

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN GOPAY PADA EDISI SI JULID NETTY ZEN  
(NETIZEN)

*SEMIOTIC ANALYSIS OF GOPAY ADS ON THE NETTY ZEN EDITION OF SI JULID  
(NETIZEN)*

**Nita Yuliyanti, Dra. Nurnawati Hindra H,M.Si, Drs. Buddy Ryanto, M.Si**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

[Nitayuliyanti06@gmail.com](mailto:Nitayuliyanti06@gmail.com)

**ABSTRAK**

GoJek memiliki banyak produk seperti GoClean, Gopay, Gosend, dll dalam bidang teknologi, cara mengiklan produknya pun berbeda – beda tetapi ada satu kesamaan dalam alur ceritanya yaitu selalu mengangkat cerita yang dekat dengan perilaku masyarakat atau pun yang sedang marak diperbincangkan. Iklan GoPay pada edisi "Si Julid Netty Zen (Netizen)" mencoba memberikan suatu bentuk iklan yang dikemas unik dan berbeda dengan iklan produk GoJek biasanya. Iklan GoPay pada edisi "Si Julid Netty Zen (Netizen)" ini memberikan tayangan iklan yang berisi pesan – pesan moral kepada khalayak, iklan ini juga tidak langsung memberikan informasi kepada khalayak mengenai penggunaan maupun informasi promo -promo pada aplikasi GoPay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna konotasi, denotasi, dan mitos dalam iklan GoPay yang berdurasi 04:52 menit. Pada konteks semiotika, arti tanda – tanda yang terdapat pada tampilan iklan akan dikaji lebih dalam melalui pendekatan semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna konotasi, denotasi dan mitos dalam Iklan GoPay pada edisi "Si Julid Netty Zen (Netizen)" ditandai dari beberapa adegan dalam iklan yang ada dalam iklan seperti adegan saat Netty Julid di sosial media, pasar, tempat makan dimana semua itu dilakukan secara sengaja yang memunculkan pesan moral dalam setiap perilakunya. Pesan dalam Iklan GoPay pada edisi "Si Julid Netty Zen (Netizen)" : terdapat beberapa sifat -sifat pesan yang terdapat dalam iklan tersebut yakni, pesan edukatif, pesan persuasive, pesan informatif, dan pesan hiburan.

*Kata kunci : GoPay, Julid, Semiotika*

**ABSTRACT**

*Gojek has many products such as goclean, gopay, gosend, etc. in the field of technology, the way to advertise the products is also different but there is one similarity in the story line that is always lifting stories close to the behavior of the people or even those that are rife. "The Julid Netty Zen (Netizen)" tries to provide a form of advertisements that are packaged unique and*

*different from the advertisement of the usual Gojek product. Gopay ad in the edition of "Si Julid Netty Zen (Netizen)" provides advertising shows that contain moral messages to the public, this ad also does not directly provide information to the audience about the use and information of promo -promo on the Gopay application. This study aims to determine the meaning of the connotation, denotation, and myth in Gopay ads that are 04:52 minutes long. In the semiotic context, the meaning of the signs contained in the advertising display will be examined deeper through the semiotic approach proposed by Roland Barthes. The results showed that the meaning of the connotation, denotation and myth in the Gopay ad in the "Si Julid Netty Zen (Netizens)" was marked from several scenes in advertisements in the unit such as the scene when Netty Julid on social media, markets, places to eat all of them done intentionally which brings up moral messages in every behavior. Messages in the Gopay Ad in the "Si Julid Netty Zen (Netizen) edition": There are several traits -the nature of the message contained in the ad, namely, educational messages, persuasive messages, informative messages, and entertainment messages.*

*Keywords: Gopay, Julid, Semiotics*

## **PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan teknologi yang ada membuat mudahnya berbagai periklanan masuk ke dalam masyarakat Indonesia. Iklan berperan sebagai sarana penyajian informasi nonpersonal, sederhana, yang efektif digunakan untuk menyampaikan informasi dengan segala bentuk pesan yang diinginkan oleh produsen serta ditunjukkan kepada konsumen. Iklan atau periklanan adalah salah satu bentuk dari promosi gagasan suatu barang atau jasa oleh agensi tertentu yang harus dibayar . Hal tersebut dapat digunakan untuk membujuk masyarakat supaya menggunakan produk dan jasa yang telah dipomosisikan. Semakin menarik iklan dibuat maka kemungkinan minat masyarakat juga semakin besar. Inilah yang mendasari iklan-iklan produk saat ini dalam isi kontennya dibuat semenarik dan senyata mungkin dengan kehidupan sekitarnya.

Sosial media merupakan pilar terpenting di dalam teknologi informasi, dimana sosial media dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang positif dan negatif. Sosial media juga dapat digunakan untuk memberikan ulasan baik yang bersifat membangun secara positif atau menjatuhkan secara negatif. Para pengguna sosial media juga dapat mengalami hal-hal buruk akibat apa yang telah dilakukan oleh orang lain di dalam sosial media. Teknologi canggih dari *smartphone* berbagai seri dan fitur yang selalu *terupgrade* membuat banyak produsen berlomba-lomba dalam beriklan semenarik mungkin hingga masyarakat akan mudah untuk selalu mengingatnya . Seperti halnya dengan perusahaan *Unicorn* di Indonesia yaitu GoJek dimana mayoritas konsumennya adalah kalangan muda dan pengguna sosial media.

Produk GoJek bukan hanya dalam hal transportasi saja ada beberapa produk yang juga menunjang penggunaanya dalam kehidupan modern ini yaitu GoPay. Para pengguna GoPay tidak perlu lagi melakukan pembayaran melalui uang tunai tetapi hanya melalui *smartphone* mereka saja sudah dapat melakukan transaksi dimana saja

dan kapan saja. Selain itu, GoJek juga mengeluarkan beberapa produk penunjang lainnya seperti GoFood, GoSend, GoPulsa, GoMart dan transaksi di *marketplace* yang bekerjasama dengan pihak GoJek. GoPay juga memanfaatkan perkembangan internet dan teknologi untuk membuat iklan yang cukup menarik, dengan menggunakan tehnik eksekusi iklan bergaya animasi yang ditayangkan di *Youtube*. Iklan GoPay tersebut mengenalkan fitur *1-tap buy* dimana penggunaanya dapat melakukan transaksi apapun dengan mudah di *GooglePlay*.

Iklan GoPay “Si Julid Netty Zen (Netizen)” memiliki jumlah penonton yang cukup banyak ditonton di *Youtube* yaitu sebanyak enam juta kali. Iklan GoPay tersebut telah memberikan respon positif dari khalayak karena pesan yang disampaikan lewat aksi para pemerannya cukup baik. Berbeda dengan iklan yang sebelumnya, iklan versi “Si Julid Netty Zen (Netizen)” ini menarik untuk di telisik lebih dalam karena dari setiap adegan dalam iklan ini banyak mengandung aktivitas yang cukup *relate* dengan kehidupan masyarakat selama bersosial media. Banyak pesan yang ingin disampaikan secara tidak langsung di dalamnya. Melalui iklan GoJek versi “Si Julid Netty Zen (Netizen)” ini GoJek memaparkan bahwa ada berbagai macam aktivitas dalam kehidupan yang menuntut kita untuk selalu berprasangka baik terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu, salah satu hal yang terjadi dalam adegan iklan ini adalah berbuat baik kepada anak kecil yang sedang merasa haus sedangkan ia tak punya uang untuk membeli es, lalu dengan memberikan es kepada si anak kecil membuat jempol menjadi sedikit mengecil.

Tema iklan ini, “Si Julid Netty Zen (Netizen)”, menggambarkan seseorang wanita bernama Netty yang selalu memberikan komentar berlebihan dan suka mengkritisi segala sesuatu tanpa berfikir dampaknya. Netizen juga sering sekali memberikan komentar negatif (kurang etis) mengenai kehidupan orang lain melalui sosial media hingga tanpa sadar telah menyakiti diri sendiri dan orang lain. Iklan GoPay ini ingin menyampaikan pesan bahwa seorang netizen itu dapat melakukan kebaikan kehidupannya melalui sifat positif dalam berselancar sosial media internet. Didukung oleh nada suara *google* versi laki-laki yang cukup menghibur, ekspresi wajah dalam setiap sudut iklan ini cukup menarik, efek animasi dan *sound* yang digunakan sangat mendukung serta mampu menggambarkan aktivitas dari iklan ini secara tidak langsung. Komentar – komentar pada situs youtube tersebut pun berisi persilishan pemahaman makna pada iklan tersebut seperti:

@gintafinalputri: Baru kali ini saya nonton iklan hampir 5 menit an, tanpa skip.

@maharaja : ketika iklan lebih berkualitas daripada sinetron.

@cannabissativa : Ini lucu sekali.

@projectGRN : ketika sang narrator membantu semua orang

Berdasarkan fenomena iklan GoPay “Si Julid Netty Zen (Netizen)” tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan analisis semiotika mengenai makna dari iklan GoPay edisi “Si Julid Netty Zen (Netizen)”. Tahapan yang akan dilakukan adalah dengan menganalisa tanda, objek dan bahasa (*Triangle of Meaning*). Langkah pertama adalah mencari bahan iklan kemudian diperhatikan setiap adegan untuk dianalisa. Kemudian mencari tahu tanda dari setiap adegan yang ada pada objek iklan tersebut.

Tahap selanjutnya menyimpulkan tentang interpretasi makna dalam iklan GoJek versi “Si Julid Netty Zen (Netizen)” ini.

## **RUMUSAN MASALAH**

Apa makna yang terdapat dalam iklan GoPay edisi “Si Julid Netty Zen (Netizen)?

## **METODE PENELITIAN**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik yang bersifat kualitatif. Secara sederhana semiotik adalah ilmu tentang tanda - tanda. Semiotik mempelajari sistem - sistem, aturan - aturan dan konvensi - konvensi yang memungkinkan tanda - tanda tersebut berarti.

Semiotik memecah - memecah kandungan teks menjadi bagian - bagian, dan menghubungkan mereka dengan wacana - wacana yang lebih luas. Sebuah analisis semiotik menyediakan dan menghubungkan teks tertentu dengan sistem sistem pesan dimana ia beroperasi. Hal ini memberikan konteks intelektual pada isi. Ia mengulas cara - cara beragam unsur teks bekerja sama dan berinteraksi dengan pengetahuan kultural kita untuk menghasilkan makna, Jane Stokes,(2010:77).

Dalam proses penelitian, tahap pertama yang dilakukan adalah tahap pemilihan tanda, yang dilakukan setelah peneliti mengamati secara keseluruhan adegan dalam video tersebut.

Tahap kedua, yaitu tahap analisis tanda. Tahap ini difokuskan pada usaha mengidentifikasi sistem penanda tingkat pertama dan tingkat kedua, serta mengidentifikasi kode-kode sinematik dan tata bahasa film apa saja yang digunakan dalam membentuk sistem penanda tersebut.

Langkah selanjutnya peneliti berusaha menentukan makna denotasi dan konotasi. Dalam tahap menentukan denotasi dan konotasi, yang peneliti lakukan terlebih dahulu adalah tanda-tanda apa saja yang diidentifikasi sebagai sebuah nilai yang mengandung pesan sosial dan inspiratif yang terdapat dalam iklan Gopay “Si Julid Netty Zen (Netizen)”. Satu persatu tanda tersebut dijabarkan dalam tahap denotasi.

Dalam tahap denotasi ini peneliti menjelaskan apa saja yang menjadi penanda, petanda, dan tanda-tanda dalam setiap adegan video tersebut yang mempresentasikan pesan sosial dan nilai inspiratif. Penjelasannya dijabarkan dalam tabel visual berupa cut dari adegan, transkrip dialog, dan jenis-jenis shot.

Contohnya : Jika anda mengenal tanda “Netizen” barulah konotasi seperti sosial media, internet, dan komentar menyindir. Dalam kerangka Roland Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang di sebut sebagai mitos, yang berfungsi memberikan pembenaran terhadap nilai-nilai yang dominan. Dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes hasil analisis ini dapat menjelaskan scene-scene yang di dalam nya terdapat pesan sosial dalam iklan Gopay “Si Julid Netty Zen (Netizen)”.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

## 1. Identitas Netty Zen (00:00)



**Gambar 4.2 : Kartu Tanda Penduduk**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 0.00 dimana tertulis identitas lengkap dari seorang perempuan bernama Netty Zen. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah tampilan dari kartu tanda penduduk yang memiliki isi biodata lengkap dari seorang perempuan yang sudah beranjak dewasa. Kartu tanda penduduk adalah syarat utama untuk mengurus segala sesuatu yang bersifat administratif seperti surat ijin mengemudi, mendaftarkan sekolah dan untuk mendaftarkan di apps smartphone sebagai bukti kedewasaan.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas, maka konotasi yang muncul dimana Netty Zen adalah seorang perempuan yang sudah dewasa yang mempunyai kebiasaan mengkritik hal-hal yang bersifat umum atau pribadi dan sering diselewengkan dalam alamat seperti desa suka gaduh, kecamatan maha benar. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa kartu tanda penduduk merupakan syarat sakti yang dapat melakukan semuanya dengan mudah. Pengertian E-KTP menurut (Susilo, 2013), adalah:

- Bahwa kartu tanda penduduk sebagai identitas resmi penduduk merupakan bukti diri yang berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- Bahwa dalam rangka mewujudkan kepemilikan satu Kartu Tanda Penduduk untuk satu penduduk diperlukan kode keamanan dan rekaman elektronik data kependudukan berbasis Nomor Induk Kependudukan.
- Bahwa berdasarkan pasal 101 Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan, Pemerintah Memberikan Nomor Induk Kependudukan kepada setiap penduduk lambat ahir tahun 2011 dan dicantumkan dalam Kartu Tanda Penduduk.
- Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana yang dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang Penerapan Tanda Penduduk Berbasis Nomor Induk Kependudukan Secara Nasional.

## 2. Mengkritisi Baju Orang Lain (00:20)



**Gambar 4.3 : Netty Zen Menkritisi Kedua Pasangan Muda**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 0.20 dimana Netty Zen mengkritisi sepasang muda - mudi yang mengenakan baju *couple*. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah berlatar belakang di tempat café dan ada sepasang muda - mudi yang mengenakan baju couple sebagai bukti keseriusan mereka dalam mengungkapkan rasa sayang, saat datang Netty Zen, mereka di nyinyirin "*Harus banget pake baju tching? mau kampanye lu?!*" dengan ekspresi kaget mereka membalas ucapan dari Netty Zen tersebut.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah untuk wilayah Indonesia, hal ini memang sering terlihat pada pasangan muda. Namun seiring bertambahnya usia, mereka akhirnya merasa hal ini merupakan suatu yang memalukan. Beberapa orang beranggapan bahwa busana pasangan bukanlah hal yang penting, bahkan beberapa orang mengatakan hal itu cukup memalukan. Hal tersebut tidak sesuai bagi orang dewasa. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa mengkritisi penampilan orang lain tidak perlu memperhatikan tempat dan waktu.

### 3. Netty Zen Mengkritisi Pedagang Baju (00:23)



**Gambar 4.4 : Netty Zen Menyiyiri Pedagang Baju**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 0.23 dimana Netty Zen sedang mendatangi toko baju dan sedang melihat-lihat produk. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah seorang perempuan yang sedang melihat gaun di toko baju dengan harga yang menurutnya sangat mahal dan tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan, sehingga mengucapkan kata - kata tidak pantas "*Baju jelek begini 600 ribu?!*" pada penjual toko baju tersebut.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah perilaku menghina seperti kadang dianggap wajar saat dalam proses belanja dikarenakan pemahaman yang rendah dari pembeli terhadap suatu karya . Kata makian yang digunakan oleh penutur berkaitan dengan keadaan penutur dengan lawan tutur. Hal ini disebut dengan peristiwa tutur. Peristiwa tutur adalah terjadinya interaksi linguistik dalam suatu bentuk ujaran atau lebih yang melibatkan penutur dengan lawan tutur (Chear 2012: 47). **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa memberikan kritikan terhadap apa yang orang lain lakukan merupakan hal yang wajar yang terpengaruh budaya barat.

#### 4. Netty Zen Mengkritisi Pedagang Pasar (00:25)



**Gambar 4.5 : Netty Zen Menyiyiri Pedagang Pasar**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 0.25 dimana Netty Zen sedang berbelanja di pasar dan ingin membeli bawang. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah seorang perempuan yang tidak puas dengan ukuran bawang yang dijual pedagang, memberikan komentar yang kurang mengenakan “*Udah bawangnya kecil – kecil. Ama dosa gue gedean dosa gue*” dengan nada kesal.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah tawar-menawar adalah proses negosiasi. Negosiasi sering diartikan sebagai proses yang melibatkan uaya seseorang untuk merubah atau tidak merubah sikap dan perilaku orang lain. Sedangkan lebih terperinci menunjukan bahwa negosiasi adalah proses untuk mencapai kesepakatan menyangkut kepentingan timbal – balik antara kedua belah pihak (Erman Anom, 2014). Dengan kata lain tawar – menawar merupakan proses komunikasi sebagai pembuka jalan guna mendapatkan hasil yang diinginkan. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa memberikan kritikan terhadap apa yang orang lain lakukan merupakan hal yang wajar yang terpengaruh budaya barat.

## 5. Netty Zen Mengomentari Postingan Di Sosial Media (00:40)



**Gambar 4.6 : Netty Zen Mengomentari Postingan Medsos**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 0.40 dimana memperlihatkan kegiatan dalam sosial media. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah seseorang yang sedang melakukan kegiatan mengomentari sebuah postingan di sosial media dengan begitu tajam dan menghina "*Makanya jangan sok kegantengan kena azab deh*"

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah kegiatan mengomentari postingan orang lain, adalah bentuk reaksi dari netizen dalam menanggapi gambar / video yang di-upload oleh kreator di sosial media, komentar-komentar tersebut biasanya berguna untuk membangun dan memberikan motivasi untuk kreator menjadi lebih baik, tetapi terkadang ada komentar yang berisikan hujatan maupun hinaan terhadap kreator, hanya untuk memuaskan rasa ketidak senangan. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa memberikan kritikan terhadap apa yang orang lain lakukan merupakan hal yang wajar yang terpengaruh budaya barat dimana etika dalam bersosial media terkadang telah diabaikan.

## 6. Munculnya Masalah Pada Jempol Netty (00:48)



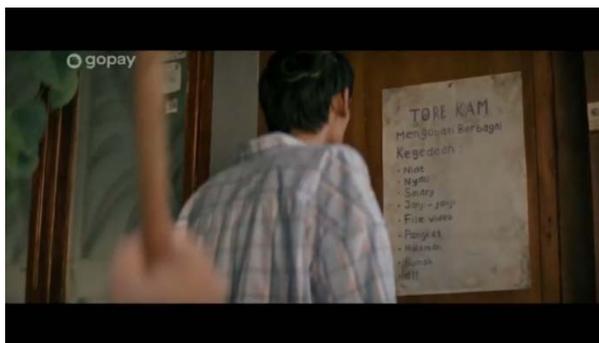
**Gambar 4.7 : Jempol Netty Menjadi Besar**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 0.48 dimana memperlihatkan jempol Netty Zen yang membesar. **Makna denotasi** yang muncul

dalam adegan ini adalah jempol perempuan yang tiba tiba menjadi besar dikarenakan sebab yang tidak diketahui, yang membuat si perempuan menjadi histeris takut.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah Rasa takut merupakan *defence mechanism*, atau mekanik bela diri. Maksudnya ialah bahwa rasa takut timbul pada diri seseorang disebabkan adanya kecenderungan untuk membela diri sendiri dari bahaya atau hanya perasaan yang tak enak terhadap sesuatu hal. Dalam sebuah bukunya yang berjudul "Fears and Phobias" Doktor Tony Whitehad mengajukan definisi tentang rasa takut. Definisi yang dimaksud adalah sebagai berikut: rasa takut adalah sesuatu yang agak kompleks, didalamnya terdapat suatu perasaan emosional dan sejumlah perasaan jasmaniah (Soelasmono, 2011). **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa hal yang kita lakukan baik itu baik maupun buruk maka kelak kita akan mendapatkan balasan (karma) sesuai apa yang telah kita lakukan.

#### 7. Pengobatan Alternatif Jempol Netty Zen (01:07)



**Gambar 4.8 : Pengobatan Tradisional TORE KAM**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada detik ke 1.07 dimana memperlihatkan papan info pengobatan TORE KAM. Makna denotasi yang muncul dalam adegan ini adalah memperlihatkan kertas bertuliskan nama tempat dan pengobatan yang dapat dilakukan dari niat, nyali, salary, janji - janji, file video, pangkat, halaman, rumah. Dengan kertas yang lusuh dan banyak corak air, yang mengartikan tempat pengobatan sudah ada sejak lama. Hal ini menceritakan kepercayaan pada pengobatan tradisional yang masih ada sampai sekarang.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah pengobatan merupakan suatu proses menyembuhkan yakni dengan menggunakan alat bantu. Alat bantu tersebut dapat berupa alat bantu terapi maupun berupa obat-obatan beserta lainnya, baik dilakukan dengan perlengkapan medis modern maupun tradisional. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa segala macam bentuk penyakit atau masalah dapat diatasi dengan melakukan pengobatan dan hal-hal berba alami atau tradisional. Menurut pendapat organisasi kesehatan dunia (WHO, 2000), pengertian mengenai pengobatan tradisional sebagai serangkaian pengetahuan, ketrampilan dan praktik-praktik yang berdasarkan teori, keyakinan dan pengalaman masyarakat yang mempunyai adat budaya yang berbeda, baik dijelaskan atau tidak yang digunakan dalam pemeliharaan

kesehatan serta dalam pencegahan diagnosa, perbaikan dan pengobatan penyakit secara fisik dan juga mental.

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia pada No. 1076/ Menkes/ SK/ VII/2003, yakni mengenai penyelenggaraan pengobatan tradisional. Disebutkan bahwa pada dasarnya pengobatan tradisional adalah merupakan salah satu upaya pengobatan atau perawatan cara lain diluar ilmu kedokteran atau ilmu keperawatan. Tentunya juga telah banyak dimanfaatkan oleh sebagian anggota masyarakat dalam mengatasi berbagai masalah kesehatan (Novitasari, 2011: 27).

#### 8. Orang Yang Menolong Netty Zen (01:28)



**Gambar 4.9 : Wanita Paruh Baya**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada menit ke 1.28 dimana memperlihatkan wanita paruh baya yang sedang melakukan aktifitas pengobatan tradisional. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah memperlihatkan kegiatan pengobatan yang dilakukan wanita paruh baya sebagai dukun dalam melakukan pengobatan tradisional kepada pasien yang sedang mengalami keluhan kebesaran dalam jari jempol pada tanganya, adegan diimajinasikan dukun menggunakan kekuatan gaib dalam mengobati pasien.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah dukun yang sudah paruh baya menggunakan kekuatan gaib dalam pengobatan penyembuhan pasiennya. Hal ini tidak lepas dari kepercayaan dan budaya masyarakat Indonesia yang masih kental akan dunia mistis. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa dukun atau orang pintar dapat melakukan hal di luar nalar akal sehat yang terpengaruh budaya primitif.

Menurut Abidin (2010, 99-100) terdapat beberapa faktor penyebab mayoritas masyarakat Indonesia mempercayai dukun, yaitu:

- a. Akar budaya Indonesia. keyakinan yang dianut masyarakat nusantara sebelum masuk agama Islam adalah agama Hindu, Budha, Animisme, dan Dinamisme;
- b. Mereka tidak berpegang teguh kepada akidah yang benar ditambah jauhnya mereka dari ilmu agama dan para ulama rabbani;
- c. Kurang sabar dalam menerima ujian kemiskinan, baik yang menimpa para dukun maupun pasiennya;

- d. Banyak kalangan bisnisan dan elit politik yang memanfaatkan jasa dukun dan paranormal untuk kelancaran usaha dan politiknya, sehingga mereka menjadi panutan orang-orang awam untuk mendatangi para dukun karena ngiler dengan kesuksesan dan keberhasilan mereka.
  - e. Jalan pintas untuk mencapai kesuksesan ini dianggap paling mudah dan ringan, apalagi setelah melihat banyak bukti dan beragam cerita dari orang-orang yang berhasil dalam waktu singkat dengan memanfaatkan jasa paranormal.
  - f. Pemerintah yang terkesan membiarkan, bahkan cenderung mendukung praktik perdukunan, karena tidak ada sanksi tegas dan hukuman yang jelas buat mereka yang menyesatkan umat dunia. Mereka menjadikan orang pintar, paranormal, dukun, tabib dan sebagainya sebagai tempat bertanya, tempat mengadu, tempat mencurahkan segala keluh kesah dan tempat bersandar serta bergantung layaknya seperti tuhan; kesembilan, mayoritas masyarakat lebih percaya terhadap wejangan dukun ketimbang para ulama yang memahami Al-Quran dan As-Sunnah.
9. Jempol Netty Zen Yang Masih Besar (02:04)



**Gambar 5.0 : Netty Zen Dengan Jempol Masih Besar**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada menit ke 2.04 dimana memperlihatkan Netty Zen dengan ekspresi kecewa, dengan jempol besar. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah memperlihatkan ekspresi kecewa perempuan dengan jempol yang masih besar tanpa ada perubahan yang signifikan. Setelah melakukan pengobatan ke dukun.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah ekspresi kecewa yang diberikan si perempuan terhadap hasil dari pengobatan dukun yang tidak memberikan perubahan apapun, terlihat jempol yang masih besar. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa balasan baik buruk yang kita dapat (karma) merupakan bentuk pertanggung jawaban atas perbuatan kita di masa lalu.

## 10. Netty Zen Saling Berbagi (02:25)



**Gambar 5.1 : Perempuan Memberikan Es Podeng**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada menit ke 2.25 dimana memperlihatkan Netty Zen yang sedang makan es krim dan melihat seorang anak. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah seorang perempuan yang memberikan es podeng kepada seorang anak yang sedang merasa kehausan pada hari yang panas. Namun dengan ekspresi jengkel si perempuan memberikannya.

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah memberi merupakan sebuah sikap dan tindakan yang diyakini memiliki arti baik jika dilihat dengan perspektif religius, semua agama mengajarkan kebiasaan untuk memberi terutama agar memberikan sesuatu kepada orang yang membutuhkan, misalnya memberi bantuan materi maupun immaterial kepada orang susah atau miskin. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa memberikan bantuan atau melakukan hal baik akan berbuah manis terhadap masa depan kita. Tindakan memberikan sesuatu kepada orang yang kekurangan merupakan salah satu ekspresi dan bentuk kepedulian sosial dan sesuai dengan iman yang dipercayai seluruh pemeluk agama.

Dalam perspektif religiusitas tindakan memberi atau membantu orang lain yang membutuhkan sudah merupakan suatu kebenaran yang tidak perlu diperdebatkan lagi karena sangat erat kaitannya dengan keyakinan (belief), yang menarik diperbincangkan adalah melihat dan memahami sikap serta tindakan memberi dalam perspektif rasionalitas. (Daud Ginting, 2015 : Mencari Makna Filosofi Memberi).

## 11. Jempol Netty Zen Sedikit Mengecil (02:35)



**Gambar 5.2 : Jempol Netty Zen Sedikit Mengecil**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada menit ke 2.35 dimana memperlihatkan Netty Zen yang memiliki jempol besar. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah jempol besar perlahan mengecil setelah memberikan es podeng ke anak kecil tersebut, dan narrator pun memberikan pesan kepada perempuan “Coba inget, kapan terakhir kali kita berbuat baik?”

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah memperlihatkan perempuan yang melihat jarinya mengecil setelah melakukan kebaikan. **Kebaikan adalah perilaku atau perbuatan yang mendatangkan hal positif bagi diri seseorang juga diri orang lain baik itu di dunia maupun di ahirat kelak.** Kebaikan dalam lingkup agama sendiri dinamakan dengan amal, yakni setiap perbuatan yang baik sesuai dengan ajaran yang mendatangkan kebaikan bagi pelakunya juga bagi orang lain. **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa melakukan kegiatan yang baik dapat menghindarkan kita dari masalah.

## 12. Portal Berita (04:40)



**Gambar 5.3 : Portal Berita**

Gambar di atas merupakan cuplikan iklan pada menit ke 4.40 dimana memperlihatkan berita mengenai netizen negara Indonesia. **Makna denotasi** yang muncul dalam adegan ini adalah berita mengenai kebaikan netizen dalam melakukan

setiap kegiatan sosialnya yang dibantu menggunakan promo GoPay dengan cash back s.d. 60%

**Makna konotasi** dalam adegan ini adalah dari keseluruhan makna denotasi yang ada pada gambar di atas maka konotasi yang muncul adalah media membuat berita positif terkait perilaku baik netizen negara Indonesia dalam kehidupan sehari - hari . **Iklan ini mempresentasikan mitos** bahwa saling berbagi merupakan ciri khas adat budaya timur. Menurut Nasution “Berita adalah laporan terkait peristiwa-peristiwa yang terjadi dan ingin diketahui secara umum, bersifat aktual, telah terjadi dalam lingkungan pembaca, berhubungan dengan tokoh terkemuka, dan akibat peristiwa tersebut bisa berpengaruh kepada pembaca”

#### KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan tersebut, dapat disimpulkan jawaban dari rumusan masalah penelitian ini, yakni makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos pada Iklan GoPay “Si Julid Netty Zen (Netizen)” : ditandai dalam beberapa adegan yang ada dalam iklan seperti adegan saat wanita pada kehidupan sosial dan media sosial nya tidak ada perbedaan yaitu selalu nyinyir atau mengomentari apapun yang dia lihat yang memunculkan makna tentang pesan moral dalam setiap peristiwa dan kaitanya dengan penggunaan gadget dalam kehidupan sehari - hari, secara persuasif mengajak masyarakat untuk selalu berilaku positif dalam kehidupan sehari -hari dalam menggunakan gadget.

Pesan yang terkandung dalam Iklan GoPay “Si Julid Netty Zen (Netizen)” terdapat beberapa sifat - sifat pesan yang terdapat dalam iklan tersebut yakni:

- a. Pesan Edukatif : Memberikan nilai edukatif kepada khalayak melalui pesan - pesan moral dalam iklan.
- b. Pesan Persuasif : Mengajak khalayak dalam berbuat baik dengan menggunakan gadget, dan menagajak secara persuasif untuk menggunakan aplikasi untuk memudahkan dalam berbuat baik.
- c. Pesan Informatif : Memberikan pesan dan kesan pada khalayak bahwa sebuah iklan yang menarik tidak harus seluruhnya secara terbuka mengajak khalayak.
- d. Pesan Hiburan : Bentuk pengemasan yang berbeda menjadi menarik dan hiburan tersendiri bagi para khalayak.

#### DAFTAR PUSTAKA

Ef Loygara : You Tube.(5 Januari 2022). Behind The Scene Iklan Gopay (Netty Zen / Jempol Besar) [Video File]. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=fVoZZpjLW2A>

Gojek.com ( Senin, 11 Juli 2022). Produk Go-Jek. Diakses dari <https://www.gojek.com/id-id/products/>

Pengepul Iklan : You Tube. (01 Januari 2022). Iklan GoPay si Julid Netty Zen (Netizen) [Video File]. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=YR7x0tDajjo&t=65s>

Wikipedia.com ( Senin, 11 Juli 2022 ). You Tube Diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>

