

**PEMAKNAAN IKLAN NEW ERA BOOTS**  
(Makna Penari Wanita Dan Binaraga Dalam Iklan New Era Boots)

**Oleh**

Danang Ari Susanto

**Abstract**

*This study departs from advertising new era boots which is one of the ads are blocked by KPIS. The commercials broadcast during the period February 2015 has violated the regulation of broadcasting set KPI. The infringing content is pornographic content that are clearly designated as Indonesia in broadcasting content are prohibited for publication. The content of the elements of pornography can be seen from some of the scenes contained objects with tight clothes and sexy and there is a scene of men – men are shirtless. The purpose of this study was to describe the meaning of the message contained in the new era of advertising boots. Dengan analisis of semiotics Roland Barthes, the results obtained in this research is the reality of the object in the ad showed about the quality of the product in the form of elasticity, comfort, and strength. It refers to an object which is used, namely a flexible women dancers in dancing as well as a large and muscular bodybuilding-body stout.*

**Keywords:** *advertising new era boots, semiotics, the meaning of a message*

---

**Pendahuluan**

Di jaman yang modern sekarang banyak kita jumpai iklan yang beraneka ragam dari iklan yang menarik maupun yang biasa. Banyaknya iklan disebabkan karena iklan dianggap sebagai sarana yang cepat dalam mengenalkan dan memasarkan produk pada public. Pihak produsen menggandeng biro iklan sebagai komponen pemasaran produk sehingga iklan mempunyai peran penting. Dalam perjalanannya iklan sekarang tidak hanya ada di media cetak dan media audio visual namun juga telah merambah media billboard maupun baliho. Televisi merupakan salah satu media iklan yang dianggap mempunyai efek cepat pada public, hal ini dikarenakan televisi tidak hanya memberikan gambaran product tetapi juga didukung dengan konsep yang menarik serta effect music yang bagus.

Bagus atau tidaknya suatu iklan ditentukan oleh konsep iklan yang dibentuk sebelumnya. Semakin menarik suatu konsep iklan maka semakin menarik pula iklan yang dihasilkan. Berkembangnya konsep iklan ini mendorong produsen iklan untuk lebih kreatif dalam mengembangkan iklan dengan berbagai tema. Banyak produsen di era sekarang yang mulai mengembangkan konsep iklan dengan berbagai sudut pandang sehingga mampu menciptakan

iklan yang menarik dan juga membuat konsumen merasa interest terhadap product yang ditawarkan. Model tema iklan dapat ditinjau dari segi budaya, pariwisata, aktivitas, bahkan iklan di jaman modern dapat divisualisasikan dengan animasi.

Namun berkembangnya konsep iklan membuat pemerintah harus jeli dalam menerapkan peraturan untuk mengukur dan membatasi suatu iklan agar tidak melampaui batasan batasan yang telah ditentukan sebelumnya. Langkah pemerintah dengan membentuk KPI sebagai lembaga sensor diharapkan mampu menjadi filter dari suatu tayangan sebelum menjadi konsumsi public. Semua tayangan yang akan ditayangkan harus dilaporkan kepada KPI untuk melakukan pengecekan serta perijinan kelayakan suatu tayangan, KPI bertanggung jawab atas apa yang ditayangkan karena semua program yang ditayangkan di televisi telah lolos uji sensor pada KPI.

Salah satu iklan yang dikembangkan dengan konsep modern adalah new era boots, dengan konsep iklan yang sensual new era mengemas iklan dengan model penari dan binaraga serta dengan intro music yang ceria. Dengan konsep yang sedemikian rupa diharapkan mampu mengenai segmen dari product tersebut. New era boots menggunakan televisi untuk promosi, dengan menggunakan televisi

diharapkan new era boots dapat dikenal masyarakat secara cepat dikarenakan jangkauan televisi yang luas dan mempunyai efek cepat. Namun dalam pemasaran iklan, iklan new era boots mendapatkan pencekalan dari pihak pemuka agama.

Pencekalan ini terjadi karena perbedaan pendapat antara pembuat iklan dengan pihak pemuka agama. Konsep iklan yang menggunakan wanita dengan pakaian ketat didampingi oleh binaraga yang telanjang dada diharapkan menunjukkan produk new era yang elatis namun kuat tetapi pemuka agama memaknai iklan tersebut berdasarkan konseptual agama yang membuat iklan new era dipandang sebagai iklan yang menonjolkan unsure pornografi didalamnya.

Hal inilah yang membuat iklan ini menjadi polemik diantara pihak pembuat iklan dengan masyarakat. Menurut undang-undang pornografi bab satu dan bab dua telah dijelaskan bahwa ([m.detik.com/news/berita/1006768/inilah-isi-ruu-pornografi](http://m.detik.com/news/berita/1006768/inilah-isi-ruu-pornografi)). Bab 1 tentang ketentuan umum Pasal 1 : dalam undang undang ini yang dimaksud dengan: (1) Pornografi adalah materi seksualitas yang dibuat oleh manusia dalam bentuk gambar, sketsa, ilustrasi, foto, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, syair, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan komunikasi lain melalui berbagai bentuk media komunikasi dan atau pertunjukan dimuka umum, yang dapat membangkitkan hasrat seksual dan atau melanggar nilai nilai kesusilaan dalam masyarakat; (2) Jasa pornografi adalah semua jenis layanan pornografi yang disediakan orang perorangan atau korporasi melalui pertunjukan langsung, televisi kabel, televisi terestial, radio, telepon, internet, dan komunikasi elektronik lainnya serta surat kabar, majalah dan barang cetak lainnya

Bab 2 : larangan dan pembatasan. Pasal 4 (1) setiap orang dilarang membuat memperbanyak menggandakan, memproduksi, menyebarluaskan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan atau menyediakan pornografi yang memuat : ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan (h). (2) setiap orang dilarang menyediakan jasa

pornografi yang: Menyajikan secara eksplisit ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan (a). Menawarkan atau mengiklankan, baik langsung maupun tidak langsung layanan seksual.

Pandangan pemuka agama yang mengambil sudut pandang pornografi membuat iklan new era boots seakan akan adalah iklan yang mengedepankan unsur pornografi sebagai konten iklan. Namun, apabila ditinjau dari segi product iklan tersebut menggambarkan sebuah sepatu dengan tingkat keelastisan yang nyaman dan awet yang divisualisasikan dengan wanita yang berjoget secara luwes dan binaraga yang memamerkan ototnya yang besar. Dengan terjadinya hal seperti ini dalam suatu penayangan iklan maka KPI sebagai lembaga yang mengurus semua tayangan di televisi berhak untuk melakukan pencekalan atau menutup iklan tersebut agar tidak tayang kembali di televisi. Hal ini telah dilakukan oleh KPI dengan mencabut ijin tayang iklan new era boots pada 9 februari 2015. Hal ini dilakukan untuk mencegah timbulnya konflik yang lebih besar yang dikarenakan perbedaan persepsi. Dengan adanya pencekalan tersebut kini tayangan new era boots dapat diakses melalui media social youtube. Melalui media youtube peneliti mendapatkan video iklan untuk melakukan studi pada iklan tersebut sehingga peneliti dapat mengetahui makna yang terkandung di dalam iklan.

Peneliti menggunakan analisis semiotik sebagai alat analisis. Metode ini dipilih karena semiotik adalah metode yang mempelajari tentang gerak, warna, musik maupun simbol lain yang memiliki makna. Analisis yang digunakan berfokus pada semiotika Roland Barthes yang memaknai tanda dengan tahap denotasi, konotasi dan mitos untuk menentukan makna pesan yang terkandung di dalam iklan. Komunikasi merupakan simbolik dimana setiap orang akan beda memaknainya sehingga dengan dipilihnya semiotik sebagai alat analisis mampu memberikan pemaknaan yang sesuai tentang isi pesan pada iklan new era boots.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian diskriptif

kualitatif dengan teknik analisis semiotika. Teknik semiotika dalam penelitian ini bersifat diskriptif interpretatif. Bentuk penelitian yang bersifat subjektif yang tetap mengandung kebenaran. Dengan mengacu pada semiotika Roland Barthes maka tanda yang didapat akan dimaknai melalui denotatif dan konotatif sehingga membentuk mitos sebagai pembungkus pesan. Makna denotatif menurut Barthes adalah makna yang paling nyata dari tanda. Sedangkan konotasi adalah gambaran interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi, dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah penggambarannya (Fiske, 1990:88).

Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif, sehingga kehadirannya tidak disadari. Penonton mudah sekali membaca makna konotatif sebagai fakta denotatif. Salah satu tujuan analisis semiotic adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berfikir untuk mengatasi salah penafsiran arti.

Objek penelitian ini adalah sebuah iklan audio visual yang didapatkan dari youtube yang diunduh pada November 2015. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan studi pustaka serta melakukan wawancara. Study dokumentasi yaitu penulis mengumpulkan data yang mendukung penelitian yang berupa rekaman iklan serta pemberitaan tentang pencekalan iklan, selain video peneliti juga mengumpulkan buku teori tentang semiotika Roland Barthes pada buku semiotika komunikasi (Sobur:2011). Teknik analisa menggunakan analisis semiotika yaitu, data dibaca sehingga didapatkan gambaran secara umum tentang apa yang dipermasalahkan, data dibaca dengan analisis secara kualitatif interpretatif. Tanda yang telah ada dikelompokkan baru dimaknai secara denotatif kemudian baru konotatif . makna denotatif adalah makna yang langsung menunjukkan pada acuan atau makna dasar. Makna konotatif dan denotative digunakan untuk menunjukkan makna pesan dari iklan new era boots Memaparkan mitos sebagai pembungkus tanda. Mitos menggambarkan permasalahan yang akan dicari.

Dengan kata lain penulis harus menganalisis setiap adegan yang terdapat dalam iklan. Hal ini dilakukan karena tidak semua adegan bisa menunjukkan adanya penanda dan petanda. Setelah adegan dievaluasi barulah didapatkan mitos yang terkandung sebagai pembungkus tanda . setelah ditemukan penanda dan petanda yang terdapat makna denotative dan konotatif ,maka peneliti dapat menemukan symbol dari mitos yang mengarah pada makna pesan dari iklan. Hasil analisis digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam bentuk kesimpulan.

### **Hasil Penelitian**

Analisis pemaknaan iklan New Era boots menggunakan analisis dari Ronald Barthes yaitu konsep pemaknaan menggunakan dua tahap denotatif dan konotatif yang didapatkan dari simbol-simbol dalam iklan. Analisis menggunakan teknik Ronald Barthes menurut peneliti sangat cocok digunakan karena dengan menggunakan dua kali pemaknaan secara denotatif dan konotatif yang akan menghasilkan mitos dari tanda yang terdapat dalam iklan maka akan menghasilkan analisis yang lebih akurat.

Denotatif adalah hubungan yang digunakan dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting dalam sebuah ujaran. (Lyon, dalam Pateda, 2001: 98). Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut gambaran dari suatu petanda (Berger, 2000b: 55). Denotatif adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan pertanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti (Yusita Kusumarini, 2006) makna yang tampak pada iklan New Era Boots dibagi berdasarkan segi visualisasi mencakup diskripsi setting, tokoh, adegan, teks serta audio yang digunakan yang dimaknai secara objektif.

Makna konotasi merupakan aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pemikiran yang timbul atau ditimbulkan dari pembicara dan pendengar. Makna konotatif bersifat subjektif, dalam pengertian bahwa ada pergeseran dari makna umum (denotatif) karena telah ada penambahan

rasa dan nilai tertentu. Konotatif disebut juga makna konotasial, makna emotif, atau makna evaluative (Keraf, 1994: 29).

Pemaknaan denotative tanda yang dimaknai berdasarkan pada temuan temuan dalam iklan. Wanita yang meliak liukan badan secara terus menerus berarti menunjukkan bahwa wanita tersebut memang seorang penari yang professional dengan dukungan gerakan yang luwes dan tidak ada rasa canggung. Pakaian sport yang dikenakan penari adalah pendukung dalam gerakan tari yang cenderung lebih kearah tari modern yang memerlukan gerakan yang energik. Selain penari wanita terdapat juga tanda pada binaraga yang tanpa baju dalam iklan, secara denotatif binaraga tersebut adalah laki-laki yang membentuk tubuhnya secara teratur sehingga otot-otot tubuh terlihat kekar, karena binaraga memamerkan badan yang atletis maka wajar apabila binaraga tersebut tidak memakai baju untuk memperlihatkan massa otot yang besar dan terlatih. Secara audio dan teks terdapat teks sol new era kuat yang berarti adalah sebuah pemberitahuan bahwa sol yang digunakan oleh new era boots sangat kuat, selain kuat juga terdapat teks new era elastis dan new era terbukti yang terbaik teks yang muncul hanya memberikan pemberitahuan sekaligus memperjelas dari kualitas produk kepada konsumen.

Makna konotatif penari wanita diibaratkan sebagai bentuk kualitas produk yang elastis lentur dan mampu melindungi melalui sifat wanita yang lembut dan penyayang. Binaraga dalam konotatif diartikan sebagai kekuatan yang besar sehingga dan kuat itu digambarkan dari otot-otot yang besar dan Nampak kekar. Teks dalam iklan secara konotatif hanya sebagai penegas kepada konsumen bahwa iklan tersebut merupakan produk dari new era, selain sebagai penegas munculnya icon new era disepanjang iklan menunjukkan bahwa produk tersebut merupakan produk new era yang terkenal dengan produk sepatu dan sandal yang ada di Indonesia.

Hasil analisis penelitian tayangan iklan New Era Boots ini menunjukkan bahwa makna pesan yang terkandung didalam iklan mengandung unsur – unsur pornografi yang tidak sesuai dengan pasal-pasal penyiaran yang berlaku di Indonesia. Unsur pornografi

dapat dilihat diberbagai adegan yang ada dalam iklan.

Melalui analisis Roland Barthes, peneliti mengelompokkan symbol – simbol yang terdapat didalam iklan dan dimaknai secara denotatif dan secara konotatif sehingga terbentuklah mitos iklan. Pada pemaknaan secara denotatif iklan dimaknai berdasarkan realitas objek, adegan, maupun backsound yang mengiringi. Dari segi visualisasi yang ini terdapat objek perempuan dengan pakaian ketat yang menari dari awal hingga akhir iklan tersebut. Menurut Drs. Siswanta M. Si selaku dosen Komunikasi Unisri secara denotatif adegan menunjukkan keluwesan penari yang didampingi kekuatan besar dari binaraga dari segi kostum disesuaikan dengan tarian yang dilakukan, karena tarian bersifat dinamis maka kostum sport sangat sesuai dengan gerakan yang ditimbulkan. Selain objek wanita juga terdapat seorang binaraga yang bertelanjang dada serta menggerak-gerakkan otot dadanya yang memang telah terbentuk. Adegan ini jelas menunjukkan kelenturan dan kekuatan yang dimiliki dari masing – masing karakter tersebut. Tanda lain yang ada adalah kepalan tangan saat binaraga menunjukkan otot-otot tubuh yang memiliki arti kepalan tangan adalah symbol semangat dan pantang menyerah, adegan tersebut secara ekslesit juga ingin menyisipkan semangat kerja dalam iklan. Dari segi backsound iklan menggunakan musik yang ceria serta ditambahkan beberapa voice note sebagai penguatan produk. Voice note digunakan untuk mempertegas kualitas produk yang diiklankan seperti voice note “New Era Kuat”, “New Era Elastis” dengan kata – kata yang terus ditekankan maka diharapkan pesan dari kualitas produk dapat diterima audience secara lugas.

Segi konotatif dimaknai berdasarkan karakter objek yang ada didalam iklan tersebut dan tekstual yang ada didalam iklan. Dari karakter wanita yang menari mencoba menjelaskan elastisitas dari sepatu boots. Wanita menari diartikan sebagai simbol elastisitas dan kenyamanan karena gerakan wanita tersebut sangat luwes dan lentur sedangkan kenyamanan diambil dari watak wanita yang diartikan sebagai perempuan dewasa yang memunyai karakter lembut dan melindungi, gerakan enari yang terus meliak liukan badannya selama durasi

iklan juga diartikan jika sepatu tidak kaku serta nyaman digunakan dalam berbagai kondisi, sedangkan binaraga melambangkan bahwa sepatu boots ini kuat dan kokoh, karakter binaraga dengan otot yang besar melambangkan kekuatan sepatu yang kuat dan awet sehingga sepatu mampu melindungi pemakai dengan optimal. Kepalan tangan saat merenggangkan otot dimaknai sebagai symbol dari semangat kerja yang timbul dari seorang laki-laki. Dari segi tekstual disini teks hanya sebagai penekanan terhadap kualitas produk, teks yang muncul bermakna menjelaskan dan bersifat tegas karena ditulis dengan huruf kapital dan dalam setiap kemunculannya selalu ada objek yang dijelaskan. Selain menjelaskan salah satu teks dalam iklan tersebut juga digunakan sebagai sarana promosi yaitu teks “ New Era terbukti yang terbaik” teks tersebut memunyai pesan kuat pada audience karena brand New Era telah dikenal oleh masyarakat luas sejak lama. Dalam iklan juga terdapat icon dari new era yang merupakan produsen sepatu boots, icon ini dapat diartikan untuk menarik daya beli konsumen serta membuat produk lebih kompetitif di pasaran karena new era adalah salah satu produsen yang telah memiliki nama di kawasan Indonesia.

Iklan new era boots dikemas dalam bentuk maskulin dan sederhana yang bertujuan masyarakat tidak sulit untuk menerimanya. Iklan hanya menggunakan dua objek yang keduanya mampu menunjukkan karakter sepatu pada konsumen. Dalam iklan audience akan terbawa dalam alur cerita yang dibawakan, dengan karakter yang demikian maka tokoh dalam iklan mampu mempengaruhi konsumen untuk terus melihat iklan tersebut.

## **Penutup**

Analisis diatas peneliti mengambil beberapa kesimpulan yang terkait dengan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian yaitu pertama Tanda yang didapatkan dalam penari wanita adalah sebagai symbol elastisitas dari produk sepatu boots. Elastisitas didapatkan dari gerakan penari yang luwes dan terlihat percaya diri dalam melakukan gerakan tarian tersebut. Selain dilambangkan sebagai elastisitas karakter wanita juga diartikan sebagai sisi nyaman dan

melindungi,karakter ini yang coba diaplikasikan pihak pembuat iklan pada konsumen.

Kedua Tanda yang terdapat dalam binaraga lebih condong ada kekuatan sepatu yang kuat dan lebih awet. Otot – otot binaraga yang besar dan kencang dapat diaplikasikan sebagai kualitas sepatu yang kuat dan awet. Kepalan tangan binaraga dalam memamerkan otot adalah symbol dari pekerja keras yang harus dimiliki oleh seorang laki-laki.

## **Daftar Pustaka**

- Alex Sobur.2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung:remaja Rosda Karya
- Alex Sobur.2011.*Semiotika Komunikasi*. Bandung:remaja Rosda Karya
- Sobur Alex. 2006. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Rosda
- m.detik.com/news/berita/1006768/inilah-isi-ruu-pornografi daksres 12 November 201