

**MAKNA HIDUP IKLAN ROKOK DI TELEVISI**  
**(Analisis Semiotika John Fiske Terhadap Iklan Rokok A Mild Go Ahead versi Langkah 2016)**  
**THE MEANING OF LIFE IN CIGARETTE ADS ON TELEVISION**  
**(Semiotics Analysis of John Fiske Against Cigarette Ads A Mild Go Ahead Step version 2016)**

<sup>1</sup>Rana Akbari Fitriawan, S.Sos., M.Si., <sup>2</sup>Arie Prasetyo, S.Sos., M.Si., <sup>3</sup>Fidel Bahar Ahmad

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[ranaakbarifitriawan@gmail.com](mailto:ranaakbarifitriawan@gmail.com), <sup>2</sup>[arijatock@gmail.com](mailto:arijatock@gmail.com), <sup>3</sup>[fidelbahar07@gmail.com](mailto:fidelbahar07@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna hidup dalam iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016 melalui kode televisi John Fiske yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016 mengandung tanda berupa audio dan visual. Kemudian tanda-tanda tersebut dikelompokkan sesuai dengan kode-kode televisi John Fiske. Pakaian, Penampilan, dan Ekspresi termasuk ke dalam level realitas. Sedangkan *setting*, narasi dan *background* juga representasi yang terbentuk termasuk ke dalam level representasi. Sedangkan level ideologi dilihat dari kode-kode ideologi yang terdapat dalam iklan.

Simpulan dari penelitian ini adalah pakaian, penampilan dan ekspresi dari level realitas menunjukkan berbagai langkah yang dilalui manusia yang mengandung makna hidup. Pada level representasi, terdapat beberapa obyek yang direpresentasikan untuk membentuk makna. Namun di setiap obyek mengandung makna hidup yang berbeda-beda. Secara keseluruhan perpaduan audio dan visual dari iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016 merepresentasikan makna hidup yang menjadi ideologi setiap orang seperti fenomena *traveling*, aktivitas formal dan non formal dll.

Kata Kunci : Makna Hidup, Iklan Televisi, Semiotika, John Fiske

ABSTRACT

This study used qualitative methods and approach semiotics from John Fiske. The purpose of this study is to determine the meaning of life in advertising *A Mild Go Ahead* step version of 2016 through the television code from John Fiske that reality level, representation level and ideological level.

The results of this study indicate advertisement *A Mild Go Ahead* step versions 2016 contains measures in the form of audio and visual signs. Then the signs are grouped according to codes of television John Fiske. Clothing, appearance, and expression was included in the level of reality. While setting, narrative and representation formed background also belong to the level of representation. While the level of ideological views of the codes contained in the ideology of the ad.

The conclusions of this study are clothing, appearance and expression of levels of reality shows various steps through which the human meaning of life. At the level of representation, there are some objects are represented to form meaning. However, in every object contains the meaning of life is different. Overall mix of audio and visual advertising *A Mild Go Ahead* version of the meaning of life measures in 2016 to represent the ideology of each person as a phenomenon traveling, formal and informal activities, etc.

Keywords : Meaning of Life, Television Advertising, Semiotics, John Fiske

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Iklan menjadi senjata utama dalam proses pemasaran dan pengenalan suatu produk kepada masyarakat. Di zaman modern seperti saat ini, setiap perusahaan menawarkan produknya dengan berlomba-lomba menarik perhatian masyarakat melalui iklan di berbagai media seperti televisi, radio, koran, internet dan lain sebagainya yang dikemas dengan berbagai cara. Tak jarang masyarakat lebih menikmati iklan yang ditawarkan dibandingkan dengan produk yang diiklankan.

[1] Iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang melalui media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum. Menurut pendapat Kriyantono (2008 : 174) pengertian iklan adalah bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media.

[2] Iklan ini merupakan iklan di televisi, yang merupakan alat komunikasi yang mempunyai fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi menghibur, fungsi mempengaruhi (Onong Uchjana Effendy, 2000 : 149-150). Iklan di dalam televisi bertujuan untuk membujuk atau mendorong masyarakat untuk bersedia membeli dan mengkonsumsi produk yang dipasarkan. Didukung dengan kemampuan audio visual yang dimiliki televisi membuat pesan yang disampaikan kepada khalayak menjadi mudah diterima dan dapat dengan mudah mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli produk yang dipasarkan.

Produk yang ditawarkan melalui iklan di berbagai media sebagian mengandung unsur inspiratif, yang secara persuasif mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk tersebut. Seperti yang dibahas dalam penelitian ini tentang makna hidup iklan rokok di televisi "A Mild go Ahead versi langkah 2016" yang dikemas dengan kata-kata yang kental dengan makna kehidupan manusia.

[3] Pelarangan iklan rokok dimuat dalam Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran) Pasal 46 ayat (3) huruf c melarang iklan niaga melakukan promosi rokok yang memperagakan wujud rokok. Pelarangan ini membuat produsen rokok harus memutar otak untuk memasarkan produknya dengan tidak melanggar aturan penyiaran tersebut. Salah satunya dengan memberikan tayangan iklan yang penuh makna dan tidak menampilkan rokok secara fisik.

Makna yang terkandung di dalam iklan rokok "A Mild" ini begitu kental karena dapat memicu semangat dan motivasi bagi penonton. Dengan narasi dan isi teks yang inspiratif membuat iklan ini begitu kuat makna hidupnya. Kemasan iklan "A Mild go Ahead versi langkah" begitu unik dengan hanya menampilkan kaki manusia sebagai objek tayangannya, berbeda dengan iklan televisi lainnya yang menampilkan suatu objek secara keseluruhan. Iklan ini hampir di semua *scene* hanya menampilkan kaki manusia sebagai objeknya.

Obyek penelitian ini adalah iklan rokok "A Mild Go Ahead versi langkah 2016" yang mengandung makna hidup. Penafsiran untuk mengetahui maksud dan representasi makna hidup yang terkandung didalam iklan "A Mild Go Ahead versi langkah 2016" dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika John Fiske dengan menggunakan tiga kode televisi John Fiske yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi.

#### 1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan bahasan penelitian diatas, maka penulis memaparkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui makna hidup yang terkandung di dalam iklan *A Mild go Ahead* versi langkah 2016 pada level realitas dengan menggunakan pendekatan John Fiske dan struktur narasi Propp.
- b. Untuk mengetahui makna hidup yang terkandung di dalam iklan *A Mild go Ahead* versi langkah 2016 pada level representasi dengan menggunakan pendekatan John Fiske dan struktur narasi Propp.
- c. Untuk mengetahui makna hidup yang terkandung di dalam iklan *A Mild go Ahead* versi langkah 2016 pada level ideologi dengan menggunakan pendekatan John Fiske dan struktur narasi Propp.

#### 1.3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan paradigma kritis dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan semiotika John Fiske.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Makna Hidup

Kehidupan manusia tak luput dari kesalahan dan kegagalan, di mana setiap perjalanan dan perjuangan manusia terkadang selalu mengalami kegagalan. Perasaan kecewa akan muncul setelahnya, karena perasaan kecewa muncul lantaran manusia yang terlalu berharap akan suatu hal atau target. Ketika target yang diinginkan tak sesuai dengan apa yang diharapkan manusia maka perasaan kecewa hingga depresi akan muncul menghinggapi pikiran manusia. Pada hakikatnya manusia diberikan kemampuan dan potensi yang luar biasa dari Tuhan Yang Maha Esa berupa akal, fisik maupun psikis (perasaan) dan merupakan makhluk yang paling misterius yang artinya individu manusia tidak akan pernah mengetahui dirinya secara keseluruhan atau sempurna. Namun di balik masalah dan kegagalan manusia dalam menjalani kehidupan tersimpan makna dan pelajaran berharga yang dapat dijadikan sebagai motivasi dan dorongan demi kehidupan yang lebih baik di kemudian hari. Menyikapi suatu kegagalan bergantung pada individu itu sendiri, mereka yang dapat memanfaatkan dan belajar dari pengalaman masalah akan dengan mudah menemui makna hidup.

[4] Makna hidup menurut Frankl adalah kesadaran akan adanya suatu kesempatan atau kemungkinan yang dilatarbelakangi oleh realitas. Makna hidup adalah hal-hal yang oleh seseorang dipandang penting, dirasakan berharga, dan diyakini sebagai sesuatu yang besar serta dapat dijadikan tujuan hidup. Makna hidup juga memberikan nilai khusus pada seseorang (Koeswara, 1992 : 63).

## 2.2. Iklan Televisi

Televisi menjadi media promosi atau media periklanan yang paling populer dikalangan masyarakat dan paling memiliki pengaruh besar dibandingkan dengan media penyiaran yang lain. Secara kualitas media, televisi dapat memberikan gambaran visual secara jelas dan dapat membentuk persepsi dimasing-masing individu dengan audio dan visual yang disajikan. Televisi juga telah menjadi media yang sudah lama diterima dan digunakan oleh masyarakat. Dengan model audio visual yang dimilikinya televisi berusaha untuk membentuk karakter dan reaksi masyarakat tentang produk yang ditampilkan oleh pengiklan. Melalui reaksi itulah pengiklan berusaha membentuk citra dan identitas produk yang kemudian mengundang rasa ketertarikan masyarakat untuk membeli produk yang dimaksud.

Banyaknya masyarakat yang menggemari media televisi dibandingkan dengan media yang lainnya membuat para pelaku bisnis memanfaatkan situasi tersebut dengan memasang iklan dan memberikan pengenalan akan produk yang dipasarkan. Melalui biro jasa biro iklan para pelaku bisnis mencoba periklanannya dengan menggunakan media televisi. Proses periklanan dengan menggunakan media televisi relatif efektif dengan memberikan pemasukan dari iklan di televisi yang cukup besar. Tak heran media televisi mematok harga untuk sekali pemasaran produk dengan nominal yang terbilang besar. Namun hal ini dianggap setimpal dengan hasil yang didapat nantinya.

[5] Kemampuan televisi dalam mengkampanyekan iklan mempunyai kemampuan dalam membangun citra. Iklan televisi mempunyai cakupan, jangkauan dan repetisi yang tinggi dan dapat menampilkan kesan multimedia (suara, gambar, dan animasi) yang dapat mempertajam ingatan. Biaya iklan televisi setiap tampil relatif murah dibandingkan dengan iklan dimajalah ataupun koran. Meskipun demikian, biasanya biaya keseluruhan iklan televisi lebih besar dan kurang tersegmentasi (Suyanto, 2005:4-5).

Secara tak sadar televisi mampu menghipnotis dan mempengaruhi manusia secara persuasif yang memungkinkan manusia untuk terpaku pada satu objek benda yaitu televisi dengan berbagai program dan iklan yang ditawarkan. Begitu melekatnya media televisi di masyarakat membuat setiap bahasan atau fenomena sosial begitu mudah menyebar dan banyak diketahui oleh masyarakat sosial. Hal ini merupakan dampak dari adanya televisi yang dapat menyebarkan sebuah isu atau fenomena secara cepat dan tepat di tengah-tengah masyarakat.

## 2.3. Semiotika

[6] Semiotika merupakan disiplin keilmuan yaitu ilmu tentang pengkajian tanda (*the science of sign*) dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tanda, yang meliputi macam-macam tanda, proses penciptaan tanda, penggunaan tanda dan proses pemaknaan tanda. Tanda adalah segala sesuatu warna, objek, cahaya, suara, dan lain sebagainya yang merepresentasikan segala sesuatu yang berbeda darinya. Hal yang dirujuk oleh tanda secara logis dikenal dengan sebutan *referen* (objek atau tanda). *Referen* terdiri dari dua jenis meliputi *referen konkrit* dan *referen abstrak*. *Referen konkrit* merujuk pada sebuah objek yang dapat dilihat dengan kasat mata seperti binatang, warna, objek fisik. Sedangkan *referen abstrak* merujuk konsep pada ide atau pemikiran yang tergambar dengan menyalanya sebuah lampu di atas kepala. John Fiske memaparkan semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang bagaimana makna dibangun dalam "teks" media, atau studi tentang bagaimana tanda dan jenis karya apapun dalam masyarakat mengkomunikasikan makna (John Fiske, 2012 : 67).

[7] Menurut John Fiske (dalam Eriyanto, 2012: 114), saat menampilkan obyek, peristiwa, gagasan, kelompok atau seseorang paling tidak ada tiga proses yang dihadapi oleh wartawan, yaitu :

1. Level Pertama  
Pada level pertama, adalah peristiwa yang ditandakan dengan (encode) sebagai realitas. Bagaimana peristiwa itu dikonstruksi sebagai realitas oleh wartawan/media. Dalam bahasa gambar (terutama televisi) ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan dan ekspresi. Di sini, realitas selalu siap untuk ditandakan ketika kita menganggap dan mengkonstruksi peristiwa tersebut sebagai realitas.
2. Level Kedua

Pada level kedua, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas, pertanyaan berikutnya adalah bagaimana realitas itu digambarkan. Di sini, kita menggunakan perangkat secara teknis. Dalam bahasa tulis, alat teknis itu adalah kata, kalimat atau proposisi, grafik, dan sebagainya. Dalam bahasa gambar/televisei, alat itu berupa kamera, pencahayaan, editing atau musik. Pemakaian kata-kata, kalimat, atau proposisi tertentu.

### 3. Level Ketiga

Pada level ketiga, bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti kelas sosial, atau kepercayaan dominan yang ada di dalam masyarakat (patriarki, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya).

## 3. PEMBAHASAN

### 3.1. Scene Pertama

#### Gambar 1

#### Unit Analisis 1



#### 1. Level Realitas

Pada *scene* ini ditampilkan bahwa sepasang kaki yang menuruni ranjang tidur dengan baju tidur dan tanpa alas kaki. Ditambah dengan sprei yang berantakan, sandal jepit dan sebuah kain yang tergeletak di atas lantai. Pada potongan berikutnya terlihat seseorang mengeluarkan kaki dari tenda perkemahan dengan celana pendek dan tanpa alas kaki menapaki tanah berumput. Terdapat pula botol, piring putih, dan pisau tergeletak di sekitarnya. Potongan berikutnya memperlihatkan sepasang kaki menggunakan sepatu pantofel warna coklat bertali hitam dan berkaos kaki merah hitam dirapikan lalu melangkah kedepan. Potongan gambar selanjutnya memperlihatkan sepasang kaki tanpa alas, mengenakan celana pendek berjinjit agak berlari melewati satu lemari lalu memasuki ruangan yang agak gelap. Berikutnya kaki berjalan dengan sepatu coklat kehijauan bertali hitam bercelana pendek keluar dari sebuah ruangan dengan tembok bergambar atau *grafiti*.

#### 2. Level Representasi

[8] Pada potongan gambar pertama ini *setting* yang terlihat suasana pada sebuah kamar tidur. Bangun di pagi hari menandakan bahwa orang tersebut memiliki kesibukan yang harus dijalani. Karena orang yang tidak memiliki kesibukan bisa saja bangun lebih siang. Potongan gambar kedua menggambarkan bahwa orang tersebut tengah berada di alam terbuka dan sedang melakukan kegiatan perkemahan. Hal itu menandakan bahwa orang tersebut menggemari kegiatan *traveling*, makna hidup bagi mereka pecinta *traveling* adalah tentang kebersamaan, menghargai cara bukan tujuan, sebagai ajang pembuktian diri, belajar profesionalitas, dan ajang bercermin dan menemukan diri sendiri. [9] Pada potongan gambar ketiga menandakan bahwa orang tersebut beraktivitas dalam lingkup formal menurut Peter Drucker, kerja adalah bagian sentral di dalam kehidupan manusia (Drucker, 1993, 130). Potongan gambar keempat sepasang kaki yang tengah berjinjit sambil berlari kecil melewati sebuah almari kecil untuk memasuki sebuah ruangan yang memperlihatkan kegiatan seseorang dalam memulai harinya dengan mempersiapkan diri di kamar mandi. Potongan gambar kelima memperlihatkan sepasang kaki keluar dari sebuah ruangan menyusuri sebuah jalan menandakan bahwa orang tersebut akan memulai aktivitas diluar aktivitas formal. Narasi "*Hari ini adalah hasil dari langkah-langkah yang pernah kita lalui*" mengandung maksud siapapun yang melakukan suatu hal, baik itu hal yang positif maupun hal yang negatif akan menuai hasilnya sendiri sesuai dengan usaha dan konsekuensi yang ditanggungnya. Pada narasi ini termasuk kedalam narasi propp bagian *preparation* dan *complication*.

### 3.2. Scene Kedua

#### Gambar 2

##### Unit Analisis 2



#### 1. Level Realitas

Gambar pertama terlihat seseorang mengendarai sebuah *Skateboard* dengan sesekali kaki menapak ke jalan memakai sepatu pantofel dan celana panjang, gambar kedua, seseorang memperlihatkan tengah berlari lalu melompat arah pintu kaca yang sedang terbuka memakai celana panjang ketat tanpa alas kaki, dan gambar ketiga, dua orang sedang melompat dengan kaki diangkat tinggi ke atas bercelana pendek dan tanpa alas kaki.

#### 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama menandakan bahwa orang tersebut memiliki hobi bermain *skateboard*. *Skateboard* sendiri merupakan olahraga ekstrim yang memungkinkan orang dengan mudah terjatuh dan mengalami cedera. Hal ini menandakan bahwa orang tersebut memandang hidup dengan keberanian. Terlihat dari hobi ekstrimnya dengan bermain *skateboard*. Namun dengan tidak meninggalkan pekerjaan formalnya yang terlihat dari penampilan formal yang dikenakannya. Pada potongan gambar kedua menandakan orang tersebut menggemari musik namun juga gemar membaca. Bagi penggemar musik, mereka menganggap musik sebagai ekspresi jiwa yang dituangkan dalam nada-nada hingga mempengaruhi pikiran dan kepribadian mereka. Potongan gambar ketiga merepresentasikan makna hidupnya, diluar aktivitas kesehariannya mereka berusaha melewati batas untuk mendapatkan kebebasan yang digambarkan dari lompatan tembok. Pada *scene* kedua ini termasuk dalam narasi propp *ideological content* bagian *transference* dan *struggle*. Narasi yang disampaikan berisi tentang langkah yang ringan. Langkah ringan diartikan sebagai langkah yang mudah dan enteng untuk dijalani. Dengan langkah yang ringan akan mempermudah dan menyukseskan orang untuk mencapai tujuannya. Meskipun terdapat hambatan, namun dengan langkah ringan akan dengan mudah melewatinya.

### 3.3. Scene Ketiga

#### Gambar 3

##### Unit Analisis 3



#### 1. Level Realitas

Gambar pertama tampak obyek seorang laki-laki memakai baju setelan jas hitam rapi dengan tas kotak disamping menaiki tangga, gambar kedua tampak obyek seorang wanita memakai rok pendek bersepatu *high heels* tengah menghilangkan permen karet di sepatunya, gambar ketiga tampak tiga orang dibelakang mobil satu orang memakai celana panjang *jeans* bersepatu hitam putih dan satu orang lainnya memakai celana *jeans* pendek bersepatu dan terakhir seorang wanita memakai rok bersepatu tinggi tengah mendorong mobil, gambar keempat masih dengan obyek yang sama, dan gambar kelima obyek seorang wanita memakai baju panjang dan mengenakan baju kodok sedang fokus melukis.

## 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama, tangga direpresentasikan sebagai hambatan yang harus dilalui manusia, sedangkan bangunan tersebut sebagai tujuan akhirnya. Ketika manusia menghadapi hambatan, langkah yang dilalui akan menjadi berat, namun hal ini tergantung dari cara kita menyikapinya. Potongan gambar kedua tampak permen karet yang menempel di sepatu obyek yang merepresentasikan bahwa ketika dalam menghadapi hambatan, terkadang membuat langkah kita terhenti untuk menyingkirkannya. Gambar ketiga memperlihatkan tiga orang sedang melakukan perjalanan liburan namun mobilnya mengalami mogok, sehingga harus didorong. Hal tersebut merepresentasikan bahwa kita harus gigih ketika kita menghadapi hambatan juga pantang menyerah. Gambar terakhir tampak obyek wanita yang memiliki hobi melukis dan tampak bersungguh-sungguh dalam menekuninya. Penjelasan tersebut merepresentasikan bahwa dalam menjalankan suatu hal dibutuhkan kesungguhan dan keseriusan agar mencapai tujuan. Narasi pada *scene* ketiga yang berisi “langkah yang berat” termasuk dalam narasi propp bagian *transference* dan *struggle* yang menjelaskan bahwa dalam menjalani hidup terkadang kita menghadapi hambatan yang membuat kita merasa berat dalam melangkah dan perlu sikap bijaksana untuk memecahkan masalah tersebut.

### 3.4. Scene Keempat

Gambar 4

#### Unit Analisis 4



#### 1. Level Realitas

Gambar pertama tampak obyek melangkah mundur pelan ber celana panjang tanpa alas kaki, gambar kedua obyek memakai celana pendek dengan kakinya memakai sepatu *boots* dengan hati-hati dan badan sedikit merunduk melakukan langkah mundur, dan gambar ketiga obyek mengenakan celana pendek diatas lutut sedang berlari kecil ke belakang menghindari deburan ombak lautan.

#### 2. Level Representasi

Gambar pertama merepresentasikan langkah yang dijalankan begitu pelan memperlihatkan bahwa dia tengah terfokus pada suatu hal yang membutuhkan konsentrasi. Gambar kedua merepresentasikan makna hidup yang tergambar adalah untuk mencapai tujuan terkadang kita harus melangkah mundur atau mengalami kemunduran demi menciptakan peluang. Gambar ketiga merepresentasikan bahwa terkadang langkah yang pernah kita buat harus dihapus demi langkah yang lebih baik. Langkah yang perlu dihapus berkaitan dengan kesalahan ataupun memori yang menghambat kita untuk berkembang. Pada *scene* keempat ini narasi yang disampaikan termasuk kedalam narasi propp bagian *transference* dan *struggle* dengan isi narasi “Langkah Mundur”. Langkah mundur dapat disebabkan oleh adanya kegagalan atau kesalahan dari diri sendiri, bisa juga oleh faktor kondisi. Hal ini bergantung pada faktor pikiran yang mempengaruhi motivasi kita dalam menjalani suatu hal. Ketika kita dalam masalah atau suatu hambatan yang menghambat motivasi segala hal dapat menghambat bahkan membuat langkah kita mundur.

### 3.5. Scene Kelima

Gambar 5

#### Unit Analisis 5



### 1. Level Realitas

Tampak obyek mengenakan celana panjang ketat dan sepatu *boots* dengan membawa gitar oleh beberapa orang sedang berjalan bersamaan dengan salah satu orang mengangkat tangannya tinggi keatas.

### 2. Level Representasi

[10] Dalam jurnal (*self identity*), Tasha R. Howe (2015) mengemukakan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa para *metal head* secara signifikan lebih bahagia pada masa mudanya dan mudah menyesuaikan diri dengan era kini dibanding pendengar musik lain. Tak hanya pada masanya, mereka juga lebih bahagia ketimbang pemuda masa kini. Hal itu terlihat dari ekspresi begitu bahagia yang ditampilkan dalam visual dengan salah seorang mengangkat tangannya ke atas. Narasi pada *scene* kelima ini termasuk dalam narasi propp bagian *transference* dan *struggle*. “*Langkah Berderap*” diartikan sebagai langkah kebersamaan yang dilakukan oleh beberapa orang. Tampak hubungan pertemanan yang erat di antara mereka satu sama lain. [11] Sesuai dengan yang diungkapkan oleh weiss dalam Tillman-Healy (2003: 729), teman itu datang dan berkumpul bersama karena adanya kesenangan, rasa akan kebersamaan, dan afiliasi emosional.

### 3.6. Scene Keenam

#### Gambar 6

##### Unit Analisis 6



### 1. Level Realitas

Gambar pertama dan kedua tampak wanita ber celana panjang berbaju hitam dan sepatu berhak tinggi yang dibawa ditangannya yang sedang berjalan sesekali melompat menghindari genangan air. Gambar ketiga tampak seseorang memakai jaket tebal yang disesuaikan dengan musim salju sedang berjalan santai dengan meninggalkan jejak kakinya dibelakang.

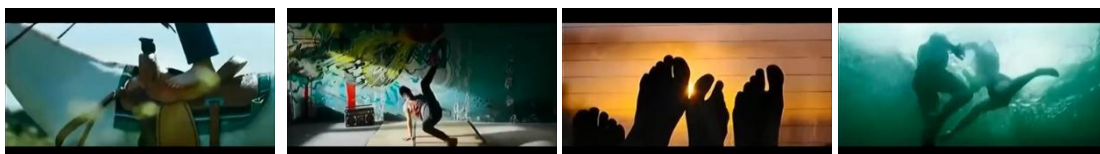
### 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama tampak obyek yang tergambar menandakan bahwa wanita tersebut pulang dari klub malam, hal ini merepresentasikan dalam melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan terkadang kita harus menghadapinya sendiri tanpa ada campur tangan orang lain meskipun. Genangan air dilambangkan sebagai rintangan yang harus dihindari. Potongan gambar terakhir merepresentasikan jejak kaki yang dibuat obyek menandakan perjalanan hidup kita akan selalu berbekas dalam memori ingatan masing-masing. Isi narasi “*Langkah Sendiri*” termasuk kedalam bagian *transference* dan *struggle* langkah sendiri tanpa teman menandakan keadaan ketika kesepian.

### 3.7. Scene Ketujuh

#### Gambar 7

##### Unit Analisis 7



### 1. Level Realitas

Gambar pertama tampak seekor kuda berwarna putih lengkap dengan tempat duduk bagi penunggangnya dan seseorang bercelana panjang tanpa alas kaki menaiki punggung kuda tersebut, gambar kedua tampak seorang lelaki memakai celana panjang dengan baju sebahu dan mengenakan kupluk dikepalanya melakukan gerakan kaki berputar melayang, gambar ketiga tampak sepasang kaki disandarkan mengarah ke matahari sore, dan gambar terakhir tampak seorang lelaki dan seorang perempuan memakai baju dan celana pendek menyelam dalam air dan saling bergandengan.

### 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama merepresentasikan bahwa ketika kita sudah terbiasa dengan suatu hal maka dengan mudah kita menjalaninya. Dengan terbiasa menunggang kuda maka melangkah pun seperti tidak melangkah. Potongan gambar kedua gerakan *breakdance* yang membuat diri mereka menjadi berbeda dengan yang lainnya. Dengan menjadi yang berbeda, mereka merasa lebih diperhatikan dan dihargai oleh orang lain. Selain itu *breakdance* juga memberikan banyak hal positif bagi mereka, contohnya adalah menjadi lebih mandiri. Gambar ketiga Makna hidup yang tergambar adalah dengan adanya dua pasang kaki menandakan dua orang yang memiliki kedekatan satu sama lain memunculkan rasa nyaman, serta di sebuah ruangan dengan cahaya matahari jingga di sore hari membuat suasana tenang dan hangat dapat merasakan ketenangan hidup meskipun tanpa melangkah. Potongan gambar keempat merepresentasikan orang lain memiliki peran dalam menjaga kita tidak jatuh atau gagal dalam mencapai tujuan. Narasi ini termasuk kedalam narasi propp bagian *Transference* dan *Struggle*. “Langkah yang gak melangkah” sesuai dari visual yang ditampilkan menandakan kita memerlukan adanya keahlian, keterampilan dan bantuan orang lain dalam menjalani kehidupan, dengan begitu segala hal dapat menjadi mungkin untuk dicapai.

### 3.8. Scene Kedelapan

#### Gambar 8

#### Unit Analisis 8



### 1. Level Realitas

Gambar pertama tampak tiga orang bercelana pendek tengah melangkah pelan dan santai mendekati ombak lautan, gambar kedua tampak seseorang bercelana warna hitam tanpa alas kaki menaiki sebuah papan seluncur berjalan pelan maju kedepan, gambar ketiga tampak seorang wanita yang melakukan gerakan *moonwalk* ala Michael Jackson, gambar keempat dan kelima tampak seorang pria berjaket merah berlari melawan arus keatas, dan terakhir tampak seseorang mengenakan sepatu *boots* perempuan sedang asik memainkan musik.

### 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama tampak Laut yang begitu luas merepresentasikan masa depan yang begitu panjang dengan hambatan dan rintangan yang belum kita ketahui. Langkah searah mereka menandakan mereka telah siap menjalani masa depan. Gambar kedua merepresentasikan bahwa meskipun kita telah ahli dalam suatu bidang dan telah terbiasa melakukan hal dalam bidang tersebut, langkah lebih baik jika kita mengikuti sesuai dengan aturan dan ketentuan (searah arus). Karena ketika kita tidak sesuai aturan (melawan arus) maka akan dengan mudah mengalami kegagalan yang sesuai dengan visual tersebut, ketika sesuai arah ombak maka akan selamat, sebaliknya jika melawan arus maka akan mudah mengalami kegagalan. Gambar ketiga Makna hidupnya

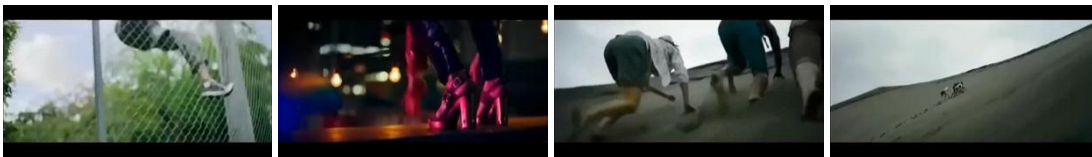


adalah ketika kita mengidolakan suatu hal atau seseorang maka secara tak sadar kita akan meniru gaya dan penampilannya. Hal ini menandakan bahwa apa yang kita tiru merupakan bukan jati diri kita yang sebenarnya, melainkan diri orang yang kita tiru. Gambar keempat dan kelima merepresentasikan bahwa orang tersebut dengan berani melawan arus yang berarti melenceng dari aturan dan kebiasaan kebanyakan orang. dia berusaha mewujudkan langkah dan jalan yang berbeda untuk mencapai tujuannya. Gambar keenam dan ketujuh memperlihatkan pemain musik, Mereka memandang hidup dengan mengekspresikan emosi dan perasaan yang dituangkan dengan seni musik. Isi narasi “Langkah yang searah arus, berlawanan arus” tersebut termasuk dalam narasi propp bagian *transference* dan *struggle*, langkah sesuai arus maupun melawan arus merupakan langkah yang lazim dilalui manusia yang bergantung pada rasa kepercayaan diri.

### 3.9. Scene Kesembilan

#### Gambar 9

##### Unit Analisis 9



#### 1. Level Realitas

Gambar pertama tampak seseorang memakai baju putih bercelana panjang warna gelap dan mengenakan sepatu kets sedang memanjat pagar pembatas, gambar kedua seorang perempuan bercelana panjang ketat dan bersepatu *high heels* sedang maneiki tembok, gambar ketiga dan keempat tampak tiga orang yang berusaha menaiki perbukitan pasir dengan gerakan merangkak dengan mengenakan celana pendek.

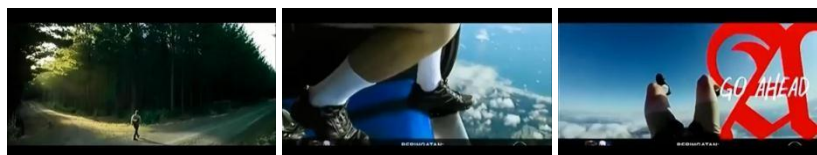
#### 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama terlihat Pagar yang direpresentasikan sebagai tantangan yang begitu berat yang tergambar dari tinggi pagar yang melebihi tinggi badan obyek tanpa menyerah dia berusaha melewatinya. Gambar kedua merepresentasikan bahwa ketika kita sudah ada di atas terkadang kita penasaran dengan apa yang terjadi di bawah, maksudnya ketika kita sukses kita terkadang merasa penasaran dengan orang-orang yang belum sukses. Gambar ketiga dan keempat merepresentasikan bahwa ketika dalam keadaan terburu-buru dan akan menghadapi kesulitan kita akan mencoba berbagai cara bahkan cara baru untuk mencapai tujuan sehingga memunculkan rasa penasaran berdasarkan kreativitas. Narasi “Langkah penasaran penuh dengan pencarian” masuk dalam narasi propp bagian *transference* dan *struggle*. Langkah yang dilakukannya terkadang terlihat berbeda dan tidak biasa dilakukan oleh kebanyakan orang. Rasa penasaran identik dengan rasa pencarian, ketika kita memiliki rasa penasaran maka kita akan berusaha mencari sesuatu dari apa yang kita penasarankan yang kemudian memunculkan kreativitas untuk menghilangkan rasa penasaran.

### 3.10. Scene Kesepuluh

#### Gambar 10

##### Unit Analisis 10



#### 1. Level Realitas

Gambar pertama tampak seseorang memakai sepatu bercelana panjang dan berjaket mengenakan kupluk di kepalanya serta memakai tas dipunggungnya tengah berhenti untuk memilih jalan, gambar kedua tampak seorang pria memakai celana pendek bersepatu hitam berkaos kaki putih sedang ragu untuk melompat, dan

gambar berikutnya terlihat pria tersebut sudah terjun diatas awan dengan logo *A Mild Go Ahead* dan himbauan baku untuk larangan merokok terpampang jelas.

## 2. Level Representasi

Potongan gambar pertama merepresentasikan bahwa dalam hidup terdapat pilihan yang menentukan langkah kita ke depan. Perlu sikap bijaksana untuk menentukan satu dari beberapa jalan yang harus dilalui. Gambar kedua dan ketiga tampak obyek terlihat ragu ketika melompat dari atas pesawat, yang menandakan bahwa dia bukanlah seorang penerjun payung profesional dan terlihat baru dalam melakukan terjun payung. Hal ini merepresentasikan bahwa dalam memulai hal baru diperlukan adanya keberanian walaupun masih terdapat rasa ragu dalam diri kita. Narasi "*Jadi, apa langkah kita selanjutnya?*" termasuk kedalam narasi propp bagian epilog yang terdiri dari *return* dan *recognition*. Narasi propp bagian ini adalah bagian terakhir yang memuat tentang penyelesaian dan pengembalian. Narasi berbentuk kalimat pertanyaan yang ditujukan kepada pemirsa untuk menjawab pertanyaan tersebut dan dijawab oleh pemirsa sendiri. Narasi berisi tentang pertanyaan dari langkah kita selanjutnya. Kalimat tersebut mendorong kita untuk berintrospeksi diri untuk menentukan langkah kita selanjutnya.

### 3.11. Analisis Level Ideologi

[12] Menurut Dadang Sundawa, dkk (2008:4) ideologi merupakan cerminan cara berfikir orang atau masyarakat yang sekaligus membentuk orang atau masyarakat itu menuju cita-citanya. Ideologi merupakan sesuatu yang dihayati menjadi suatu keyakinan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016 mengandung makna hidup yang membentuk cara berfikir orang atau masyarakat untuk mewujudkan cita-citanya masing-masing. Dalam iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016 ini ideologi dominan yang dihadirkan berupa fenomena *traveling*. Terlihat dari beberapa *shot* atau potongan gambar yang memperlihatkan obyek yang sedang melakukan *traveling* atau berlibur seperti di Pantai, gunung, hutan dan sebagainya. Ideologi dominan lainnya berupa aktivitas formal yang digambarkan dari dari pakaian formal yang umum dikenakan oleh kebanyakan orang seperti memakai kemeja putih, berdasi, dan jas. Dari jenis-jenis langkah yang diperlihatkan pada iklan ini mempertegas bahwa iklan ini mengambil segmentasi pada semua kalangan, hal ini terlihat dari berbagai latar belakang obyek yang ditampilkan dalam iklan serta segmentasi tersebut diarahkan kepada konsumen untuk membentuk makna hidup pada masing-masing individu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan interpretasi yang telah peneliti uraikan pada bab-bab sebelumnya, bahwa representasi makna hidup dapat ditemukan dari makna dan tanda pada level realitas, level representasi dan level ideologi yang terbagi kedalam sepuluh unit analisis dan sepuluh narasi dalam iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016. Hal-hal tersebut dapat dipahami berdasarkan pada hal berikut:

1. Makna hidup direpresentasikan dari level realitas melalui tanda dari pakaian, latar belakang, dan ekspresi. Iklan ini memiliki banyak *shot* atau potongan gambar dan pada masing-masing *shot* memiliki gambar yang berbeda-beda, namun dengan obyek yang sama yaitu kaki manusia. Masing-masing dari gambar menunjukkan gerakan dan aktivitas manusia pada umumnya, yang secara realitas dapat dijumpai di lingkungan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa setiap apa yang kita lakukan mempunyai makna hidup tersendiri.
2. Makna hidup direpresentasikan dalam level representasi melalui tanda berupa narasi, *setting*, dan *backsound*. Tanda yang menjadi obyek iklan direpresentasikan menjadi suatu makna. Dengan berbagai karakter yang tergambar dari visual iklan ini menunjukkan karakter yang berbeda-beda antara *scene* dan *shot* satu dengan yang lain seperti *traveling*, aktivitas baik formal maupun non formal, dll yang tentunya membentuk makna hidup yang berbeda-beda. Narasi yang disampaikan juga mengandung makna hidup yang tergambar pada jenis-jenis langkah yang dilalui manusia yang tentunya akan membentuk representasi sendiri pada masing-masing *scene*. Narasi menggunakan struktur narasi Propp yang diadopsi dari pemikiran John Fiske yang terbagi menjadi enam bagian yaitu pada prolog terdapat *preparation* dan *complication*, *ideological content* terdapat *transference* dan *struggle*, dan pada epilog terdapat *return* dan *recognition* yang mempermudah peneliti dalam menganalisa obyek bergerak seperti iklan, serta narasi menggunakan suara laki-laki karena konsumen rokok didominasi oleh kaum pria, dan *backsound* menggunakan alunan piano karena dapat memudahkan orang untuk merenungkan isi pesan.

3. Makna hidup dalam iklan *A Mild Go Ahead* versi langkah terkandung dalam level ideologi yang terdapat pada keseluruhan cerita iklan. Ideologi berarti membuat ide-ide (pemikiran) penguasa diterima oleh masyarakat, hal ini sesuai dengan teori hegemoni yang berarti adanya kekuasaan dalam menyampaikan pemikiran. Ideologi dominan dalam iklan ini berupa fenomena *traveling*, aktivitas formal dan non formal.

#### Saran

1. Penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan yang kemungkinan dapat diperbaiki suatu saat nanti. Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan semiotika John Fiske yang tidak menyertakan pendekatan semiotika yang lainnya seperti pendekatan semiotika Roland Barthes atau Charles Sanders Peirce. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan obyek penelitian yang lain selain iklan rokok *A Mild Go Ahead* versi langkah 2016 ini.
2. Iklan rokok *A Mild Go Ahead* versi langkah mengangkat cerita yang ringan dapat diterima oleh masyarakat karena selalu mengangkat cerita yang inspiratif dan motivatif. Hal ini dapat ditiru oleh produsen iklan rokok yang lain dengan tema yang membangun dan dengan tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kriyantono, Rakhmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [2] Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [3] Komisi Penyiaran Indonesia, [www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id)
- [4, 10] Koeswara, E.(1992). *Logoterapi: Psikoterapi Victor Frankl*. Yogyakarta: Kanisius.
- [5] Suyanto, Slamet. (2005). *Dasar-dasar Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Hikayat Publishing.
- [6] Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [7] Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LkiS Printing Cemerlang.
- [8] (sumber: [www.phinemo.com](http://www.phinemo.com) diposting pada 21 juni 2015)
- [9] Drucker, Peter, 1993, *Management: Tasks, Responsibilities, and Practices*, New York: Truman Talley Books.
- [10] Howe, Tasha R. 2015. *The Life Experiences And Mid-Life Functioning Of 1980s Heavy Metal Groupies, Musicians and Fans*.
- [11] Tillmann-Healy, Lisa M. 2003. *Friendship as Method. Qualitative Inquiry*, 9, 729-749.
- [12] Dadang Sundawa (2008). "*Silabus dan Satuan Acara Perkuliahan dan Hand Out Perkuliahan*" Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.