

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi telah memungkinkan berbagai macam bentuk media alternatif dari hasil konvergensi media, salah satunya adalah *web television series* atau lebih dikenal dengan istilah *web series*. *Web series* adalah bentuk tayangan program serial seperti serial televisi namun distribusinya berbasis *website*, baik melalui *website* dari sang produsen tersendiri atau melalui *website* berbasis konten video seperti YouTube. *Web series* pada dasarnya merupakan konten digital berbasis teknologi internet yang memiliki potensi viral atau persebaran yang luas, cepat, dan mudah sehingga memiliki kekuatan distribusi yang masif bagi sang produsen dan akses tak terbatas waktu dan tempat bagi audiens.

Perkembangan *web series* di Indonesia berjalan seiring dengan kemunculan para pembuat video yang mulai memanfaatkan *website* dan YouTube untuk menyiarkan karya mereka ke publik. Popularitas *web series* di Indonesia semakin meningkat seiring dengan variasi *genre* yang beredar dan dianggap sebagai hiburan alternatif dari televisi yang menjadi media arus utama. Karakter digital yang dimiliki *web series* tidak hanya memungkinkan persebarannya terintegrasi dengan media sosial *online* baik blog maupun jejaring sosial populer, namun juga keterkaitan kontennya.

Web series Indonesia yang tersebar pada umumnya bersifat hiburan karena berangkat dari naskah fiksional atau informatif namun bersifat feature. Seperti *web series* dari Toyota Indonesia yang berjudul “Mengakhiri Cinta dalam 3 Episode” yang di sutradarai oleh Yandy Laurens. *Web Series* “Mengakhiri Cinta dalam 3 Episode” memakai pendekatan surealis, dimana ada dua pasangan yang tanpa alasan bisa mendengar suara pikiran satu sama lain, atau yang lebih dikenal sebagai telepati. Ceritanya juga mengandung unsur romansa dan fantasi. Hal inilah yang menjadi daya tarik dan keunikan dari *web series* tersebut.

Web series “Mengakhiri Cinta dalam 3 Episode” diperankan oleh Dion Wiyoko sebagai Satrio dan Sheila Dara sebagai Ayu. Cerita bermula pada pernyataan Satrio yang mendadak ingin putus dari Ayu di hari menjelang pernikahan mereka. Hubungan yang sudah mereka jalin selama 8 tahun ternyata berakhir begitu saja. Terlebih alasan Satrio yang tidak masuk akal, karena tidak cinta. Namun melihat kondisi ayah Ayu yang sakit parah, membuat Satrio tidak berani mengatakan hal yang sebenarnya pada sang ayah. Hal ini membuat Ayu merasa digantung antara keputusan melanjutkan pernikahan atau tidak.

Satrio mendadak bisa mendengar suara batin Ayu, begitu juga dengan Ayu yang mampu mendengar suara batin Satrio. Hal ini memudahkan Satrio yang irit berbicara untuk melancarkan komunikasinya dengan Ayu. Mereka menjadi lebih mudah mendengarkan satu sama lain. Tetapi hal itu tidak berlangsung lama. Ayu yang tidak ingin lebih lama digantung, akhirnya memberanikan diri untuk mengatakan pada ayahnya kalau mereka tidak jadi menikah. Saat itu, baik Ayu maupun Satrio tidak lagi mendengar suara batin satu sama lain. Mereka akhirnya

berhasil putus dengan baik-baik, seperti keinginan Satrio. Lalu mereka berdua pun menjauh. Ayu sibuk dengan pekerjaannya sebagai dokter hewan. Satrio juga menghilang dengan pekerjaannya. Sampai satu hari, ketika Satrio kembali mencari Ayu, dan menanyakan kemungkinan untuk mereka kembali bersama. Seperti judulnya, “Mengakhiri Cinta dalam 3 Episode” hanya terdiri dari 3 Episode inti dan 1 Episode final, dengan setiap episodenya berkisar antara 12 sampai 14 menit.

Web series “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode” ini banyak menarik perhatian para audiens dari awal dirilis hingga episode terakhir, mulai dari banyaknya jumlah penonton, jumlah penyuka dan juga banyaknya jumlah komentar positif yang diberikan dalam *web series* ini. Selain dilihat dari jumlah penontonya, *web series* yang dibintangi oleh Dion Wiyoko (sebagai Satrio) dan Sheila Dara (sebagai Ayu) ini mengangkat sebuah cerita cinta yang sering dialami oleh anak muda saat ini, terutama pasangan yang ingin melanjutkan hubungannya ke jenjang pernikahan. Dengan mengangkat cerita cinta anak muda, Toyota Indonesia diharapkan dapat lebih dekat dan lebih dikenal oleh konsumennya, khususnya anak muda dan keluarga muda yang ingin memiliki mobil. Karena mobil yang ditampilkan dalam *web series* ini menampilkan desain mobil yang minimalis, modern dan kenyamanan bagi pasangan yang baru berkeluarga.

Web Series adalah salah satu bentuk upaya perusahaan untuk mempromosikan produknya ke konsumen melalui tayangan program serial yang ditayangkan dalam *website* perusahaan itu sendiri maupun dalam *platform* YouTube. Pemanfaatan internet semakin meluas, dimana internet tidak hanya lagi dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis semata namun juga telah digunakan untuk

kepentingan pelayanan publik. Teknologi informasi berbasis internet dimanfaatkan oleh suatu perusahaan dalam rangka pelayanan publik, termasuk Toyota Indonesia yang memanfaatkan teknologi berbasis internet untuk mendukung pelaksanaan tugasnya yang diantaranya berkaitan dengan publisitas dan promosi produk Toyota Indonesia.

Perkembangan internet yang sangat pesat di Indonesia mempengaruhi berbagai aspek lain dari pengguna internet terutama media sosial. YouTube merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat. YouTube adalah sebuah situs web berbagi video dimana para penggunanya dapat mengunggah, menonton dan berbagi video. Di era yang serba digital ini, nyaris segalanya dapat dilakukan melalui perangkat, baik itu perangkat *desktop* ataupun *mobile*. Mengakses video juga dapat dilakukan di manapun, dan kapanpun. Kini dengan banyaknya pengguna internet yang mengakses layanan penyedia video seperti YouTube

YouTube di Indonesia saat ini banyak dijadikan sebagai peluang bisnis oleh para pengakses, dimana para perusahaan memanfaatkan situs web berbagi video ini sebagai sarana mempromosikan produknya. YouTube dijadikan sebagai pilihan yang tepat bagi merek untuk menjangkau audiens berbagai usia. Selain dapat menjangkau audiens melalui YouTube, para perusahaan juga perlu melakukannya dengan cara menarik dan memikat. Misalnya melalui *web series*. *Web series* sendiri adalah cerita serial yang menggunakan internet sebagai medium penyebarannya (salah satunya YouTube). Mirip dengan acara serial atau seri di televisi, hanya saja

web series ini tayang lewat web atau internet dan berdurasi lebih singkat. Pemanfaatan *web series* di Indonesia sudah mulai berkembang pesat.

Web series kini mulai dibuat oleh banyak merek dalam menciptakan *content marketing*. Kemampuan *shareability* sebuah konten video yang disebar di YouTube menjadi salah satu alasan. Munculnya *web series* tidak hanya juga membangun komunitas, tapi juga banyak perusahaan-perusahaan yang mulai membuat strategi kreatif iklannya ke dalam format *web series* ini. Komunikasi yang mulai menasar anak muda pun tidak sebatas iklan-iklan televisi. Menyadari bahwa generasi muda, terbilang jarang menonton televisi di rumah. Kehadiran *gadget* membuat mereka menonton konten hiburan di media digital, baik itu media sosial maupun YouTube. Sehingga banyak merek memanfaatkan *web series* ini sebagai sarana untuk promosi dan dikemas dengan cerita yang menarik

Toyota Indonesia yang dalam upaya promosinya menggunakan *web series* yang dipublikasikan di YouTube untuk menjangkau lebih luas khalayaknya dan meningkatkan penjualan. Toyota adalah salah satu merek mobil yang selalu ingin menjualkan produknya dengan tipe *soft selling*. *Soft Selling* atau Penjualan tidak langsung merupakan strategi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang ditujukan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen. Wujud penjualan tidak langsung dapat ditemui dalam bentuk iklan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan pemasaran interaktif lewat internet secara tidak langsung. Dalam hal ini, Toyota Indonesia mempromosikan produk mobilnya lewat *web series* dengan menampilkan keunggulan dan kelebihan dari mobil tersebut di setiap adegannya. Mulai dari desain, mesin, interior, teknologi, dan kenyamanan.

Informasi merupakan alat penting dalam upaya menyebarluaskan informasi, baik di dalam bauran promosi maupun dalam bauran *public relations*. Publikasi atau publisitas merupakan salah satu relasi komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang keberhasilan promosi. *Public relations* dalam hal ini berperan sebagai pengabdian untuk kepentingan umum dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial maupun massa. Artinya, *public relations* selain berfungsi sebagai penyaji dokumenter juga bergerak pada bidang pelayanan dan sebagai mediator serta menjembatani penyampaian informasi tentang perkembangan Toyota Indonesia.

Public relations menciptakan saling pengertian menjadi tujuan utama dari *public relations*, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa perusahaan tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak – pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya kata saling maka itu berarti perusahaan juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengannya, istilah umum ini sering disebut dengan khalayak. Dalam menghadapi khalayak yang luas ini kini *public relations* dibantu dengan adanya teknologi komunikasi yang sangat berpengaruh penting pada penyampaian pesan dalam proses komunikasi *public relations*.

Teknologi Komunikasi yang semakin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunaannya. Teknologi sebagai bermata dua yang memberikan kelebihan dan kekurangan. Masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya, *web series* dalam media sosial seperti YouTube merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan zaman yang

mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

Komunikasi bagaikan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan ini karena disetiap hela nafas makhluk hidup secara tidak sadar mereka pasti sedang berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Komunikasi juga merupakan bagian dari hidup manusia yang tidak dapat terpisahkan. Karena komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia sehingga membuat para pakar ilmu pengetahuan meneliti mengenai komunikasi dan lingkungannya.

Manusia merupakan makhluk sosial yang sangat membutuhkan informasi, untuk mendapatkan informasi itu, maka dilakukan dengan cara berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi akan tercapai jika antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Komunikasi bagi kehidupan manusia sudah menjadi kebutuhan yang hakiki. Manusia dikategorikan sebagai makhluk sosial oleh sebab itu mereka sangat saling membutuhkan satu sama lain dan ketika mereka saling membutuhkan mereka tentunya telah melakukan proses interaksi bagian dari komunikasi itu sendiri. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu halnya bagi suatu perusahaan, dengan adanya komunikasi yang baik, suatu perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya. Komunikasi adalah suatu

proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya.

Komunikasi menjadi faktor yang penting dalam kehidupan manusia yaitu sebagai proses berinteraksi dan bertukar informasi antara satu individu dengan individu lainnya. Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi.

Maka dengan demikian penulis ingin mengangkat permasalahan dengan mengambil judul “*Web Series Sebagai Sarana Promosi Toyota Indonesia (Analisis Semiotika Web Series “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”)*”.

1.2 Fokus Penelitian/Pertanyaan Masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka penulis memfokuskan *web series* yang disutradarai oleh Yandy Laurens berjudul “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode” sebagai objek penelitian. *Web Series* ini dipilih oleh penulis, dengan memilih banyaknya sebuah tanda dan juga makna yang terkandung dalam film tersebut. Maka dengan demikian penulis mengangkat, Bagaimana Analisis Semiotika *Web Series “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”*.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana representasi dalam *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.
2. Bagaimana interpretasi dalam *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.
3. Bagaimana tanda dari objek dalam *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, bidang kajian Humas dan tujuan lain penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna representasi dilihat dari fungsi komunikasi dalam *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.
2. Untuk mengetahui makna interpretasi dari tanda – tanda yang muncul dalam *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.
3. Untuk mengetahui tanda dari objek dalam *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu dan khususnya pada bidang ilmu komunikasi. Berkaitan dengan judul penelitian maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa ilmu komunikasi mengenai *web series* sebagai alat untuk memasarkan suatu produk yang dapat mempengaruhi sikap, serta dapat dijadikan *literature review* untuk penelitian selanjutnya.
2. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan pada bidang Analisis Semiotika serta dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam masalah yang di teliti.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *web series* sebagai sarana promosi Toyota Indonesia dengan judul *web series* “Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode”.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini dapat menambahkan wawasan akan pengetahuan mengenai *web series* sebagai sarana dalam mempromosikan suatu produk dan bidang ilmu Semiotika Komunikasi dan konsentrasi Humas.
2. Menjadi sebuah sarana bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya selama kegiatan belajar-mengajar di kampus Universitas Pasundan.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pengetahuan dan bahan masukan ataupun menambah pemikiran untuk wawasan dalam bidang Ilmu Komunikasi.