

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Iklan merupakan bagian dari komunikasi, karena pada dasarnya iklan merupakan proses penyampaian pesan, dimana pesan tersebut berisi tentang informasi suatu produk, baik barang maupun jasa. Dengan demikian, iklan bukan merupakan komunikasi interpersonal, melainkan nonverbal. Komunikasi semacam ini digolongkan dalam komunikasi massa. Iklan dalam berbagai bentuk, baik elektronik maupun cetak sangat berfungsi untuk memperkenalkan sebuah produk, memberi nilai tambah kepada khalayak dan mempengaruhi calon konsumen untuk membeli produk tertentu.

Iklan adalah segala bentuk pesan promosi baik berisikan barang, jasa, produk jadi dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditujukan kepada sebagian besar masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan atau pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa atau di tempat umum. Iklan merupakan cara yang berbiaya efektif guna menyebarkan pesan baik untuk membangun prioritas maupun untuk pendidikan. Iklan akan mengirimkan ide, maupun gagasan serta dapat menghadirkan efek yang muncul dari seseorang yang melihatnya. Efek yang hadir dibenak khalayaknya tentunya beragam, efek yang dimaksudkan disini merupakan tangkapan pesan. Tentunya

pesan yang ditangkap dari tanda-tanda dalam sebuah iklan akan menghasilkan sebuah makna, tidak hanya sampai disitu, makna tersebut akan berubah menjadi makna yang tersembunyi serta dapat menjadi pengaruh bagi khalayaknya, sehingga menjadi persepsi dari setiap khalayaknya.

Iklan menjadi suatu komunikasi yang akan banyak menghadirkan sebuah interaksi secara cepat, pesan yang terkandung melalui simbol atau tanda. Simbol atau tanda digambarkan sebagai alat yang mampu mengirimkan sinyal persepsi kepada khalayaknya. Ketika sinyal tersebut terkirim tepat, sebuah Hasrat yang dimaksud merupakan keinginan, keinginan untuk memperhatikan sebuah iklan dengan detail. Sebuah iklan tidak akan hadir dengan simbol saja, melainkan warna dan bentuk dari setiap objek dalam iklan yang akan mengirimkan pesan.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan yang bertujuan untuk mendapatkan timbal balik atau tanggapan yang hadir ketika sebuah pesan tersebut tersampaikan. Komunikasi menjadi sebuah aktivitas yang selalu dilakukan oleh setiap manusia dalam kesehariannya untuk melakukan interaksi dengan manusia yang lainnya.

Komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain. Salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi adalah media atau saluran. Seorang komunikator dalam proses komunikasi tentunya menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan pesan terhadap komunikan. Tujuannya antara lain agar memudahkan proses pengirimannya kepada komunikan dapat dengan mudah menerimanya.

Dalam komunikasi terdapat berbagai informasi, informasi yang beragam pesan dapat tersampaikan melalui komunikasi yang dijalin. Iklan hadir sebagai sarana komunikasi yang menyampaikan pesan-pesanya melalui objek dari bentuk, warna, tulisan, serta desain visual yang tergambar dan terlihat yang dimuat diberbagai media baik cetak maupun digital. Iklan menjadi sebuah pesan yang terus berkembang menjadi suatu pesan menarik dikarenakan penyajian informasinya yang memikat. Penyampaian iklan saat ini tidak hanya di media cetak atau televisi saja, perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih saat ini mampu merubah sistem budaya yang pada awalnya menyaksikan iklan dari media massa seperti televisi, koran, majalah, dan radio tetapi saat ini dengan hadirnya media baru, maka iklan yang ditampilkan dalam bentuk video yang hadir didalam perkembangan teknologi saat ini sering ditayangkan di situs media sosial yang terkenal salah satu platform yang sering kita gunakan yaitu Youtube.

Iklan Cadbury Dairy Milk versi *Raikan Kebaikan* menyuguhkan aktifitas keseharian seorang ibu yang berprofesi menjadi perawat di sebuah rumah sakit dan memiliki anak yang baru menginjak taman kanak-kanak. Dalam iklan tersebut ada seorang ibu yang selesai bekerja dan akan menjemput pulang anaknya dari sekolah. Setelah tiba di sekolah anaknya, sang anak mengajak ibu nya untuk ke sebuah toko makanan untuk membeli sesuatu. Saat sampai di sebuah toko ibu nya mencari barang yang ia butuhkan tetapi anak tersebut langsung datang ke tempat yang ada sebuah coklat bertepatan di posisi kasir toko tersebut. Seorang anak itu ingin membeli sebuah coklat untuk ibu nya tetapi anak tersebut membayar dengan segala barang yang ia punya bukan melalui uang. Namun sang penjaga toko melihat

ketulusan dan niat baik dari si anak untuk memberikan coklat tersebut kepada ibunya, dan akhirnya si anak pun mendapatkan coklat tersebut sehingga langsung memberikan kepada ibunya yang sedang mencari barang yang dicarinya, dan mengucapkan selamat hari mamah.

Perusahaan Cadbury sebagai perusahaan industri coklat yang bergerak di bidang makanan pada tahun 1842, perusahaan ini berasal dari negara Inggris. Awalnya pemilik perusahaan Cadbury ini yaitu John Cadbury menginginkan coklat dapat menjadikan untuk mengganti alkohol yang pada masa tersebut sangat merajelela.

Iklan Cadbury Dairy Milk merupakan sebuah cara menyampaikan pesanya ke khalayak yang luas agar produk makanan dari perusahaan mereka dapat diketahui serta sebagai cara dalam menaikkan brand perusahaan mereka. Latar belakang iklan tersebut diluncurkan karena Cadbury melihat kebiasaan hidup masyarakat yang kurang peduli dengan sesama. Seperti, contoh aktivitas saling memberi, memberi merupakan salah satu hal kebaikan yang dapat dilakukan oleh siapapun. Sehingga, Cadbury ini merancang dan mengemas iklan tersebut dengan konsep yang semenarik mungkin demi dapat menyentuh hati penontonya.

Selanjutnya, Cadbury selalu aktif dalam kegiatan kemanusiaan. Seperti yang dilansir di dalam media sosial instagramnya. Cadbury selalu peduli dengan peristiwa-peristiwa yang terjadi di Indonesia itu sendiri. Seperti Cadbury peduli dengan nasib masyarakat yang berada dikawan timur khususnya anak-anak disana. Dengan memakai hastag #BerbagiHarapanDenganAksi Cadbury dapat membantu dengan cara membeli cokelat Cadbury sama dengan membantu memberikan nutrisi

tambahan untuk anak-anak Indonesia yang membutuhkan. Kemudian yang hangat saat ini, Cadbury peduli dengan tenaga medis untuk menanggulangi Covid-19. Seperti memberikan satu buah cokelat gratis untuk relawan dan tim medis covid-19. Lalu, bekerjasama dengan berbagai pihak membagikan sejumlah 10.000 paket makanan dan cokelat di 4 rumah sakit rujukan Covid-19 di Jakarta.

Cadbury Indonesia pada tahun 2021 ini baru saja mendapatkan piagam penghargaan Museum Rekor Dunia atas rekor *Kampanye Ungkapan Hati Melalui Social Media Dengan Peserta Terbanyak* MURI memberikan penghargaan tersebut karena telah berhasil mengajak lebih dari 100.000 orang Indonesia untuk mengungkapkan isi hati untuk mengeskpresikan dan menunjukkan rasa sayang pada orang-orang terkasih.

Perusahaan Cadbury saat ini menggunakan media youtube dalam menyampaikan iklan tersebut yang disalurkan dan ditayangkan kepada masyarakat luas. Pada zaman sekarang media penyampaian iklan yang paling digemari dan populer dimasyarakat dan memiliki pengaruh yang cukup besar dibanding media lainnya adalah youtube yang saat ini sudah di tonton 3.434.578 kali (per 1 April 2021), dengan total yang menyukai iklan ini berjumlah 8 ribuan.

Youtube menjadi salah satu platform yang saat ini banyak sekali digunakan baik sebagai mata pencarian, maupun untuk beriklan. Diyoutube kita dapat melakukan berbagai macam aktivitas, mulai dari mendengarkan musik, belajar, menonton film, menonton konten-konten video yang diciptakan oleh konten kreator atau sekalipun individu yang tidak terkenal yang berisikan konten informasi yang menarik tentang apapun sampai berbagi kemewahan pun dapat ditemukan

diyoutube. Umumnya pada pengguna youtube tidak memiliki batas usia untuk menggunakannya, anak kecil hingga orang dewasa sekalipun dapat menikmati isi tayangan-tayangan yang ada di youtube. Tetapi untuk saat ini, seiring perkembangannya zaman youtube dapat membatasi untuk usia dini hingga usia dewasa dengan membuat fitur youtube kids, jadi tidak sembarang tayangan yang masuk karena menyesuaikan dengan umur yang menontonnya. Maka dari itu, dengan kehadiran platform youtube dapat memberikan dampak yang baik untuk penggunaannya, tetapi dapat juga berdampak menurunkan pengguna media massa seperti televisi, radio, koran, dan yang lainnya, karena apapun yang hadir di media massa, saat ini youtube pun dapat menayangkanya dengan lebih menarik walaupun platform youtube hanya menjadi penyempurna ketika informasi dari media massa tertinggal.

Pemanfaatan platform youtube menjadi sebuah inovasi yang baru dilakukan oleh setiap perusahaan, pemerintah, maupun lembaga sebagai pembaharuan pengiriman pesan, selain itu kehadiran media baru tentunya akan menghadirkan orang-orang kreatif yang dituntut untuk saling menunjukkan kemampuannya dalam hal menghadirkan sebuah konten yang kreatif sehingga dapat mempengaruhi penontonya. Penyampaian pesan melalui online atau dalam jaringan seperti saat ini adalah bentuk dari komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri merupakan penyampaian informasi, penyampaian berita dengan memanfaatkan media online yang tujuannya ditujukan kepada masyarakat luas dan diterima dengan cepat.

Perkembangan media online saat ini banyak memberikan perubahan dan pembelajaran baru bagi pelaku media massa, contohnya seperti perusahaan dan

pemerintah dengan terus berkembang sebuah teknologi mau tidak mau harus dapat menyesuaikan dengan baik. Menggunakan platform youtube harus dapat dimaksimalkan agar perkembangan dari perusahaan atau pemerintahan tersebut dapat berjalan dengan baik dan menguntungkan. Hampir semua perusahaan hingga lembaga-lembaga tertentu bahkan beberapa perusahaan media cetak seperti koran membuat akun youtube, lalu perusahaan radio memiliki fitur streaming yang bisa di dengarkan di youtube dan stasiun televisi swasta saat ini pun membuat channel youtube yang resmi yang dapat menayangkan siaran ulang yang bisa ditonton kapan saja di youtube. Pada era saat ini, banyak sekali kita temukan orang biasa yang menjadi terkenal akibat kehadiran berbagai macam konten kreatif yang diciptakan dan dimuat di youtube sehingga menjadi daya tarik agar banyak yang menonton sehingga membuat orang tersebut menjadi terkenal dengan sapaan yang biasa dipanggil youtubers.

Bahkan dengan youtube, perusahaan mampu meningkatkan konsumen. Karena dengan video yang dikemas semenarik mungkin konsumen pun tahu apa yang menjadi keunggulan dan daya tarik dari produk tersebut disbanding dengan produk lain. Maka dari itu, video yang akan ditampilkan harus dikemas secara komplit dan mampu mengajak orang banyak menjadi tertarik dan ingin membelinya. Dengan youtube pun peluang guna memperluas pemasaran bisnis dapat terbuka besar sehingga jangkauan pemasarannya semakin luas.

Youtube saat ini menjadi salah satu platform terbesar yang dapat mendominasi untuk digunakan dalam aktivitas keseharian manusia. Setiap orang pasti pernah menonton youtube dan youtube selalu ada di setiap smartphone

seseorang. Hal itu juga yang menjadikan youtube sangat populer dikalangan masyarakat, maka dari itu perusahaan-perusahaan yang memiliki channel youtube resmi guna memperkenalkan produk dan jasa akan jauh lebih efektif. Iklan yang berupa video yang dimuat di youtube tentunya memiliki unsur yang menarik seperti unsur suara, unsur gambar, warna serta manusia ataupun animasi yang menjadi figurnya.

Iklan yang berada di youtube dapat lebih menarik biasanya apabila dikemas dengan konsep yang unik dan jarang digunakan dalam iklan di televisi. Dengan menggunakan iklan diyoutube perusahaan memiliki kelebihan dibandingkan iklan di televisi seperti, biaya terjangkau dan fleksibel, laporan yang detail dan akurat, tertarget dan relevan. Dalam mengirimkan pesan yang dirancang oleh perusahaan yang ditujukkannya untuk para penonton youtube tentu harus di konsepkan dengan matang. Iklan tersebut akan menjadi daya tarik yang lebih untuk mempengaruhi ketertarikan seseorang terhadap produk yang dikeluarkan dari suatu perusahaan.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda. Mempelajari semiotika sama dengan kita mempelajari tentang berbagai tanda cara kita berinteraksi, bersosialisasi dan berkomunikasi. Sebagai suatu disiplin semiotika berarti ilmu analisis tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi (Cobley dan Jansz, 2002 :4). Memaknai tanda-tanda (signs) bahwa semiotika pada dasarnya berguna untuk menganalisis makna teks. Teks disini diartikan secara luas sebagai kumpulan dari tanda-tanda yang dikombinasikan dalam aturan tertentu dalam sebuah ungkapan. Menggunakan semiotika Roland Barthes yaitu untuk dapat mengetahui bahwa memaknai tanda-tanda berarti bahwa objek-objek tidak hanya

membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda yang ada dalam sebuah iklan.

Iklan ini merupakan iklan promosi dari sebuah perusahaan makanan ringan coklat. Iklan ini menjadi iklan yang memiliki pesan yang mendalam, iklan yang memotivasi dan inspiratif. Terlihat saat sang anak berusaha membahagiakan ibunya dalam hal yang sederhana diperlihatkan untuk merayakan hari Ibu. Didalam iklan ini terdapat banyak sekali makna dan arti yang diperlihatkan baik secara verbal maupun nonverbal. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji makna yang terdapat dari Iklan Cadbury Dairy Milk dengan menggunakan metode analisis semiotika. Untuk itu peneliti memilih judul **“ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN CADBURY DAIRY MILK DI YOUTUBE”**.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka memfokuskan penelitian pada sebuah iklan sebagai objek penelitian dengan fokus pada :

“ Analisis Semiotika Pada Iklan Cadbury Dairy Milk Di Youtube “

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada Teori Semiotika ada 3 dimensi (Menurut Roland Barthes) dengan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti mengusung pertanyaan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana makna Denotasi pada iklan Cadbury Dairy Milk di Youtube?
2. Bagaimana makna Konotasi pada iklan Cadbury Dairy Milk di Youtube?
3. Bagaimana makna Mitos pada iklan Cadbury Dairy Milk di Youtube?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini akan menjawab pertanyaan penelitian :

1. Untuk mengetahui makna Denotasi pada iklan Cadbury Dairy Milk di Youtube
2. Untuk mengetahui makna Konotasi pada iklan Cadbury Dairy Milk di Youtube
3. Untuk Mengetahui makna Mitos pada Iklan Cadbury Dairy Milk di Youtube

1.4. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi terhadap pengaplikasian teori semiotika khususnya Roland Barthes dalam mengungkap denotasi, konotasi dan mitos pada iklan. Penulis mengharapkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi para pembaca. Serta peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi informasi sekaligus referensi untuk pihak selanjutnya yang berminat dalam masalah penelitian yang sama.

1.5 Manfaat Praktis

Hasil dalam penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat dalam menambah wawasan serta pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu komunikasi. Dapat memberikan gambaran pesan yang terkandung dalam sebuah iklan ini melalui simbol atau tanda yang berupa percakapan, tulisan serta adegan yang termuat pada iklan Cadbury Dairy Milk sehingga hasil dari penelitian ini menjadi referensi dan acuan dalam menganalisis semiotika dalam sebuah iklan.