

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Iklan merupakan suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi atau lembaga, atau perusahaan yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang di tunjukan kepada masyarakat. Kata Iklan berasal dari bahasa Yunani yang artinya menggiring orang-orang kepada gagasan. Biasanya iklan di pasang di berbagai media agar terlihat oleh banyak orang baik itu media offline maupun media online.

Iklan biasanya berisi pesan untuk membujuk masyarakat yang menonton iklan, agar tertarik pada barang atau jasa yang di tawarkan. Tidak hanya untuk komersial tetapi iklan juga dapat berisikan ajakan untuk melakukan hal-hal baik contohnya seperti tidak menggunakan narkoba, *go green* dan tidak membuang sampah sembarangan. Iklan biasanya di ditayangkan melalui televisi, radio, majalah, media social dan Koran bahkan pada zaman sekarang iklan dapat di tayangkan di Youtube.

Televisi merupakan sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang *monokrom* (hitam-putih) maupun berwarna. Televisi salah satu media massa yang dapat menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Menggunakan televisi sebagai media iklan secara audio visual membuat iklan lebih mudah di ingat oleh

masyarakat yang menonton iklan tersebut.

Aplikasi DANA adalah platform dompet digital yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi dapat dilakukan secara non tunai, baik *online* maupun *offline*. Transaksi lewat aplikasi ini tentunya lebih praktis, cepat, dan tetap keamanannya tetap terjamin. Aplikasi ini sapat digunakan untuk pembayaran tiket di berbagai platform. DANA aplikasi dompet digital yang kehadirannya mempermudah penggunanya dalam melakukan transaksi, tanpa harus membawa banyak uang. Cukup dengan menggunakan DANA, pengguna bisa membelanjakan berbagai kebutuhan layaknya membawa uang asli. DANA mempermudah penggunanya dalam bertransaksi, pengguna tidak perlu repot mengisi saldo karena akun DANA dapat langsung terhubung dengan akun rekening pengguna di Bank manapun. Sedangkan di aplikasi lain seperti OVO, GOPAY, SHOPEEPAY pengguna harus mengisi saldo dulu melalui bank dengan menggunakan nomor *virtual account*.

Menurut CEO dan Co-Founder DANA Vince Iswara pertumbuhan signifikan diperlihatkan DANA sejak awal kehadiran. Data App Annie, perusahaan penyedia analisis aplikasi dan data pasar aplikasi menyatakan, DANA menempati peringkat pertama untuk kategori aplikasi finansial di Indonesia pada kuartal kedua 2021, baik melalui perangkat iOS maupun Android. Pertumbuhan QoQ (kuartal ke kuartal) ini mencapai lebih dari 72 persen.

Sejak meluncurkan produk pada 11 November 2018 hingga akhir Juni 2019, DANA sudah memiliki 20 juta pengguna, dan mencapai transaksi 1,5 juta per hari. DANA memiliki lebih dari 800 karyawan. Sebagai perusahaan teknologi

finansial, DANA didukung oleh teknologi seperti "DANA Protection", memiliki Sertifikasi ISO 27001 dan Sertifikat PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard), hingga menerapkan prinsip kebijakan zero-data sharing yang berkaitan dengan Personal Identifiable Information (PII).

Dalam iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim Untuk berubah selain mempromosikan produk atau aplikasinya iklan ini juga memberikan tayangan iklan yang memotivasi kepada masyarakat yang menontonnya agar memiliki keinginan untuk merubah kehidupannya menjadi lebih baik. Dengan begitu iklan ini memperlihatkan model perilaku yang baik bagi masyarakat, yang menonton iklan tersebut. Didalam iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim Untuk berubah ini menampilkan seorang perempuan dan keluarganya yang menceritakan kehidupannya yang berubah dengan menggunakan aplikasi Dana. Pada awalnya perempuan tersebut menceritakan adiknya yang kehidupannya berubah karena mendapatkan reward dari aplikasi Dana, yang kedua dia menceritakan ibunya yang kesulitan untuk membaca angka atau nomor rekening yang dituju tetapi setelah memakai aplikasi Dana semuanya muda, dan yang ketiga yaitu menceritakan dirinya sendiri dikehidupan sebelumnya dia mempunyai rencana tetapi selalu gagal, hingga dia menggunakan aplikasi Dana kehidupannya berubah menjadi lebih baik. Dan di akhiri dengan kata – kata motivasi bagi penonton yaitu “ kebaikan itu bakal datang kapan aja, dimana aja, disaat kita mau berubah’

Didalam kehidupan kita diharuskan mempunyai tujuan hidup, agar segala sesuatu yang kita inginkan akan tercapai salah satunya adalah adanya keinginan

untuk berubah, berubah lebih baik dari sebelumnya. Pada tayangan iklan ini menunjukkan bahwa perempuan tersebut mempunyai kegigihan untuk berubah dimana dia membuktikan bahwa dia bisa mempunyai bisnis kuliner yang memberikan dia keuntungan.

Dana sebagai perusahaan yang berada di bidang platform dompet digital memberikan tampilan yang baik bagi masyarakat yang menonton juga memberikan motivasi yang positif bagi masyarakat. Dan memberikan pesan moral yang baik bagi penontonnya.

Berdasarkan pada hal di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut pada iklan Dana Dompet digital dengan judul “ **ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN DANA DOMPET DIGITAL INDONESIA VERSI MUSIM UNTUK BERUBAH**”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan berdasarkan judul dan konteks penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan sebuah iklan “DANA Dompet Digital Indonesia Versi Musim untuk Berubah” sebagai objek penelitian dengan fokus pada “Analisis Semiotik”.

1.2.1 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka dapat di simpulkan permasalahan dalam penelitian itu sebagai berikut :

1. Apa makna Penanda pada iklan Dana Dompet Digital Indonesia versi Musim untuk Berubah?

2. Apa Makna Petanda pada iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim untuk Berubah?
3. Bagaimana Interaksi Simbolik dalam iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim untuk Berubah?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang harus di cari jawabannya. Dan tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui makna Penanda pada iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim untuk Berubah.
2. Mengetahui makna Petanda pada iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim untuk Berubah.
3. Mengetahui Interaksi Simbolik dalam iklan Dana Dompot Digital Indonesia versi Musim untuk Berubah.

1.3.2 Kegunaan penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu kedepannya. Sesuai judul yang di angkat, maka penelitian dapat dijadikan sebagai kegunaan praktis, kegunaan akademis maupun kegunaan teoritis.

1. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas wawasan serta menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang

hendak melakukan penelitian mengenai Analisis Semiotika khususnya Iklan.

2) Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah parameter dalam kajian Ilmu Komunikasi dengan fokus pada analisis semiotika yang khususnya analisis semiotika pada sebuah iklan.

2. Kegunaan Akademis

1) Hasil dari penelitian mengenai analisis semiotika pada iklan ini diharapkan menjadi suatu sumber referensi bagi para akademisi di perguruan tinggi yang ingin melakukan penelitian sejenis.

2) Selain menjadi bahan sumber referensi bagi para akademisi di perguruan tinggi yang hendak melakukan penelitian sejenis, diharapkan penelitian ini juga menjadi suatu media pembelajaran di kelas mengenai iklan.

3. Kegunaan Teoritis

1) Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat tentang bagaimana menganalisis suatu iklan menggunakan analisis semiotika dengan teori yang dipakai oleh peneliti pada penelitian ini.

2) Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan juga dapat memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya yang mengambil metode penelitian yang sama yaitu Analisis Semiotika khususnya iklan.