen gw kalau ganti nomor. Hehehe (sambil tertawa)

**( \* )** Apa menurut anda mengenai setiap pemeran dalam iklan tersebut?

**( # )** artis-artis nya sih memang bukan artis-artis papan atas x ya kalo bahasanya acara gossip.hehe tapi para pemainnya sudah cukup dalam masuk ke peran nya masing-masing.

**( \* )** Apakah karakter yang dimainkan setiap peran nya sesuai dengan pemeran iklan tersebut?

**( # )** Sesuai sih berbicara kesempatan.hehe kalo seandainya lo yang jadi joni blak-blakan nya juga pasti sesuai-sesuai aja ki namanya juga peranan komersil pasti pemeran nya pun bakal se optimal mungkin buat ngebentuk karakter peran nya masing-masing.

**( \* )** Apa menurut anda dalam sikap joni yang blak-blakan tersebut wajar atas sikap warga yang marah dengan Joni?

**( # )** Wajar-wajar aja sih, soalnya orang-orang yang marah juga teridentifikasi sebagai masyarakat yang mempunyai ekonomi menengah kebawah ya ga di munafikan nilai sensitive pun timbul dalam beberapa scene di iklan ini.hehehe itu kalau menurut gw ki.

**( \* )** Apa pendapat anda dalam keseluruhan video ini di lihat dari sisi anda sebagai mahasiswa fakultas seni “cinematografi”?

**( # )** Gua sendiri sih tertarik sama jargon blak-blakan nya, menurut gw ini creative dalam mengangkat tema cerita nya. Kata-kata blak-blakan merupakan kata-kata yang ga asing di denger tetapi pembuat iklan ini mampu mengeksplorkan beberapa adegan yang membuat menarik dan nggak ngejenuhin buat penonton yang lihat. Kalau dari sisi visual yang ditampilin dalam video ini sangat terkonsep untuk menembus inti promo iklan nya sehingga orang-orang yang melihat cukup terpaku buat ngebahas di pergaulan sehari-hari kehidupan sehingga membawa opini secara ga langsung menaikan tingkat keberhasilan dalam tanda kutip banyak yang menyaksikan tetapi belum tentu dalam pembelian produknya. Warna yang mendominasi video ini pun selalu terhubungkan dengan produk nya, ya pokoknya bisa ajalah nih yang buat iklan buat muasin perusahaan Axis ini sendiri.

***Keterangan*** *:*

 *wawancara dilakukan pada tanggal 2 oktober 2011 pukul 19.00 WIB di setia budi Bandung.*

***( \* )*** *Untuk pewawancara (peneliti)*  ***( # )*** *Untuk nara sumber wawancara (Dhani Ramadhan)*

Proses wawancara terhadap mahasiswa dilakukan untuk mengetahui seperti apa yang terjadi dalam pemikiran mahasiswa terhadap iklan axis versi joni blak-blakan ini, mahasiswa berpikir iklan ya iklan dalam artian kita dapat menikmati cerita pesan yang disampaikan dari iklan ini tetapi bukan berarti tertarik untuk menggunakan produk nya sendiri. Mahasiswa lebih tertarik dalam cerita yang di kemas dalam iklan axis versi joni blak-blakan tersebut karena jargon blak-blakan yang membuat membawa masuk untuk ke dalam kehidupan sehar-hari nya atau dalam pergaulan nya untuk menjadi sebuah trend yang mengambil dari sisi ke unikan dan kelucuan dalam karakteristik cerita joni blak-blakan tersebut dan pada dasar nya mahasiswa lebih terbuka dalam berfikir antara memisahkan cerita dengan promo produk axis ini sendiri. Visualisasi dan pesan dari cerita joni blak-blakan ini yang mampu membuat penontonnya menyaksikan iklan ini dengan nyaman karena ada pada akhir cerita nya saja promo produk iklan tersebut sehingga pada awal cerita tak membuat penonton muak akan embel-embel dari promo iklan ini tetapi lebih menikmati percakapan dan cerita dari iklan axis versi joni blak-blakan.

**4.4.3 Wawancara Pakar Semiotika**

( \* ) Bagaimana menurut bapak mengenai pesan dan hubungan analisis semiotika terhadap video iklan Axis versi Joni Blak-blakan dalam iklan ini secara keseluruhan pak?

( # ) Jadi, pengertian iklan disini yakni menghubungkan antara pesan yang disampaikan dalam blak-blakan dengan kepentingan promo dari iklan Axis tersebut. Jadi, dia bermula-mula menggunakan konotasi untuk membawa khalayak secara konotatif untuk menuju denotatif yang dimana menjadi sebuah tujuan dalam promosi produk iklan Axis ini yang ingin di pasarkan ke dalam khalayak semata.

***Keterangan*** *:*

 *wawancara dilakukan pada tanggal 06 oktober 2011 pukul 16.00 WIB di Kampus Fisip Unpas Bandung.*

***( \* )*** *Untuk pewawancara (peneliti)*  ***( # )*** *Untuk nara sumber wawancara (Dr. Asep Saefudin)*

Proses wawancara terhadap Pakar semiotika dalam wawancara di atas untuk mengetahui apa yang tejadi dalam pemikiran Pakar semiotika dalam iklan axis versi joni blak-blakan tersebut, dalam hasil wawancara ini pakar menyatakan sebuah penyajian cerita yang di jadikan sebagai pemikat dalam sebuah promosi iklan tersebut yang membawa khalayak untuk masuk ke dalam cerita tersebut yang pada akhir cerita tersebut masuk ke dalam inti dari promosi iklan Axis versi joni blak-blakan dalam masuk ke dalam ideology pasar nya.

Hasil wawanacara ini guna memberikan refrensi pandangan dari representasi golongan yaitu masyarakat, mahasiswa, dan pakar semiotika yang menjadi sasaran representasi wawancara bagi peneliti. Sebelumnya dari apa yang sudah diberikan pandangan dari representasi masyarakat, mahasiswa, dan pakar semiotika merupakan menjadi modal keyakinan dari peneliti untuk meyakini subyektifitas penelitian Analisis semiotika versi joni blak-blakan. Hasil wawancara pun tak banyak perbedaan dari hasil analisi peneliti yang dimana iklan Axis versi Joni blak-blakan lebih memancing masyarakat untuk tertarik dalam cerita denotative yang dibangun dalam iklan Axis versi Joni blak-blakan dan ketika pada rasa penasarannya khalayak dalam mengikuti proses cerita iklan lalu muncul konotatif yang dimana Axis datang secara tiba-tiba dari cerita tersebut dan mitos yang muncul yang sebagai Axis ini membungkam rasa penasaran khalayak atas cerita blak-blakan yang telah di sajikan pada awal-awal cerita, sehingga khalayak masuk ke dalam pesan yang berideologikan pasar ini dari produk Axis yang muncul dari ada nya permasalahan komunikasi si joni yang di anggap menjadi sebuah musuh bersama oleh masyarakat kampung yang sehingga Axis muncul dalam penyelesaian masalah dari fenomena blak-blakan di kampung tersebut dengan penekanan pesan yakni memakai Axis adalah pola hidup hemat yang coba diterapkan ke dalam pasar untuk melakukan pola hidup hemat di tengah-tengah kehidupan masyarakat Indonesia yang tergolong dalam budaya untuk hidup hemat. Bentrokan budaya masyarakat dan fenomena hemat Axis diketemukan sebagai proses pemahaman pasar yang dituju oleh Axis agar masuk dalam target pasarnya.