

Pesan Moral Dalam Iklan Audio Visual Peluk Di Youtube (Kajian Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Blibli.com Edisi Hari Ibu)

*Moral Messages In Audio Visual Hug Advertisements On Youtube
(Roland Barthes' Semiotic Study On Blibli.com Ads, Mother's Day Edition)*

Alal Kurniawan¹, Dr. Herning Suryo M.Si², Drs. Siswanta, M.Si³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Slamet

Riyadi Surakarta

alalkurnia48@gmail.com

Abstrak

Iklan merupakan proses komunikasi massa yang berfungsi sebagai media promosi suatu produk, merek, atau layanan kepada masyarakat. Iklan memiliki tujuan untuk mempersuasi dan mendorong khalayak untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang di produksi oleh pengiklan. Selain harus memiliki kriteria AIDCA, iklan juga harus memiliki strategi kreatif untuk menarik minat khalayak. Namun dewasa ini terdapat banyak pembuat iklan yang menyalah artikan sebuah kreativitas, banyak iklan yang berisikan konten nyeleneh hanya demi menarik perhatian publik sehingga mengabaikan etika dan pesan moral yang harusnya ada dalam tayangan sebuah iklan. Beragam cerita yang disajikan dalam tayangan iklan terkadang dapat menimbulkan multiperspektif dari khalayak yang menyaksikan. Penelitian ini berjudul "Pesan Moral Dalam Iklan Audio Visual Peluk Di Youtube (Kajian Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Blibli.com Edisi Hari Ibu)". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pesan moral yang terkandung dalam iklan Blibli.com edisi hari ibu yang ditayangkan di Youtube. Untuk mengungkap permasalahan tersebut secara menyeluruh dan lebih mendalam, penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes untuk memaknai penanda dan pertanda secara denotasi, konotasi, dan mitos. Melalui analisis yang telah dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes, peneliti dapat mengetahui makna dari tanda-tanda yang terdapat dalam iklan Blibli.com edisi hari ibu, yaitu menggambarkan ketulusan yang ditunjukkan sosok ibu terhadap anaknya dan juga ketulusan layanan dari Blibli.com yang menjual barang original dengan pengiriman cepat sampai. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat beberapa pesan moral yang disampaikan melalui iklan tersebut seperti mendengarkan nasihat orang tua, menyelesaikan permasalahan dengan komunikasi yang adem, keluarga tempat untuk berbagi, dan meminta maaf setelah melakukan kesalahan.

Kata Kunci : Pesan Moral, Iklan, Semiotika Roland Barthes

Abstract

Advertising is a mass communication process that functions as a medium for promoting a product, brand or service to the public. Advertising has the aim of persuading and encouraging audiences to buy or use goods or services produced by advertisers. Apart from having to meet AIDCA criteria, advertisements must also have a creative strategy to attract audience interest. However, today there are many advertisers who misinterpret creativity, many advertisements contain idiosyncratic content just for the sake of attracting public attention so that they ignore the ethics and moral messages that should be in an advertisement.

The various stories presented in advertisements can sometimes lead to multiple perspectives from the audience watching. This study is entitled "Moral Messages in Audio Visual Hugging Ads on Youtube (Roland Barthes' Semiotic Study in Blibli.com Ads, Mother's Day Edition)". This study aims to describe the moral messages contained in the Mother's Day edition of Blibli.com advertisements that are broadcast on Youtube. In order to reveal the problem as a whole and in more depth, this study uses a qualitative descriptive research type with Roland Barthes' semiotic analysis to interpret signifiers and signs in terms of denotation, connotation, and myth. Through the analysis that has been carried out using Roland Barthes' semiotics, the researcher can find out the meaning of the signs contained in the advertisement for Blibli.com's Mother's Day edition, which depicts the sincerity shown by a mother figure towards her child and also the sincerity of services from Blibli.com which sells original goods. with fast delivery. The conclusion of this study is that there are several moral messages conveyed through these advertisements such as listening to parents' advice, solving problems with cool communication, family a place to share, and apologizing after making mistakes.

Keywords : *Moral Messages, Advertisements, Roland Barthes Semiotic'*

PENDAHULUAN

Iklan merupakan proses komunikasi massa yang berfungsi untuk mempromosikan suatu produk, merek, atau layanan kepada khalayak dengan tujuan mempersuasi dan mendorong ketertarikan membeli dan menggunakan barang atau jasa yang di produksi oleh pengiklan. Periklanan adalah segala bentuk pesan terhadap suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa dan ditunjukkan kepada sebagian atau seluruh masyarakat (Tambaruka, 2013).

Proses periklanan biasanya disampaikan melalui media massa seperti televisi, radio, majalah, koran dan sebagainya. Selain media tersebut, internet juga digunakan sebagai media untuk mengiklankan sebuah produk, salah satunya adalah media Youtube. Alasan penggunaan Youtube adalah karena kebiasaan masyarakat yang lebih sering terhubung dengan internet, sehingga hal tersebut menjadikan peluang besar yang dimanfaatkan para pengiklan untuk memasarkan produknya.

Penggunaan internet sebagai bentuk dari teknologi digital memiliki keterkaitan secara nyata dengan tujuan pencapaian target pemasaran dan mendukung konsep dari pemasaran modern, artinya seluruh kegiatan pemasaran baik penjualan barang maupun jasa dilakukan secara online dengan fasilitas berbasis teknologi, dengan tujuan utamanya yaitu pemenuhan kepuasan konsumen. (Sunil, 2015).

Cerita atau penampilan dari sebuah iklan terkadang tidak terlalu menonjolkan produk yang ditawarkan, padahal tujuan utama iklan adalah mempersuasi dan mempengaruhi konsumen untuk membeli. Beragam cerita yang disajikan dalam tayangan iklan terkadang menimbulkan multiperspektif dari khalayak yang menyaksikan, alasannya adalah karena masyarakat Indonesia yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi kebutuhan sosial, adat istiadat maupun kebiasaan yang sering dilakukan.

Seperti pada iklan Blibli.com Edisi Hari Ibu ini, ditonton lebih dari 1,3 juta views namun hanya terdapat sedikit respon dari penontonnya, selain itu terdapat beberapa multiperspektif dari penonton yang menyaksikan dalam memaknai isi iklan tersebut, seperti komentar dari @30thsomething Bae :*"Well done, Blibli and ceritera...*

ibunya sudah meninggoy, pantasan ngomongnya adem. Coba masih idup, kelar tuch bocah... canda". Kemudian terdapat komentar dari @Haidar : "lagi enak2 kerja nonton Youtube yang isinya konten explicit asik ketawa-ketawa tiba2 masuk iklan ini. Gertakan awal drama nya bikin pengen skip, tp pas masuk dramanya gw malah nangis karena cerita ini relate, mungkin bukan relate lagi tapi NYATA di kehidupan gw". Kemudian terdapat komentar yang hanya berfokus pada teknis iklan dari @Ervan Animation : "konten 80%, Iklan dalam konten 20% . penyampaian secara rapih salut buat blibli". Selebihnya banyak yang berkomentar bahwa iklan tersebut bagus, seperti komentar dari @Imam Rol4 : "iklannya mantap", @Sampurno Widodo : "iklannya bagus, makasih min". @Basri : "dr iklan langsung search... keren".

Di sisi lain keragaman tersebut juga menjadi salah satu alasan bagi para pembuat iklan untuk menuangkan ide dalam pembuatan iklan dengan menyelipkan pesan dan menyertakan unsur realitas yang ada di dalam masyarakat, seperti Iklan Audio Visual Peluk yang ditayangkan oleh Blibli.com ini. Ketika konstruksi pesan iklan menggambarkan sebuah realitas dalam masyarakat baik secara fakta maupun penyimpangan, publik dapat menanggapi penggambaran dari cerita iklan tersebut sebagai sesuatu yang benar dan dapat mensugesti pikiran publik.

Dalam membuat sebuah iklan, perlu adanya rancangan mengenai pemakaian tanda dan simbol, karena pada dasarnya iklan merupakan sekumpulan tanda sebagai bentuk komunikasi pemasaran yang menggunakan tanda sebagai pencipta sebuah pesan yang membentuk makna untuk disampaikan kepada khalayak. Menurut (Tambaruka, 2013), Iklan menggunakan banyak elemen didalamnya untuk mempengaruhi indra pendengaran dan penglihatan manusia seperti suara, musik, gerakan, dan gambar. Karakter dan penekanan suara dengan dukungan gaya penyampaian kata-kata yang jelas, nyaman didengarkan, dapat membentuk *brand awareness* (kesadaran merk) yang dapat dengan mudah di ingat pemirsanya. Penggunaan musik dalam iklan juga untuk menambah nuansa berbeda sebagai pelengkap suara dalam iklan tersebut. Gerakan dan gambar yang disesuaikan dengan suara musik dan dibuat sedemikian rupa selain dapat menarik perhatian dan membuat pemirsa terbawa suasana juga difungsikan untuk memperjelas maksud dan tujuan dari iklan.

Menurut Alex Sobur, pekerjaan media pada dasarnya adalah mengonstruksi realitas, isi media menurutnya adalah hasil dari para pekerja media dalam mengonstruksikan berbagai realitas yang dipilih. Iklan tidak akan terlepas dari konstruksi realitas sosial. Pemunculan figur dan karakter manusia serta visualisasi lainnya dalam iklan pada dasarnya merupakan sebuah kosntruksi realitas semata yang dibentuk sebagai proses pengerjaan isi media itu sendiri (Sobur, 2009).

Blibli.com merupakan salah satu e-commerce asli Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2011. Dengan mengedepankan solusi omnichannel, Blibli.com banyak mendapatkan respon positif dari masyarakat Indonesia dan telah banyak pula mendapatkan penghargaan, salah satunya dalam ajang tahunan TOP DIGITAL Awards pada tahun 2021 lalu. Blibli berhasil memborong 3 penghargaan sekaligus di bidang teknologi informasi, telekomunikasi, dan teknologi digital (Mulyana, 2021).

Iklan Blibli.com kali ini mengusung tema hari ibu berjudul peluk dengan *hashtag* #KarenaKeluargaNo1. Iklan ini diunggah di akun Youtube resmi Blibli.com yang memiliki lebih dari 400 Ribu *Subscriber*. Dalam penayangannya, iklan ini telah

disaksikan sebanyak lebih dari 1 juta *viewers*. Cerita yang disuguhkan dalam iklan ini memiliki pesan-pesan moral, umumnya di lingkungan masyarakat dan khususnya di lingkungan terkecil dalam kehidupan sosial, yaitu keluarga. Dalam iklan ini sosok seorang ibu yang telah tiada digambarkan sedang memberikan nasihat terhadap anak laki-lakinya usai bertengkar dengan istrinya karena merasa saling kurang perhatian diantara keduanya.

Kurang harmonisnya hubungan di dalam rumah tangga salah satunya disebabkan oleh sikap individu yang tidak mau menekan egonya masing-masing. Perbedaan pendapat dan keinginan, jika dibiarkan tanpa adanya penyelesaian dapat berujung kepada perceraian bahkan kekerasan dalam rumah tangga. Penyebab lain adalah kurangnya kesadaran dan tanggung jawab dari masing-masing individu yaitu suami dan istri, pentingnya mendengarkan nasihat dari orang tua menjadi salah satu cara untuk menghadapi suatu permasalahan dalam rumah tangga. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kasus perceraian di Indonesia hingga tahun 2021 mencapai 447.743 kasus, meningkat 53,50% dibandingkan pada tahun 2020 yang mencapai 291.677 kasus, perselisihan dan pertengkar terus-menerus menjadi faktor perceraian tertinggi pada tahun 2021 (Katadata.co.id, 2022).

Selain harus memiliki kriteria AIDCA sebagai perangsang suatu tindakan pembelian, iklan juga membutuhkan ide dan strategi kreatif. Namun dewasa ini banyak pembuat iklan yang menyalah artikan sebuah kreativitas, dimana terdapat banyak iklan yang berisikan konten nyeleneh hanya demi mendapatkan perhatian dari khalayak yang menyaksikan, sehingga mengabaikan pesan moral dan juga etika yang harus ada dalam iklan. Oleh karena itu perlu dilakukan kajian mendalam mengenai pesan moral dalam sebuah tayangan iklan.

Dari penjelasan di atas, peneliti memfokuskan penelitian kepada aspek komunikasi pesan, yaitu pesan moral apa saja yang ingin disampaikan dalam Iklan Audio Visual Peluk Blibli.com Edisi Hari Ibu di Youtube kepada khalayak, khususnya dalam kehidupan sosial keluarga. Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan pesan moral yang terdapat dalam iklan tersebut, pada penelitian ini penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam iklan Blibli.com.

PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan acuan dan perbandingan hasil penelitian serta memperkaya penulis dengan teori dan kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian terdahulu agar dapat mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian ini. Dalam penelitian terdahulu peneliti tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama persis dengan judul penelitian penulis, namun mengambil dari sisi yang berbeda.

1. Dari iklan Bukalapak edisi Bu Linda di Youtube, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak sekali pesan moral yang disampaikan dalam iklan tersebut berupa pesan moral disiplin, pesan moral kepedulian sosial, dan pesan moral toleransi (Najam, 2019).
2. Kesimpulan dari hasil penelitian semiotika iklan Aqua "Terlindungi Untuk Melindungimu" adalah iklan Aqua memiliki makna tanda-tanda yang merepresentasikan kata "Terlindungi", selain itu iklan ini juga cenderung

membangun konstruksi realitas sosial konotasi dan mitos. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan VO dan tagline yang mengedepankan nilai nonfungsional dan nilai ideologis serta mencoba meyakinkan audiens akan produk tersebut (Purba, 2021).

3. Kesimpulan dari penelitian tentang “Makna Cantik Dalam Iklan Pond’s X Maudy Ayunda Limited” menyebutkan bahwa penggambaran makna cantik dalam iklan tersebut membangun *stereotype* atau realitas yang cukup baik di masyarakat khususnya perempuan harus menjadi diri sendiri, menjadi siapapun yang diinginkan namun selalu mengutamakan penampilan wajah yang baik, serta membangun pandangan bahwa perempuan cantik haruslah putih agar dihormati di lingkungan masyarakat sekitar (Achmad, 2020).

Pada penelitian terdahulu yang mengkaji pesan moral iklan Bukalapak Bu Linda menggunakan semiotika Sander Pierce dengan hasil bahwa terdapat moral toleransi bahwa keluarga antara ibu dan anak tidak harus dengan ikatan keluarga. selain itu pada penelitian terdahulu pada iklan aqua dan iklan ponds aspek pesan yang menjadi tujuan utama adalah pengungkapan makna kata yang membangun konstruksi realitas sosial dengan tujuan untuk meyakinkan audiens tentang produk dan membangun *stereotype* dalam masyarakat. Sedangkan dalam penelitian ini hasil analisis difokuskan pada aspek komunikasi pesan, yaitu tentang pesan moral yang terdapat dalam Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu terkait dengan realitas yang dikonstruksikan secara sosial dalam iklan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Objek yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah potongan-potongan scene dalam iklan. Jenis data primer dalam penelitian ini adalah file video Iklan Audio Visual Peluk Blibli.com Edisi Hari Ibu sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan yang memiliki relevansi untuk menunjang penelitian ini berupa buku-buku, penelitian terdahulu, dan sumber lain seperti artikel dan internet. Teknik pengumpulan data adalah dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan signifikasi dua tahap dari semiotika Roland Barthes.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

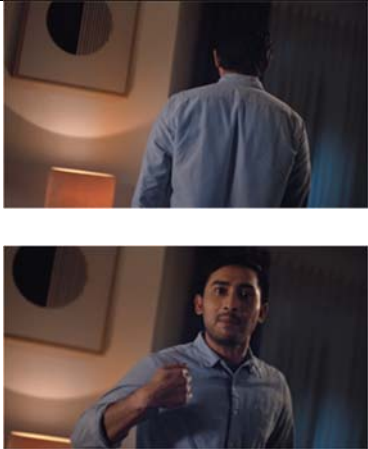
HASIL PENELITIAN

Dalam tahap ini peneliti akan mendeskripsikan serta menguraikan hasil penelitian dan analisis scene yang menurut peneliti memiliki tanda dan pesan moral dalam Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu. Pendeskripsian dilakukan dalam suatu bentuk analisis yang tersistematis berdasarkan semiotika Roland Barthes. Unit analisis didapatkan dari potongan adegan atau scene Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu yang berdurasi 4 menit 45 detik. Dalam potongan scene tersebut telah didapatkan 5 scene terpilih yang didalamnya terdapat berbagai tanda baik berupa teks dialog, audio, dan visual yang memiliki makna denotasi, konotasi, dan mitos serta memiliki pesan moral didalamnya yang berkaitan dengan realitas yang dikonstruksikan secara sosial.

1. Tataran Pertama (Denotasi) Semiotika Roland Barthes

Scene 1 : Pertengkaran





Pada *scene* 1 yang berdurasi 12 detik dengan *setting* tempat di sebuah ruangan ini terdapat 2 gambar yang memiliki tanda, *scene* ini menceritakan peristiwa pertengkaran antara tokoh suami dan istri, pada *scene* ini hanya memperlihatkan visual tokoh suami tanpa memperlihatkan visual tokoh istri, terdengar VO perempuan mengatakan bahwa ia tidak dapat bercerita apa-apa kepada tokoh suami. Kemudian tokoh suami pun menjawab dan mengatakan hal yang sama bahwa ia juga hanya bisa memendam semua hal yang ada dalam dirinya.

Shoot	Dialog/Suara/Teks	Visual
<p><i>Medium Shot</i></p>	<p>Audio : tanpa <i>backsound</i> <i>Setting</i> suasana : sunyi senyap VO Sri : "Sama kamu aku nggak pernah bisa cerita apa-apa !". Tokoh Suami : "Aku apalagi Sri, Semua hal yang salah dalam hidupku, aku cuman bisa pendem sendiri !".</p>	 <p><i>Suami berbalik badan</i></p> <p>Durasi : 00:01 – 00:12</p>
<p>Penanda (<i>Signifer</i>)</p>		<p>Pertanda (<i>Signified</i>)</p>
<p>Dalam sebuah ruangan dengan suasana sunyi terdengar VO perempuan dengan nada tinggi mengatakan "Sama kamu aku nggak pernah bisa cerita apa-apa !" membuat tokoh laki-laki yang sedang berdiri berbalik badan dengan ekspresi wajah memerah dan mata berkaca-kaca mengatakan hal yang sama dengan nada tinggi pula sambil menunjuk ke diri sendiri.</p>		<p>Suasana sunyi senyap tanpa <i>backsound</i> musik bertujuan untuk menekankan pada nada suara tinggi dalam aktivitas dialog yang sedang dilakukan. Dialog dengan nada suara tinggi tersebut adalah pertengkaran yang terjadi antara suami dan istri. Sedangkan ekspresi yang ditunjukkan tokoh suami adalah ekspresi menahan tangis dan amarah.</p>

Tabel 4. 1 Tataran Pertama Semiotika Roland Barthes Scene 1

Scene 2 : Keluar dari rumah





Adegan ini berdurasi 15 detik dan berlatar tempat di halaman depan rumah dan didalam mobil dengan suasana hujan di malam hari. Terdapat 4 gambar yang memiliki tanda dalam. Setelah bertengkar dengan istrinya, tokoh suami keluar dari rumahnya dan masuk kedalam mobil, pada malam itu cuaca sedang turun hujan. Setelah masuk kedalam mobil tokoh suami berteriak dan menangis.

Shoot	Dialog/Suara/Teks	Visual
<i>Extreme close up</i>	Audio : <i>backsound</i> Instrumen musik piano sedih. Tokoh suami masuk kedalam mobil dan berteriak	 <i>Lampu mobil basah terguyur hujan deras</i>
<i>Extreme long shoot</i>		 <i>Suami keluar dari rumah</i>
<i>Medium shoot</i>		 <i>Suami teriak dan menangis</i>
<i>Extreme close up</i>		 <i>Suami melamun</i>
		Durasi : 00:12 – 00:29
		Pertanda (Signified)
<p>Dalam adegan ini terdengar <i>backsound</i> Instrumen musik piano <i>mellow</i> dan penerangan cahaya yang minim, terlihat lampu mobil yang basah terguyur air. Diperlihatkan tokoh suami yang keluar dari rumah kemudian masuk ke dalam mobil. Di dalam mobil tokoh suami yang diperlihatkan duduk seorang diri berteriak kemudian termenung.</p>		<p><i>Backsound</i> instrumen musik piano <i>mellow</i> disertai hujan deras yang turun di malam hari mewakili suasana kesedihan yang dirasakan suami. Teriakan dari suami adalah perasaan kesal yang dirasakan yang kemudian membuatnya melamun.</p>

Tabel 4.2 Tataran Pertama Semiotika Roland Barthes Scene 2

Scene 3 : Ibu menasihati anaknya

Adegan ini berdurasi 1 menit 64 detik dengan latar tempat didalam mobil dan latar suasana sedih. Terdapat 4 gambar yang memiliki tanda. Setelah masuk ke dalam mobil dan melamun, dari kursi penumpang diperlihatkan tangan perempuan yang menyodorkan selembar tisu kepada tokoh suami, dan ternyata itu adalah sosok ibunya. Pada *scene* ini tokoh suami menceritakan permasalahan yang sedang ia hadapi pada saat itu, kemudian sosok ibu dari tokoh suami memberikan nasihat kepadanya.

Shoot	Dialog/Suara/Teks	Visual
<i>Extreme close up</i>	<p>Audio : instrumen musik piano sedih dan suara rintik hujan. Suara ibu yang lembut dan tenang.</p>	 <p><i>tangan perempuan memberikan tisu</i></p>
<i>Medium close up</i>	<p>Tokoh Ibu : “Dari dulu kan ibu sudah bilang, Sri itu orangnya keras”.</p> <p>Tokoh Suami : “Yah bu, udah jadi istri mau gimana dong? Aku juga bingung, hari ini anniversary aku, aku malah...(menghela nafas). Kayanya hal yang salah selalu terjadi dalam hidupku, dan aku nggak bisa cerita apa-apa, nggak kaya dulu waktu ada ibu.</p>	 <p><i>Suami tersenyum</i></p>
<i>Two shoot</i>	<p>Tokoh Ibu : (Tersenyum)... Abis cerita, tapi terus diomelin...”</p> <p>Tokoh Suami : (mengkode dengan anggukan kepala).</p> <p>Tokoh Ibu : “Apa”.</p>	 <p><i>Ibu dan anak saling menatap</i></p>
<i>Medium close up</i>	<p>Tokoh Suami : “Ayo omelin aku”.</p> <p>Tokoh Ibu : “Ibu pernah bilang nggak, kalau ibu nggak setuju waktu kamu mau menikah sama Sri”.</p> <p>Tokoh Suami: “Menggelengkan kepala”.</p> <p>Tokoh Ibu : “Karena ibu tau, walaupun Sri itu orangnya keras banget, tapi kamu beruntung bisa dapetin dia, bener gak...”.</p> <p>Tokoh Suami : (Menganggukan kepala sambil tersenyum).</p>	 <p><i>Ibu menasehati anaknya</i></p> <p>Durasi : 00:30 – 02:54</p>


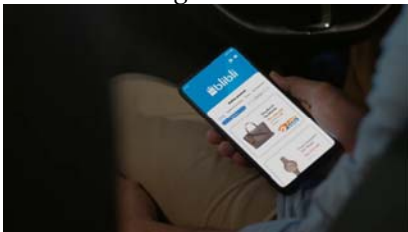


	<p>Tokoh Ibu : “Karena keluarga nomor 1, ya Sri dong harusnya tempat kamu cerita. Tapi bedakan, mana cerita mana mengeluh. Kalau setiap kamu cerita isinya mengeluh saja..., ya pasangan manapun pasti setres lah. Belajar... kalau cerita itu ngomongnya yang adem, nanti istri kamu juga pasti adem ngomongnya. Menikah itu seperti main pingpong Gung, kalau yang mukul cuma satu, capek dong mungutin bolanya”.</p>	
Penanda (<i>Signifer</i>)	Pertanda (<i>Signified</i>)	
<p>Dalam adegan ini terdengar suara instrumen musik piano <i>mellow</i> disertai suara rintik hujan. Diperlihatkan tangan seorang perempuan yang menyodorkan selembar tisu sambil mengatakan “Dari dulu kan ibu sudah bilang, Sri itu orangnya keras”. yang ternyata itu adalah ibunya.</p> <p>Kemudian tokoh suami bercerita tentang permasalahannya dan mengatakan “Kayanya hal yang salah selalu terjadi dalam hidupku, dan aku nggak bisa cerita apa-apa, nggak kaya dulu waktu ada ibu”.</p> <p>Ibu memberikan nasihat dan mengatakan “Ibu pernah bilang nggak, kalau ibu nggak setuju waktu kamu mau menikah sama Sri”.</p> <p>Dialog ibu “Karena ibu tau, walaupun Sri itu orangnya keras banget, tapi kamu beruntung bisa dapetin dia, bener gak...”.</p> <p>Dialog Tokoh Suami : (Menganggukan kepala sambil tersenyum).</p> <p>Dialog Tokoh Ibu : “Karena keluarga nomor 1, ya Sri dong harusnya tempat kamu cerita. Tapi bedakan, mana cerita mana mengeluh. Kalau setiap kamu cerita isinya mengeluh saja..., ya pasangan manapun pasti setres lah. Belajar... kalau cerita itu ngomongnya yang adem, nanti istri kamu juga pasti adem ngomongnya. Menikah itu seperti main pingpong Gung, kalau yang mukul cuma satu, capek dong mungutin bolanya”.</p>		<p>Instrumen musik piano <i>mellow</i> disertai suara rintik hujan adalah pertanda suasana kesedihan.</p> <p>Selembar tisu yang disodorkan pertanda bahwa tokoh suami sedang menangis.</p> <p>Dialog ibu yang mengatakan bahwa Sri itu orangnya keras adalah bahwa Sri memiliki watak yang keras kepala, dan penilaian seorang ibu tidak pernah salah.</p> <p>Dialog suami yang mengatakan bahwa ia tidak bisa bercerita kepada siapa-siapa, tidak seperti dulu saat ada ibunya menandakan bahwa pada saat itu ibunya sudah tidak lagi ada di sampingnya dan hanya ibunya yang dapat mengerti dirinya.</p> <p>Dialog ibu yang mengatakan bahwa ibunya tidak pernah bilang “tidak setuju” waktu tokoh suami mau menikah dengan Si dan mengatakan walaupun Sri orangnya keras banget tapi kamu beruntung bisa ngedapetin dia pertanda bahwa walaupun penilaian ibu selalu tepat namun seorang ibu tidak hanya melihat</p>

<p>Suara ibu yang lembut dan pembawaan yang tenang saat menasehati anaknya.</p>	<p>dari satu sisi tetapi melihat dari sisi lainnya.</p> <p>Anggukan dan senyuman tokoh suami ketika mendengarkan ibunya memberikan nasihat pertanda bahwa tokoh suami memahami dan merasakan ketenangan saat mendengarkan nasihat ibunya.</p> <p>Dialog ibu yang mengatakan bahwa keluarga adalah nomor 1, ya Sri dong harusnya tempat kamu bercerita pertanda bahwa keluarga tidak hanya terdiri dari ayah ibu dan anak melainkan siapapun yang ada dalam keluarga tersebut adalah tempat untuk bercerita.</p> <p>Dialog ibu yang mengatakan bahwa menikah itu seperti main pingpong, kalau Cuma satu yang mukul capek mungutin bolanya pertanda bahwa sebuah pernikahan harus memiliki kerjasama yang baik antara suami dan istri, permasalahan yang terjadi dalam rumah tangga menjadi tanggung jawab bersama dan harus diselesaikan bersama.</p> <p>Suara ibu yang lembut dan pembawaan yang tenang menandakan pemberian contoh kesan baik yang harus dilakukan ketika menghadapi permasalahan yaitu dengan sikap yang tenang, tidak terpancing dengan emosi.</p>
---	---

Tabel 4.3 Tataran Pertama Semiotika Roland Barthes Scene 3

Scene 4 : Tokoh suami memesan kado *anniversary*




Scene ini berdurasi 1 menit 16 detik dengan latar tempat yang masih sama yaitu di dalam mobil dan masih dengan cuaca yang masih hujan. Terdapat 4 gambar yang memiliki tanda. Pada scene ini tokoh ibu menanyakan kepada anaknya apakah ia sudah membeli kado *anniversary* dan menanyakan originalitas dari produk yang dipesan tokoh suami, kemudian berpesan agar anaknya tidak pelit dengan istrinya. Setelah itu tokoh ibu menyuruh anaknya bergegas menemui istrinya untuk berbaikan.

Shoot	Dialog/Suara/Teks	Visual
<i>Medium close up</i>	Tokoh ibu : “Kamu sudah beli kado <i>anniversary</i> belum?”.	 <p><i>ibu mengerutkan dahi</i></p>
<i>Medium shoot</i>	Tokoh suami : “Udah tadi buk, sebelum berantem”.	 <p><i>Gambar produk Blibli</i></p>
<i>Medium shoot</i>	Tokoh Ibu: (Mengerutkan dahi sembari melihat gambar di handphone) “Ori kan?”.	 <p><i>Suami melihat ke arah kursi penumpang</i></p>
<i>Close up</i>	Tokoh Suami : “Ya ori lah buk...”	 <p><i>Kursi penumpang kosong</i></p>
	Tokoh Ibu : “Bagus, anak ibu nggak boleh pelit sama istri (sambil tersenyum), udah mau nyampe tuh... nanti kamu enak baikannya. Udah sana, samperin dia”.	Durasi : 02:55 - 04:11
	Penanda (Signifer)	Pertanda (Signified)
	<p>Dalam adegan ini ibu berdialog dengan anaknya (tokoh suami) yang membahas kado <i>anniversary</i>.</p> <p>Tokoh ibu : “Kamu sudah beli kado <i>anniversary</i> belum?”.</p> <p>Tokoh Ibu : (Mengerutkan dahi sembari melihat gambar di handphone) “Ori kan?”.</p> <p>Tokoh Suami : “Ya ori lah buk...”</p> <p>Tokoh Ibu : “Bagus, anak ibu nggak boleh pelit sama istri (sambil tersenyum), udah mau nyampe tuh... nanti kamu enak baikannya. Udah sana, samperin dia”.</p>	<p>pertanyaan ibu tentang “apakah kamu sudah membeli kado <i>anniversary</i>” menandakan bahwa setiap pemberian hadiah di hari spesial merupakan sebuah tradisi dari generasi ke generasi untuk merayakan bertambahnya usia.</p> <p>Pertanyaan ibu tentang originalitas barang pesanan yang dilihat <i>handphone</i> tokoh suami menandakan bahwa memberikan hadiah untuk orang yang disayang harus benar-benar yang terbaik.</p>

Tabel 4.4 Tataran Pertama Semiotika Roland Barthes Scene 4

Scene 5 : Peluk

Scene ini berdurasi 33 detik dengan latar tempat di dalam ruangan kamar. Terdapat 3 gambar yang memiliki tanda. Pada scene terakhir ini tokoh suami masuk ke dalam kamar menemui istrinya, tokoh suami memanggil namanya kemudian istrinya menyambut dengan senyuman, setelah itu mereka berpelukan.

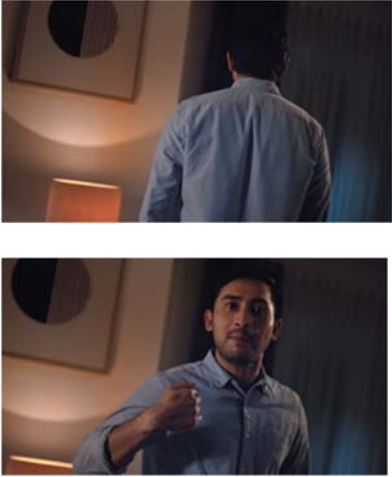
Shoot	Dialog/Suara/Teks	Visual
<p><i>Medium close up</i></p>	<p>Tokoh suami : "Sri...". Tokoh istri : (tersenyum)</p>	 <p><i>Suami memanggil istrinya dan menyandarkan kepala ke dinding</i></p>
<p><i>Medium shoot</i></p>	<p>Teks "untuk semua ibu yang pasti membuat kita rindu"</p>	 <p><i>Istri tersenyum</i></p>
<p><i>Medium long shoot</i></p>		 <p><i>Suami istri berpelukan</i></p> <p>Durasi : 04:12 - 04:45</p>
Penanda (Signifer)		Pertanda (Signified)
<p>Tokoh suami memanggil nama istrinya dan menyandarkan kepalanya ke dinding dengan raut muka sedih sementara tokoh istri menyambut dengan senyuman, kemudian setelah itu suami dan istri berpelukan. Teks "untuk semua ibu yang pasti membuat kita rindu. Selamat Hari Ibu"</p>		<p>Ekspresi yang ditunjukkan tokoh suami adalah ekspresi penyesalan atas kejadian yang telah berlalu, sementara ekspresi tokoh istri adalah ekspresi bahagia karena suaminya kembali. Kemudian mereka berpelukan sebagai tanda telah akur kembali. Teks untuk semua ibu yang pasti membuat kita rindu menandakan bahwa sosok ibu adalah sosok yang selalu diingat dan dirindukan anaknya, dan ucapan selamat hari ibu.</p>

Tabel 4.5 Tataran Pertama Semiotika Roland Barthes Scene 5

2. Tataran Kedua (Konotasi) Semiotika Roland Barthes

Scene 1 : Pertengkaran


Scene ini menunjukkan tokoh suami yang sedang berdiri berbalik badan setelah mendengar VO tokoh istri yang bernada tinggi, dengan ekspresi marah dan mata berkaca-kaca tokoh suami mengatakan hal yang sama dengan nada tinggi pula sambil menunjuk ke diri sendiri.




Penanda (<i>Signifer</i>)	Pertanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="261 951 722 1020"><i>suami berbalik badan menunjukkan ekspresi marah dan mata berkaca-kaca</i></p>	<p data-bbox="756 478 1367 590">Pengambilan gambar menggunakan teknik <i>medium shoot</i> bermaksud untuk menunjukkan bahasa tubuh dan ekspresi wajah.</p> <p data-bbox="756 590 1367 741">Dialog dengan nada tinggi pada adegan pertengkaran antara suami dan istri menggambarkan bahwa mereka sama-sama memiliki ego yang tinggi.</p> <p data-bbox="756 741 1367 995">Mata yang berkaca kaca dan ekspresi marah yang ditunjukkan oleh suami adalah perasaan kecewa mendalam yang ia rasakan. Sedangkan gerak tangan yang menunjuk ke dada bermakna bahwa ia hanya bisa menyimpan perasaannya yang dirasakannya sendiri.</p>
Mitos (<i>Myth</i>)	
Nada suara tinggi saat marah menggambarkan keadaan emosional yang sedang dirasakan oleh seseorang dan merupakan bahasa penyampaian perasaan yang sebenarnya.	

Tabel 4.6 Tataran Kedua Semiotika Roland Barthes Scene 1

Scene 2 : Keluar dari rumah

Pada *scene* ini diperlihatkan lampu depan mobil yang basah tergyur hujan di malam hari, disertai suara audio instrumen piano sedih. Dari kejauhan terlihat tokoh suami yang keluar dari rumah menerobos hujan kemudian masuk ke dalam mobil. Di dalam mobil tokoh suami yang nampak duduk seorang diri berteriak dan menangis.


Penanda (<i>Signifer</i>)	Pertanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="261 1738 667 1774"><i>Kaca mobil basah tegyur hujan</i></p>	<p data-bbox="712 1539 1367 1766">Suara instrumen musik piano <i>mellow</i> dan pengambilan gambar kaca mobil yang basah tergyur hujan dengan teknik <i>extreme close up</i> bertujuan untuk memperjelas tampilan dan suasana pada malam itu, yaitu suasana kegalauan yang dirasakan suami.</p> <p data-bbox="712 1766 1367 1873">Teriakan suami yang diperlihatkan dengan teknik pengambilan gambar <i>medium shoot</i> bertujuan untuk menunjukkan bahasa tubuh</p>

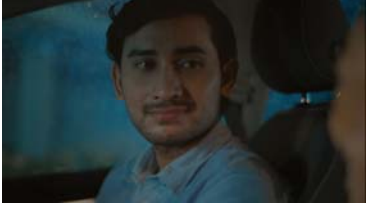


 <p>Suami keluar dari rumah</p>	<p>yaitu ekspresi marah yang menandakan bahwa tokoh suami sedang meluapkan emosinya. Kemudian diperlihatkan suami yang sedang melamun dengan teknik <i>extreme close up</i> pertanda bahwa tokoh suami hanya sendirian di dalam mobil tersebut.</p>
 <p>Suami teriak dan menangis</p>	
	
<p>Mitos (Myth)</p>	
<p>Pada <i>scene</i> ini tokoh suami sedang duduk seorang diri di dalam mobil dan melamun. Pada malam itu cuaca sedang turun hujan. Hujan identik dengan kata kenangan, karena dapat membuat seseorang melamun dan membangkitkan memori-memori yang telah dilaluinya, sehingga kenangan-kenangan yang telah terjadi akan teringat kembali.</p>	

Tabel 4.7 Tataran Kedua Semiotika Roland Barthes Scene 2

Scene 3 : Ibu menasehati anaknya

Scene ini menunjukkan tangan perempuan dari kursi penumpang depan memberikan selembara tisu, yang ternyata itu adalah sosok ibu dari tokoh suami. Kemudian tokoh suami menceritakan permasalahan yang sedang dihadapinya. Tokoh ibu memberikan nasihat dengan suara lemah lembut dan ekspresi tenang yang membuat tokoh suami mendengarkan dengan baik apa yang dikatakan ibunya, dengan ekspresi sesekali tersenyum dan melakukan kontak mata.


Penanda (Signified)	Pertanda (Signifier)
 <p>Tangan perempuan memberikan tisu</p>	<p>Gambar tangan perempuan yang memegang tisu yang diambil dengan teknik pengambilan gambar <i>extreme close up</i> bermakna kehadiran sosok ibu dikalan anaknya sedang gundah gulana. Pengambilan gambar dengan <i>medium close up</i> yang memperlihatkan ekspresi tersenyum tokoh suami dan tokoh ibu disertai dialog ibu yang bersuara lembut memberikan makna bahwa tokoh ibu ingin memberikan kesan sebaik mungkin kepada anaknya tentang bagaimana</p>




	<p>cara bersikap dan menghadapi permasalahan dengan kepala dingin dan berkata yang adem tidak menyakiti perasaan orang lain.</p> <p>gambar yang diperlihatkan dengan teknik pengambilan gambar <i>two shot</i> dari belakang menandakan hubungan keintiman ibu dan anak pada saat berinteraksi. Sedangkan kontak mata yang dilakukan tokoh suami terhadap ibunya dengan teknik pengambilan gambar <i>medium close up</i> menandakan bahwa tokoh suami mendengarkan dengan baik dan menghargai apa yang dibicarakan ibunya.</p>
	
	
<p><i>Ekspresi senyuman suami</i></p>	<p><i>Suami dan ibunya melakukan kontak mata saat berbicara</i></p>
<p><i>Ibu berbicara dengan nada lembut</i></p>	<p style="text-align: center;">Mitos (Myth)</p> <p>Pada scene ini nasihat dan perkataan dari ibu didengar dengan baik oleh tokoh suami, terlihat dari kontak mata dan ekspresi senyuman yang perlihatkan oleh tokoh suami. Melakukan kontak mata dan ekspresi senyuman yang dilakukan terhadap seseorang ketika berbicara memiliki arti bahwa orang tersebut merupakan pendengar yang baik dan sangat menghargai seseorang yang sedang berbicara.</p>

Tabel 4.8 Tataran Kedua Semiotika Roland Barthes Scene 3

Scene 4 : Suami memesan kado anniversary

Pada scene ini tokoh ibu menanyakan kepada tokoh suami apakah ia sudah membeli kado anniversary untuk istrinya. Kemudian *shoot* memperlihatkan gambar barang pesanan di *handphone* tokoh suami. Gambar produk tersebut memperlihatkan nama *brand* dan jumlah harganya. Setelah itu tokoh suami keluar dari mobil setelah disuruh untuk menemui istrinya. Diperlihatkan tokoh suami yang berdiri di luar mobil melihat ke arah kaca mobil, setelah meninggalkan mobil dan masuk kedalam rumah diperlihatkan kursi penumpang depan yang ternyata kosong.




Penanda (Signifer)	Pertanda (Signified)
 <p><i>Ekspresi ibu mengerutkan dahi</i></p>	<p>Ekspresi ibu yang mengerutkan dahi sambil tersenyum saat melihat <i>handphone</i> anaknya yang diambil dengan tehknik gambar <i>medium close up</i> mengartikan rasa penasaran ibu apakah barang yang dipesannya benar original.</p> <p>Teknik pengambilan gambar menggunakan <i>medium shoot</i> untuk memperlihatkan barang pesanan di <i>handphone</i> tokoh suami</p>

	<p>menunjukkan aktivitas tokoh suami yang sedang memegang handphone. Dalam gambar produk tersebut memperlihatkan nama brand dan jumlah harganya, dalam hal ini diselipkan layanan Bilibili yang secara tidak langsung ingin menegaskan bahwa layanan yang diberikan adalah layanan yang terbaik, yaitu menjual barang yang original dengan pengiriman yang cepat sampai.</p> <p>Kemudian tokoh suami keluar dari mobil setelah disuruh untuk menemui istrinya. Diperlihatkan tokoh suami yang berdiri di luar mobil melihat ke arah kaca mobil kemudian dengan teknik <i>close up</i> diperlihatkan kursi penumpang depan yang ternyata kosong, hal tersebut untuk menunjukkan bahwa tidak ada seorang pun di dalam mobil yang berarti ibunya telah tiada. Dari adegan tersebut dapat dimaknai bahwa adegan percakapan yang terjadi selama di dalam mobil adalah hasil lamunan dari tokoh suami.</p>
	
	
<p>Mitos (Myth)</p>	
<p>Pada scene ini tokoh ibu menyuruh tokoh suami untuk menemui istrinya, kemudian tokoh suami keluar dari mobil dan melihat ke arah kursi penumpang dan melihat ibunya tidak ada di dalam mobil, ditunjukkan dengan pengambilan gambar <i>close up</i> yaitu shoot pada kursi penumpang yang kosong. Dari adegan tersebut menunjukkan bahwa tokoh suami melakukan aktivitas melamun. Melamun sendiri memiliki arti dimana kondisi pikiran seseorang yang sesaat terputus dengan lingkungan sekitar. Dimana kontak atau fokus seseorang menjadi kabur dan tergantikan oleh khayalan visual, baik tentang hal-hal yang menyenangkan, harapan, pengandaian, ambisi dan lain sebagainya. Dalam scene ini menunjukkan bahwa nasihat dan dialog yang diberikan tokoh ibu kepada tokoh suami hanyalah dalam lamunan tokoh suami yang terjadi di alam bawah sadarnya.</p>	

Tabel 4.9 Tataran Kedua Semiotika Roland Barthes Scene 4

Scene 5 : Berpelukan

Scene ini memperlihatkan tokoh suami yang membuka pintu kamar dan memanggil istrinya kemudian menyandarkan kepalanya ke dinding dan menunjukkan ekspresi sedih. Tokoh istri menoleh dan memberikan senyuman dan kemudian mereka berpelukan setelah kejadian pertengkaran yang telah berlalu.

Penanda (<i>Signifier</i>)	Pertanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="261 436 662 506">Suami memanggil istrinya dan menyandarkan kepala ke dinding</p>  <p data-bbox="261 724 558 751">Ekspresi istri tersenyum</p>  <p data-bbox="261 970 537 997">Suami istri berpelukan</p>	<p data-bbox="724 222 1367 365">Pengambilan gambar suami dengan teknik <i>medium close up</i> bertujuan untuk menekankan pada emosi dari suami yaitu ekspresi yang menandakan emosi penyesalan.</p> <p data-bbox="724 369 1367 590">Hal tersebut ditanggapi oleh tokoh istri dengan menunjukkan ekspresi terkejut dan tersenyum yang diambil dengan teknik <i>medium shoot</i> yang menandakan bahwa tokoh istri secara tidak langsung sudah memaafkan dan menerima kehadiran tokoh suami di hadapannya.</p> <p data-bbox="724 594 1367 926">Kemudian diperlihatkan adegan berpelukan yang diambil menggunakan teknik <i>medium long shoot</i> yang menekankan pada aktivitas objek. Pelukan tersebut merupakan bentuk dari kepedulian, perasaan cinta dan kasih sayang. Keadaan pada <i>scene</i> ini menggambarkan betapa sebenarnya mereka berdua saling menyayangi dan membutuhkan satu sama lain namun tertutupi oleh egonya masing-masing.</p>
Mitos (<i>Myth</i>)	
<p data-bbox="261 1043 1367 1150">Pelukan tersebut menandakan perdamaian dan kasih sayang antara tokoh suami dan istri setelah pertengkaran yang terjadi di antara mereka berdua. Berpelukan menimbulkan rasa nyaman dan dapat membuat suasana hati menjadi lebih baik.</p>	

Tabel 4.10 Tataran Kedua Semiotika Roland Barthes Scene 5

PEMBAHASAN

Dari pemaparan deskripsi hasil penelitian pada sub bab sebelumnya, berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes, iklan ini menunjukkan tanda-tanda yang menggambarkan ketulusan seperti yang digambarkan pada *scene* 3 yang ditampilkan dari sosok ibu untuk anaknya, yaitu menggambarkan ekspresi ketenangan dan tutur bahasa ibu saat berdialog dengan anaknya, dan dari tokoh suami untuk istrinya yang terlihat pada *scene* 5, yaitu menggambarkan tindakan tokoh suami yang mau mengalah dan menemui istrinya sehingga disambut dengan senyuman dan pelukan kasih sayang. Selain itu terdapat pula tanda-tanda yang mewakili layanan yang diberikan oleh Blibli.com yang terdapat dalam *scene* 4. *Shoot* yang menunjukkan gambar produk dan memperlihatkan nama *brand* serta jumlah harganya, secara tidak langsung ingin menegaskan bahwa layanan yang diberikan oleh Blibli.com adalah layanan yang terbaik, yaitu menjual barang yang original dengan pengiriman yang cepat sampai.

Secara keseluruhan, dapat diketahui bahwa Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu ingin menyampaikan pesan bahwa keluarga adalah nomor 1 dan tempat terbaik untuk kembali. Menurut Safrudin keluarga adalah sekelompok

orang yang karena terikat oleh perkawinan, memahami dan mengetahui kombinasi unik dan bersama-sama memperkuat kombinasi ini untuk kebahagiaan dan kesejahteraan dan kedamaian bagi seluruh anggota keluarga (Safrudin, 2015).

Iklan tersebut menceritakan tentang suami yang merasa bahwa hanya ibunya yang dapat mengerti dirinya dan melupakan bahwa sebenarnya sekarang yang ia miliki hanya istrinya karena ibunya sudah tiada. Hal ini bermakna bahwa sudah seharusnya ia berbagi keluh kesah dan kebahagiaan dengan istrinya. Selain itu iklan ini juga memiliki pesan tentang bagaimana cara seseorang harus bijak dalam menyelesaikan sebuah permasalahan dalam keluarga salah satunya adalah dengan meredam egonya masing-masing.

Secara konstruksi realitas sosial, peneliti menemukan tahapan realitas berupa tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang menjelaskan tentang pemunculan figur seorang ibu yang telah tiada sebagai bentuk dari konstruksi realitas isi media. Apa yang ditampilkan dalam iklan tersebut memperlihatkan penandaan realitas yang terjadi dalam kehidupan sosial, terutama dalam kehidupan sosial keluarga. Dalam iklan ini, ibu menempati perannya di dalam keluarga sebagai pendidik bagi anaknya, melakukan tugas dengan sebaik-baiknya dalam mengajarkan tentang adab, mental dan sikap. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Zahrok dkk, bahwa orang tua berperan sebagai pembangun pondasi pendidikan utama anak yang berkaitan dengan sikap dan keterampilan dasar berupa akhlak, keagamaan, etika, dan disiplin dalam mematuhi aturan (Zahrok & Suarmini, 2018). Menurut Hurlock orang tua adalah orang dewasa yang membawa anaknya menuju kedewasaan, terutama pada tahap perkembangan. Oleh karena itu, orang tua adalah pemimpin dan guru yang memiliki peran dan pengaruh besar dalam kehidupan anak (Hurlock, 2016).

Iklan ini juga menampilkan citra ibu dalam konstruksi positif sebagai sosok yang paling berjasa dan berarti bagi anaknya, penggambaran citra lemah lembut sosok ibu memiliki tujuan sebagai gambaran citra perempuan yang memiliki perasaan lembut dan dibesarkan dengan pola asuh yang sangat melindungi, dibatasi oleh larangan-larangan, dan tata krama. Citra perempuan merupakan bentuk citra mental dan perilaku sehari-hari yang diungkapkan perempuan dalam berbagai aspeknya, yaitu aspek fisik dan psikologis seperti citra diri sebagai perempuan dan aspek keluarga dan masyarakat sebagai citra sosial (Sugihastuti & Suharto, 2010). Tahap eksternalisasi berlangsung ketika Blibli.com membuat iklan yang disesuaikan dengan momentum hari ibu yang kemudian dipilihlah konsep pemunculan figur ibu yang telah tiada. Pemilihan konsep tersebut sebagai subjek dalam tayangan iklan ini karena ibu adalah sosok paling berharga yang memiliki peran pendidik dalam sebuah keluarga. Tim produksi iklan menyesuaikan dengan momentum yang pas terkait dengan kejadian penting atau isu yang terjadi dalam kehidupan sosial, yang melibatkan peran ibu sebagai sosok paling berharga bagi anaknya, seperti pada iklan ini dimana pertengkaran dalam rumah tangga membuat tokoh suami merasa hampa semenjak tidak ada sosok ibu disampingnya.

Tahap objektivasi berlangsung ketika hasil dari pemunculan figur ibu ditampilkan setelah adegan pertengkaran antara tokoh suami dan istrinya pada *scene* 3. Hal tersebut membuat tokoh suami melamun dan terjadilah sebuah khayalan visual hingga memunculkan sosok ibu disampingnya sebagai bentuk dari aktivitas mental

sehingga terjadi percakapan dalam adegan tayangan iklan audio visual tersebut sebagai hasil dari aktivitas eksternalisasi yang dilakukan oleh manusia.

Dan tahap internalisasi dalam iklan ini adalah ketika terdapat adegan dialog antara sosok ibu yang telah tiada dengan tokoh suami di *scene* 3 dan 4, dimana adegan dialog yang terlihat *real* menjadi fokus utama dalam tayangan iklan ini sehingga pemirsa yang menyaksikan dapat tersentuh emosinya dan tanpa disadari terbawa oleh alur ceritanya sehingga terbentuklah gejala internal dalam dirinya.

Moral merupakan pesan yang berisi mengenai baik buruknya perbuatan dan kelakuan manusia yang memuat nilai, norma, atau etika yang telah disepakati (Lustyantie, 2013). Moralitas secara istilah digunakan untuk mendefinisikan batasan sifat, perilaku, kehendak, pendapat atau tindakan, yang dapat dengan tepat mengatakan bahwa mereka benar, salah, baik dan buruk (Nata, 2013).

Berkaitan dengan iklan, pesan moral harus memberikan kesan positif dan disampaikan secara *implisit* agar dapat memberikan manfaat bagi para pemirsanya. Berdasarkan pada hasil analisis dan penjelasan yang telah peneliti paparkan sebelumnya, peneliti mendapatkan temuan-temuan mengenai pesan moral yang terdapat dalam Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu yaitu sebagai berikut :

1. Mendengarkan nasihat orang tua

Mendengarkan perkataan dan nasihat orang tua terutama seorang ibu adalah kewajiban bagi seorang anak, karena nasihat yang diberikan oleh orang tua akan berguna bagi kehidupan anaknya di masa depan. Nasihat orang tua sama halnya dengan pendidikan, karena pendidikan yang diberikan oleh orang tua merupakan dasar bagi perkembangan dan kehidupan anak di dunia masa depan. Hadi menyatakan bahwa orang tua mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk memelihara, mengasuh, mendidik dan melindungi anak (Hadi, 2016).

Seperti digambarkan pada *scene* 3, ketika tokoh suami masuk ke dalam mobil dan melamun, pada saat itu tokoh ibu hadir dan mengatakan bahwa dari dulu Sri itu memiliki watak keras kemudian tokoh suami sedikit merasa menyesal karena Sri sudah menjadi istrinya, dan merasa bahwa hal yang salah selalu terjadi dalam hidupnya, meski demikian perkataan tokoh ibu bukan tentang larangan untuk memilih, namun tentang penilaian seorang ibu terhadap pilihan anaknya.

2. Menyelesaikan masalah dengan komunikasi yang adem

Dalam menghadapi masalah, setiap orang harus memiliki kemampuan untuk bersikap tenang dan sabar agar permasalahan yang sedang dihadapi dapat terselesaikan, terutama saat dihadapkan pada situasi permasalahan yang membuat emosi naik. Nada suara seseorang dapat berubah sesuai dengan emosi yang mereka alami. Seseorang yang sedang marah tentu akan memiliki nada suara yang meninggi, demikian pula seseorang yang sedang senang akan berbicara dengan bebas dan lancar, sedangkan pada saat seseorang mengalami gangguan mental dan mengalami kesedihan, suara mereka mungkin akan terbata-bata, bahkan tidak berbicara (Syukur, 2011).

Seperti yang digambarkan pada *scene* 1, nada suara yang tinggi dan sikap yang ditunjukkan oleh tokoh suami dan istri saat bertengkar sama-sama menunjukkan sikap egois, hal ini berbeda dengan yang ditunjukkan ketika tokoh

suami berdialog dengan ibunya, sikap dan perilaku yang ditunjukkan ibunya secara tidak langsung menjadi contoh untuk anaknya. Dengan sikapnya yang berbicara dengan nada lembut seperti yang digambarkan pada *scene* 3, menunjukkan kesan yang baik yang harus diterapkan oleh anaknya (tokoh suami) bahwa dalam menghadapi permasalahan harus dengan sikap yang tenang dan komunikasi yang adem.

Terdapat beberapa jenis ekspresi emosi yang menunjukkan kepribadian seseorang yaitu, ekspresi wajah, ekspresi vokal, perubahan fisiologis, gerak dan isyarat tubuh, tindakan-tindakan emosional (Syukur, 2011).

3. Keluarga tempat untuk berbagi

Keluarga adalah tempat terbaik dan ternyaman bagi setiap orang, di dalam keluarga, seseorang dapat mencurahkan isi hati, berbagi, dan saling menyayangi, begitu pula dengan anak-anak. Saat sedang merasa terjatuh dan terluka, ada sosok ibu yang siap memeluk dan memberikan ketenangan. Syamsu Yusuf berpendapat bahwa Keluarga juga dipandang sebagai institusi (institusi) yang dapat memenuhi kebutuhan manusia (manusia), terutama kebutuhan kepribadian dan perkembangan manusia (Yusuf, 2012).

Seperti yang dikatakan tokoh ibu pada *scene* 3 yang sesuai dengan hastag dalam iklan ini yaitu #KarenaKeluargaNo1 mengartikan bahwa Sri adalah tempat bagi tokoh suami untuk bercerita, karena mereka adalah keluarga baru setelah sepeninggal ibunya.

4. Meminta maaf setelah melakukan kesalahan

Meminta maaf bukanlah perkara mudah yang bisa dilakukan, namun hal ini merupakan cara terbaik untuk menyelesaikan sebuah permasalahan, termasuk dengan pasangan. Ketika seseorang sadar dan menyesal akan kesalahan yang diperbuat setelah bertengkar maka janganlah untuk ragu meminta maaf agar permasalahan yang terjadi tidak semakin berlarut. Meminta maaf dan memaafkan adalah kemampuan seseorang untuk mengurangi atau menghilangkan perasaan dan penilaian negatif terhadap sesuatu yang menyinggung dirinya, sehingga mengubah reaksi terhadap pelaku, peristiwa dan akibat dari peristiwa, yang semula negatif menjadi netral atau positif, dan membuat seseorang lebih nyaman di lingkungannya (Setiyana, 2013).

Seperti yang digambarkan pada *scene* 5 ketika tokoh suami menjumpai istrinya dengan raut muka menyesal, yang kemudian disambut istrinya dengan senyuman. Ekspresi tokoh suami merupakan bentuk penyesalan atas sikap egois yang ditunjukkannya pada saat pertengkaran di awal *scene*, hingga kemudian diperlihatkan adegan pelukan antara tokoh suami dan istri sebagai tanda perdamaian dan kasih sayang diantara keduanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes pada Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu, terdapat tanda-tanda yang ditampilkan pada kelima *scene* tersebut berupa teks dialog, audio, dan visual.

Dari pemaknaan tanda-tanda tersebut berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan mitos, penanda dan pertanda yang terdapat dalam iklan Blibli.com

merepresentasikan tentang ketulusan seorang ibu yang merupakan sosok paling berharga bagi seorang anak, dan semua hal baik yang dikatakan oleh seorang ibu adalah bekal bagi anak untuk menjalani kehidupan selanjutnya. Penanda dan pertanda tersebut terdapat pada dialog, ekspresi wajah, dan suara yang ditunjukkan sosok ibu yang adem saat memberikan nasihat dan juga ekspresi yang ditunjukkan tokoh suami ketika mendengarkan ibunya yang sedang berbicara. Hal ini memberikan makna bahwa keluarga adalah sebaik-baiknya tempat untuk kembali.

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan moral yang terdapat dalam Iklan Audio Visual Peluk Blibli.Com Edisi Hari Ibu adalah mendengarkan nasihat orang tua, menyelesaikan masalah dengan komunikasi yang adem, keluarga tempat untuk berbagi, dan meminta maaf setelah melakukan kesalahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. J. (2020). Makna Cantik Dalam Iklan Pond's X Maudy Ayunda Limited Edition (Analisis Semiotika Roland Barthes) . *Skripsi*.
- Hadi, A. (2016). Nilai-nilai Pendidikan Keluarga dalam UU No.23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak. *An-Nisa*. 102.
- Hurlock, E. B. (2016). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Katadata.co.id. (2022, Februari 28). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/28/kasus-perceraian-meningkat-53-mayoritas-karena-pertengkaran>. Diambil kembali dari Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/> (dakses 01 Maret 2022)
- Lustyantie. (2013). Pendidikan Nilai Moral di Perguruan Tinggi Melalui Kumpulan Dongeng Prancis Berbasis Kearifan Lokal.
- Mulyana, R. N. (2021, Desember 29). <https://industri.kontan.co.id/news/blibli-memborong-3-penghargaan-di-top-digital-awards-2021>. Diambil kembali dari Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/> (diakses 30 Maret 2022)
- Najam, H. (2019). Pesan Moral Dalam Iklan Bukalapak Edisi "Bu Linda" Di Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) . *Jurnal Skripsi*, 1-70.
- Nata, A. (2013). *Akhlaq Tasawuf dan Karakter Mulia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purba, W. A. (2021). Analisis Semiotika Iklan Aqua "Terlindungi Untuk Melindungimu" Di Televisi . *Skripsi*.
- Safrudin, A. (2015). *Pendidikan Seks Anak Berkebutuhan Khusus*. Yogyakarta: Gava Media.
- Setiyana, V. Y. (2013). Forgiveness Dan Stress Kerja Terhadap Perawat. *Psikologi Terapan*.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Rosda Karya.
- Sugihastuti, & Suharto. (2010). *Kritik Sastra Feminis : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Syukur, A. (2011). *Beragam Cara Terapi Gangguan Emosi Sehari-hari*. Yogyakarta: Diva Perss.
- Tambaruka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa Edisi 1*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Zahrok , S., & Suarmini, W. N. (2018). Peran Perempuan Dalam Keluarga. "Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0". *Prosiding SEMANTEKOS 3*, 61-65 Vol 3 No 5.

