
ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN DJARUM 76 VERSI KORUPSI, PUNGLI DAN SOGOKAN

Nichi Hana Karlina

Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
email: nichi.hana@unibi.ac.id.

Abstrak

Melihat perkembangan teknologi yang pesat, berdampak pula pada bidang pertelevisian khususnya iklan televisi. Para kreator iklan televisi dituntut untuk mampu membuat iklan televisi yang menarik, diproduksi dengan teknologi canggih, bahkan beberapa iklan dibuat dengan teknik sinematografi agar dapat menyentuh perasaan audiens sehingga mampu menyampaikan makna sosial didalamnya. Seperti pada iklan Djarum 76 yang sering kali mengangkat fenomena yang terjadi di masyarakat untuk dijadikan konsep iklannya, salah satunya iklan Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan”. Dalam iklan ini diceritakan seorang warga masyarakat yang datang ke kantor pelayanan publik untuk mengurus suatu hal dan meminta untuk dilayani oleh aparat pemerintahan. Namun oknum aparat pemerintahan tersebut memungut pungli dan menawarkan diri untuk disogok oleh warga tersebut. Adegan-adegan tersebut disampaikan melalui tanda-tanda yang maknanya harus diungkap.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap makna tanda, agar dapat mengetahui makna kritik sosial yang terdapat pada iklan iklan Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah interpretatif, peneliti akan menginterpretasi objek yang diteliti berlandaskan pendekatan *Peircean Semiotics* untuk menganalisis tanda. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara merekam gambar dan mencatat jalan cerita pada iklan Djarum 76. Data kemudian diklasifikasikan dan dianalisis sesuai dengan makna tanda berdasarkan pendekatan *Peircean Semiotics*.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan rokok Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan”, mengandung makna kritik sosial untuk para oknum aparat pemerintahan yang bekerja di kantor pelayanan publik, yang disampaikan dalam bentuk sindiran/satire. Iklan ini memiliki makna yang serius dan mendalam, namun dengan pengemasannya yang kental akan budaya dan mitos serta ideologi disampaikan dengan gaya parodi, iklan ini menjadi terasa lebih ringan dan menarik untuk dilihat.

Kata Kunci : Semiotika, iklan, Djarum 76, korupsi.

Abstract

Seeing rapid technological developments, has an impact on the field of television, especially television advertising. The creators of television advertising are required to be able to make attractive television advertisements, produced with advanced technology, even some advertisements are made with cinematographic techniques in order to be able to touch the audience's feelings so as to be able to convey the social meaning in it. As in the Djarum 76 advertisement which often raises phenomena that occur in the community to be used as advertising concepts, one of them is the Djarum 76 advertisement version of "corruption,

extortion and bribery". In this advertisement, a community member came to the public service office to take care of something and asked to be served by government officials. However, some government officials picked up extortion and offered to be bribed by the residents. The scenes are conveyed through signs whose meaning must be revealed.

The purpose of this research is to reveal the meaning of the sign, so that it can find out the meaning of social criticism found in the Djarum 76 advertisement advertisement for the version of "corruption, extortion and bribery". The method used in this study is interpretative, researcher will interpret the object under study based on the Peircean Semiotics approach to analyze signs. Data collection techniques are done by recording images and recording the storyline on Djarum 76 ads. Data is then classified and analyzed according to the sign meaning based on the Peircean Semiotics approach.

The results of this study can be concluded that the Djarum 76 cigarette advertisement version of "corruption, extortion and bribery", implies social criticism for government officials who work in the context of public services, which are conveyed in the form of satire. This advertisement has a serious and deep meaning, but with its thick packaging of culture and myths and ideology delivered in a parody style, this advertisement becomes lighter and interesting to look at.

Keywords: Semiotics, ads, Djarum 76, corruption.

1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan teknologi yang pesat yang mempengaruhi segala bidang, berdampak pula pada bidang pertelevisian khususnya iklan televisi. Para kreator iklan televisi dituntut untuk mampu membuat iklan televisi yang menarik, diproduksi dengan teknologi canggih, bahkan beberapa iklan dibuat dengan teknik sinematografi agar dapat menyentuh perasaan audiens sehingga mampu menyampaikan makna sosial didalamnya.

Seperti pada iklan rokok Djarum 76 yang sering kali mengangkat fenomena yang terjadi di masyarakat, seperti fenomena praktek korupsi, pungli dan sogokan sudah sering terjadi dan dapat ditemui dengan mudah dalam berbagai kesempatan dan waktu bahkan dilakukan secara terbuka, praktek ilegal tersebut sudah dianggap wajar ketika kita akan mengurus sesuatu seolah-olah sudah menjadi tradisi di Indonesia. Dalam iklan Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan” yang diproduksi tahun 2013, diceritakan seorang warga masyarakat yang datang ke kantor pelayanan publik untuk mengurus suatu hal dan meminta untuk dilayani oleh aparat pemerintahan. Namun oknum aparat pemerintahan tersebut memungut pungli dan menawarkan diri untuk disogok oleh warga tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap makna tanda, agar dapat mengetahui makna kritik sosial yang terdapat pada iklan iklan Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan”.

Iklan ini memiliki makna yang serius dan mendalam, namun dengan pengemasannya yang kental akan budaya dan mitos serta ideologi disampaikan dengan gaya parodi, iklan ini menjadi terasa lebih ringan dan menarik untuk dilihat. Adegan-adegan ditampilkan melalui tanda-tanda seperti ekspresi, *body language*, intonasi, dan tanda-tanda yang berkaitan dengan budaya, mitos serta ideologi yang maknanya harus diungkap agar dapat memahami pesan yang ingin disampaikan oleh iklan Djarum 76.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mengungkap makna tanda pada iklan ini, menggunakan pendekatan *Peircean Semiotics*. Tanda-tanda yang merepresentasikan sesuatu akan diklasifikasikan kedalam jenis ikon, indeks ataupun simbol, kemudian tanda tersebut diinterpretasi kedalam sebuah makna. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah interpretatif, peneliti akan menginterpretasi objek yang diteliti berlandaskan pendekatan *Peircean Semiotics* untuk menganalisis tanda. Unsur-unsur yang akan dianalisis adalah audio, visual, teknik pengambilan gambar (*shot*), dan *angle*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara merekam gambar dan mencatat jalan cerita pada iklan Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan” yang diproduksi tahun 2013.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tema korupsi, pungli dan sogokan merupakan tema yang ‘sensitif’, namun iklan Djarum 76 mampu menyampaikan tema tersebut dengan cara yang menarik. Iklan dikemas dan disampaikan melalui pendekatan humor berupa sindiran, sehingga tema praktek korupsi, pungli, sogokan yang seharusnya menjadi hal yang serius dan tidak menyenangkan, dapat terasa lebih ringan, unik dan menarik untuk dilihat sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pemirsa, selain itu pemirsa juga dapat dipengaruhi tanpa merasa, karena ada unsur senang. Humor dapat mengungkapkan pesan dengan sudut pandang yang baru. Pendekatan humor lebih rileks, dan menyenangkan (memberi hiburan pada pelihatnya).

Penyampaian tampilan tokoh-tokoh dalam iklan ini juga menggunakan teknik retorika visual (*visual rethorisc*) dimana penggunaan citra visual (*visual images*) untuk mengkomunikasikan makna. Dengan cara retorika visual ini budaya dan makna dapat direfleksikan, dikomunikasikan dan diubah oleh citra. Melalui retorika diharapkan dihasilkan efek kognitif (percaya, yakin) dan afektif tertentu (senang,

tergugah, takut, bersemangat). Tokoh utama dalam iklan ini adalah sesosok jin lampu ajaib yang mampu mengabulkan segala permintaan ketika ada seorang manusia yang mampu mengeluarkan dia dari lampu ajaib. Dongeng jin lampu diadopsi dari dongeng 1001 malam dari kisah Aladin yang berasal dari negeri dongeng. Pada iklan ini negara Indonesia diumpamakan sebagai negeri dongeng. Sosok jin yang biasanya ditampilkan berupa wujud yang besar, menyeramkan dan berkepala gundul; pada iklan ini mengalami retorika visual dengan pendekatan metafora dimana segala bentuk perumpamaan atau kiasan disampaikan secara *similarity: iconicity, analogi, likeness* berupa sosok seorang pria berpakaian adat dengan logat, bahasa dan tata karma yang identik/khas dengan orang Jawa Tengah.

Cara menyampaikan sebuah realitas dalam iklan ini menggunakan teknik representasi dimana realitas tidak dapat dihadirkan, digunakan mediasi untuk ‘menghadirkan realitas’ itu dalam suatu bentuk, citra yang terlihat. Representasi menggantungkan diri pada dunia realitas yang mendahuluinya, agar representasi dapat berlangsung. Representasi sebagai ‘reproduksi’; ‘reproduksi mekanik’ (seperti kamera) dapat mereproduksi sebuah realitas atau produk yang sudah ada. Salah satu representasi yang ditampilkan adalah representasi sosok Gayus Tambunan yang mewakili gambaran oknum pegawai di kantor pelayanan publik yang menjalankan praktek korupsi. Gayus Tambunan adalah seorang Pegawai Negeri Sipil yang bekerja di Ditjen pajak yang terkena kasus korupsi. Sosok Gayus Tambunan dipilih untuk mewakili oknum pegawai di kantor pelayanan publik karena kasus Gayus Tambunan cukup fenomenal dan sedang menjadi perbincangan yang hangat saat itu, sehingga sangat mudah dikenali sosok sekaligus kasusnya.



Gambar 1. Foto Gayus Tambunan (Asli)
Sumber : www.kompas.com, 14 Februari 2011

Di dalam iklan rokok Djarum 76 ini terdapat tanda-tanda yang membentuk suatu sistem tanda yang menghasilkan suatu makna. Dalam pembahasan ini tanda-tanda di uraikan berdasarkan *sequence/adekan* berurutan dari awal hingga akhir iklan.

a. Awan Putih (*real* atau bukan ilustrasi *freehand*) dan *jingle* Djarum 76



Gambar 2. Adegan 1 iklan Djarum 76
detik ke 00:00:00:01

Sumber: <http://jingle-iklan-tv.blogspot.com>

Pada sebuah cerita dongeng atau legenda, cerita biasanya diawali dengan kata-kata “Pada suatu hari...”, dalam iklan Djarum 76 ini kata “Pada suatu hari...” (*Representamen*) di visualisasikan dengan awan putih yang bergerak tenang (*Object*), makna yang sama dengan “Pada suatu hari...” yang ingin disampaikan oleh *sender*. Awan yang berwarna putih yang berperan sebagai *helper* yang membantu memberitahukan pada *receiver* bahwa cerita ini adalah cerita dongeng (*interpretant*). Namun terdapat tanda lain yaitu awan putih yang divisualisasikan dalam adegan ini adalah awan yang *real* atau bukan awan ilustrasi *freehand* yang menunjukkan bahwa cerita yang ingin disampaikan *sender* ini adalah cerita nyata (*real*) atau cerita yang benar terjadi di dunia

nyata. Adegan diiringi oleh *jingle* Djarum 76 yang khas yaitu '76 (Tujuh enaaaam)". Hal ini mendakan suatu identitas bahwa iklan ini merupakan milik Djarum 76 karena setiap iklan televisi yang dibuat selalu menggunakan *jingle* tersebut, Djarum 76 berperan sebagai *sender* yaitu pengirim pesan yang disampaikan dalam sebuah cerita.

Bagan 1. Cara Membaca tanda pada Adegan 1 iklan Djarum 76

b. Setting Interior dan Exterior



Gambar 3. Adegan iklan Djarum 76 detik ke- 00:02-00:09

Setting interior dan eksterior yang ditampilkan pada adegan di atas terdapat objek-objek yang membentuk suatu sistem tanda diantaranya tumpukan buku dan kertas, meja kerja dengan kursi yang terdapat diantara dua sisi meja yang diletakkan berhadapan, cap/stempel, mesin ketik, lemari loker berkas dan rak buku, papan informasi, pegawai/karwayan di asing-masing meja kerja, dan tampilan bangunan dari luar/eksterior. Dari objek-objek tersebut menunjukkan bahwa adegan terjadi di dalam sebuah kantor yang mengurus masalah publik.

c. Aktor dan Figure

- **Aktor** : Laki-laki berusia \pm 25 tahun, dengan postur tubuh tegap, proporsi tinggi dan berat badan ideal, menggunakan kemeja lengan panjang yang digulung setengah lengan, menggunakan celana panjang berbahan kain, sepatu resmi, rambut pendek disisir rapi dan membawa amplop berkas. Bersikap aktif, ekspresif dan di setiap adegan aktor 1 ini selalu muncul. Dari ciri-ciri tersebut di atas menunjukkan bahwa aktor 1 adalah aktor

utama yang sedang beraktifitas mengurus sesuatu di kantor urusan publik.



Gambar 4. Aktor 1 : Warga (Laki-laki berusia \pm 25 tahun)

- **Aktor 2** : Laki-laki berusia \pm 35 tahun, perwajahan sangat mirip dengan Gayus Tambunan yaitu seorang pegawai pajak yang terlibat kasus korupsi/mafia pajak, kasus Gayus Tambunan sangat fenomenal sehingga segala hal-hal yang berkaitan dengan masalah korupsi pada saat ini selalu dikaitkan dengan Gayus Tambunan. Gayus Tambunan \rightarrow Korupsi. Pada iklan ini *figure* Gayus Tambunan ditampilkan namun diperankan oleh seorang Laki-laki yang secara perwajahan serta gayanya dibuat agar mirip Gayus Tambunan.



Gambar 5. Aktor 2 : Pemeran Gayus Tambunan (Petugas Kantor Pelayanan publik)

Sehingga dapat dimaknai bahwa aktor 2 ini adalah seorang pegawai kantor urusan publik yang juga menjalankan praktek korupsi seperti Gayus Tambunan.

- **Aktor 3** : Aktor 3 merupakan aktor yang selalu ada dalam setiap iklan Djarum 76 versi jin lampu ajaib. Penggambaran Jin lampu ajaib pada iklan ini di representasikan oleh seorang pria dewasa berusia \pm 50 tahun

dengan postur tinggi besar. Berdasarkan mitos dan cerita dongeng Aladin dan lampu ajaib, jin yang keluar dari lampu ajaib tersebut dapat mengabulkan segala permintaan (1-3 permintaan) orang yang mengeluarkan jin dari lampu ajaib. Jin dalam dongeng Aladin berasal dari Negara Persia. Namun sosok jin pada iklan Djarum 76 ini Jin ini selalu menggunakan baju adat Jawa Tengah yang menandakan asal perusahaan rokok Djarum 76 yaitu dari daerah Kudus, Jawa Tengah.



Gambar 6. Aktor 3 : Jin Lampu Ajaib

Baju yang dikenakan sesuai dengan warna identitas rokok Darum 76 yaitu kuning keemasan. Bahasa dan logat jin ini pun menggunakan bahasa Jawa. Jin ini memang selalu menghormati tuannya, namun terkadang tingkahnya tidak sesuai dengan apa yang tuannya harapkan. Sosok jin yang khas inilah yang merubah pandangan bahwa jin selalu menuruti perintah menjadi jin yang selalu bernegosiasi.

- **Aktor Pendukung** : Aktor pendukung ini terdiri dari 1 orang wanita dan 1 orang laki-laki, penampakan sosok mereka tidak jelas (*Blur*), aktor ini hanya terdapat pada adegan yang terjadi di dalam ruang kantor, menandakan bahwa mereka hanyalah aktor pendukung yang melengkapi suatu suasana aktivitas tertentu. Meskipun digambarkan tidak jelas (*blur*) namun gestur para aktor pendukung masih dapat dipahami.



Gambar 7. Aktor pendukung (Petugas lainnya di kantor pelayanan publik)

d. Bahasa Tubuh (*Body Language*)

Bahasa Tubuh (*Body Language*) merupakan komunikasi yang (umumnya) tidak disadari. Menunjukkan *internal reality* seseorang, yang 'keluar' mendahului bahasa verbal. Sangat berpengaruh dan perlu dioptimalkan sesuai tujuan komunikasi. Jika berlawanan dengan bahasa verbal, akan mengurangi kekuatan komunikasi. Jika selaras dengan bahasa verbal, akan menambah kekuatan komunikasi.

Tabel 1. *Body Language* dan Maknanya

- Analisis Adegan 1

Dari ciri-ciri *body language* yang diperlihatkan aktor 1 (tersenyum) menandakan bahwa aktor 1 sedang dalam keadaan senang dan merasa nyaman sehingga membiarkan dirinya untuk membuka *personal spacenya*.

No	Body Language	Menandakan
1	Personal Space/Jarak Berdiri Antara 2 orang	Wilayah geografis yang dipersepsikan sebagai teritori pribadi. Jarak yang menunjukkan jauh dekatnya suatu hubungan antara 2 orang
2	Senyum	Perasaan orang sedang senang hati, nyaman, setuju.
3	Ekspresi muka	Kondisi pikiran seseorang
4	Open Posture	Seseorang merasa terbuka, percaya diri
5	Forward Lean (Tubuh condong ke depan ke arah lawan bicara)	Lawan bicara tertarik pada pembicaraan kita.
6	Touch	Orang merasa mulai akrab.
7	Eye Contact (soft and warm)	Keterbukaan, apa adanya, terus terang
8	Anggukan kepala	Persetujuan, afirmasi, akrab, suka. Terkecuali orang India.
9	Meletakkan tangan seperti bertopang dagu/menelpon dengan kepala dan badan tegak	Kondisi seseorang sedang menganalisa/menimbang pembicaraan orang lain.
10	Mengangkat satu kaki dan kedua tangan di belakang kepala	Seseorang tengah merasa dominan, menantang, berkuasa.
11	Menggaruk belakang kepala/leher	Kesan bohong/ragu. Kesan lebih kuat jika muka dialihkan dari lawan bicara.
12	Menjulurkan tangan kepada lawan bicara dengan telapak tangan di atas	Kesan jujur, terus terang
13	Memukul tubuh sendiri (kepala, dahi atau paha)	Sedang kelupaan atau menyalahkan diri sendiri.
14	Tangan membentuk Piramid	Menandakan : Sikap percaya diri, punya pendapat yang diyakini.
15	Menguasai Gerakan Tangan (menggambarkan sesuai dengan perkataan)	Gerakan jari-jari tangan menandakan uang/fulus



Gambar 8. Adegan 2 - Aktor 1 (Senyum)

- Analisis Adegan 3

Berdasarkan tanda-tanda yang dilakukan oleh aktor 2 (pemeran Gayus Tambunan) diantaranya; ekspresi muka yang datar dan santai, tatapan mata yang dingin, juluran tangan disertai gerakan tangan yang menandakan uang, sehingga dapat disimpulkan bahwa aktor 2 memikirkan uang dan uang yang dimaksud adalah uang sogokan atau suapan yang di minta dari lawan bicaranya secara terbuka.



Gambar 9. Adegan 3 - Aktor 2 (Menguasai Gerakan Tangan-Gerakan jari-jati tangan menandakan uang/fulus)

e. Intonasi

Intonasi diperlukan untuk membuat pembicaraan menjadi menarik. Berbicara tanpa intonasi akan mengesankan bahwa pembicara sendiri tidak tertarik.

Tabel 2. Manfaat lain dari Intonasi

No.	Intonasi	Manfaat
1.	Nada	- Untuk mendapatkan perhatian dengan cara nada diturunkan - Untuk menekankan kata penting dengan cara nada diturunkan
2	Tempo	Untuk menekankan suatu kata yang kita harapkan masuk ke bawah sadar.
3	Timbre	- Untuk membuat kata terkesan lebih mantap

		perberat tekanan kata - Untuk membuat kata terkesan lebih enteng <i>ringankan</i> tekanan kata
4	Jeda	- Untuk memancing munculnya rasa ingin tahu - Untuk menimbulkan harapan (<i>expectation</i>)



Gambar 11. Adegan 5-7. Munculnya jin dari lampu ajaib

- Analisis Adegan 4

Ekspresi yang ditunjukkan oleh aktor 1 menunjukkan suatu kemarahan atau kejengkelan yang diakibatkan oleh adegan ke-2 yaitu adanya praktek korupsi, yang tidak sama dengan ideologinya yaitu kejujuran.



Gambar 10. Adegan 4 - Aktor 2 (Menguasai Gerakan Tangan)

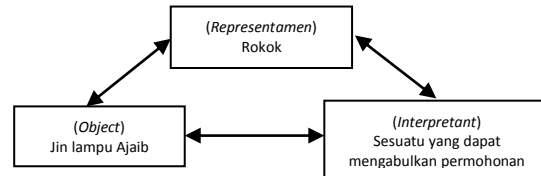
Kemarahan tidak hanya ditunjukkan dengan ekspresi muka, namun didukung pula oleh kalimat yang di ucapkannya yaitu “Dasar rampok!!!” yang diucapkan dengan intonasi nada tinggi dan timbre yang berat.

- Analisis Adegan 5-7

Dalam adegan 6 aktor 1 bergegas pergi meninggalkan kantor urusan publik tersebut dengan kesal, yang ditunjukkan dengan ekspresi wajah dan langkah kaki yang cepat dan ringan. Kemudian secara tidak sengaja aktor 1 menendang sebuah lampu ajaib yang kemudian mengeluarkan asap dan muncul sesuatu yaitu jin lampu ajaib.



Terdapat makna yang disampaikan dari visualisasi adegan ke-7. Biasanya lampu ajaib harus digosok-gosok agar jin yang terdapat di dalamnya keluar namun dalam iklan ini lampu ajaib tertendang, kemudian asap keluar dan muncul sosok jin lampu. Tanda khusus kemunculan dari jin lampu ajaib adalah keluarnya asap, begitu pula dengan ciri khusus dari sebatang rokok, untuk mengkonsumsi rokok perlu dipantik terlebih dahulu oleh api lalu asap akan muncul, terlebih lagi ketika asap rokok dikeluarkan dari mulut pengonsumsi, asap rokok akan keluar lebih banyak. Dari tanda tersebut jin lampu ajaib rokok direpresentasikan oleh jin lampu ajaib.



Bagan 2. Cara membaca tanda adegan 5-7

Asap yang keuar dari lampu ajaib dapat mewakili simbol dari sebatang rokok yang telah disulut oleh api. lampu ajaib dan jin yang mampu mengabdikan permintaan tuannya disejajarkan dengan rokok, diperkuat dengan penanda ‘asap’ dalam artian dengan mengkonsumsi rokok Djarum 76 yang dapat diperoleh di mana saja dengan mudah dapat menyelesaikan masalah dan dapat meredakan emosi.

- Analisis Adegan 8

Dalam adegan ini aktor 1 terkejut akan kehadiran sosok jin yang tiba-tiba muncul dihadapannya. Sedangkan jin langsung mengucapkan kata-kata “Ku beri satu permintaan. Monggo...” Jin menggunakan nada yang meyakinkan bahwa permintaan aktor 1 akan terkabul. Kemudian di selang jeda yang singkat dan dilanjutkan dengan kata *monggo...* (bahasa Jawa) yang artinya silahkan, dilengkapi dengan bahasa tubuh dengan menggerakkan tangan (jempol yang di sodorkan yang artinya menunjukkan secara sopan) ke hadapan lawan bicara, menandakan bahwa jin menghormati tuannya.



Gambar 12. Adegan 8. Jin lampu ajaib menawarkan kepa tuannya untuk mengajukan satu permohonan

- Analisis Adegan 9

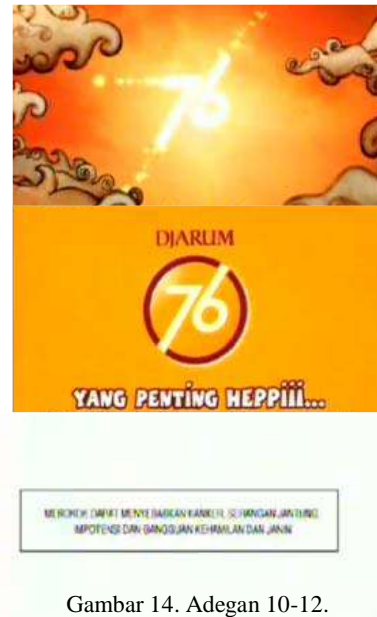
Adegan 9, aktor 1 menyampaikan permintaannya yaitu “mau korupsi, pungli, songkan, hilang dari muka bumi, bisa jin?” aktor mengucapkan dengan ekspresi yang bersemangat, menggebu-gebu, dengan intonasi nada yang tinggi. Namun jin menjawab “bisa diatur.....*wani piro?*” pada jawaban tersebut jin mulai memainkan intonasinya awalnya meyakinkan bahwa dia bisa, tapi di akhir kalimat dia mengajukan negosiasi dengan kalimat *wani piro?* (bahasa Jawa yang artinya berani berapa), yang berarti jin ini pun menawarkan praktek korupsi, dan mewarkan dirinya untuk di suap.



Gambar 13. Adegan 9. Aktor 1 menyampaikan permintaannya, tapi jin mengajukan negosiasi dengan kalimat *wani piro?*

- Analisis Adegan 10-12

Adegan ini adalah adegan penutup iklan Djarum 76 versi korupsi, pungli dan sogokan. Diakhiri dengan adegan 10-12, awan cerah namun dibuat dengan ilustrasi *freehand*, dengan ilustrasi *freehand* ini menandakan makna yang berbeda dengan awan *real* yang terdapat pada adegan 1.



Gambar 14. Adegan 10-12. Adegan penutup iklan

Kejadian nyata tersebut memang sangat menguras emosi namun oleh *sender* dibuat dengan memadukan dunia nyata dan dongeng agar menjadi parodi yang menarik, lucu namun pemirsa masih dapat mengambil maknanya bahwa pada saat ini kejujuran seolah-olah sudah tidak ada lagi, ditandai dengan sikap jin yang sudah berani bernegosiasi. Djarum 76 ingin menunjukkan arti penting tersebut, namun agar suasana menjadi cair kembali Djarum

76 menampilkan dan menyebutkan *tageline* “yang penting heppiii...” dengan intonasi

menghibur, menyenangkan dan memainkan, didukung juga oleh pemilihan *font* (jenis huruf) yang dinamis, kekeluargaan dan santai.

Nort, Winfried (1995). *Handbook Of Semiotics*. Bloomington : Indiana University Press.

www.jingle-iklan.-tv.blogspot.com. 14 Maret 2011

www.kompas.com. 14 Februari 2011

4. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan rokok Djarum 76 versi “korupsi, pungli dan sogokan”, mengandung makna kritik sosial untuk para oknum aparat pemerintahan yang bekerja di kantor pelayanan publik, yang disampaikan dalam bentuk sindiran/satire. Prosedur pengurusan administrasi di kantor pelayanan publik seharusnya bebas biaya apapun, karena aparat telah di gaji oleh pemerintah, namun yang terjadi di lapangan, prosedur-prosedur tersebut sering kali dijadikan lahan untuk praktek korupsi, pungli dan sogokan. Selain terdapat makna sosial, iklan ini juga merupakan suatu strategi penjualan produk Djarum 76. Rokok disimbolisasikan melalui sosok jin lampu ajaib yang dapat mengabdikan permintaan tuannya yang telah membebaskannya, sehingga dapat diartikan bahwa merokok dapat memudahkan/melancarkan segala urusan. Tayangan iklan ini secara tidak langsung mempersuasi konsumen untuk membeli produk rokok tersebut. Iklan ini memiliki makna yang serius dan mendalam, namun dengan pengemasannya yang kental akan budaya dan mitos serta ideologi disampaikan dengan gaya parodi, iklan ini menjadi terasa lebih ringan dan menarik untuk dilihat.

5. REFERENSI

Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta : Jalasutra.

Eco, Umberto. (2009). *Teori Semiotika*. Yogyakarta : Kreasi Wacana Yogyakarta.