KAJIAN VISUAL IKLAN POCARI SWEAT VERSI JKT48 "TENNIS" TAHUN 2014

Oki Adityawan[1], Dion Eko Valentino[2], Shendy Indriawan[3]
[1]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, oki.aja@ars.ac.id
[2]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, dion@ars.ac.id
[3]Universitas BSI Bandung, indriawanshendy45@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian iklan ini yaitu menemukan makna dibalik tanda-tanda yang digunakan dengan menggunakan analisis semiotika dalam model Charles Sanders Pierce, dan menyingkap pesan yang disampaikan dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 "tennis" tahun 2014. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian iklan adalah metodologi visual, metode kajian visual dengan teknik *filling system* dan metode semiotika. Terdapat beberapa faktor positif dalam iklan yaitu pemilihan gambar, konsep, layout dan background sangat jelas dan baik, sedangkan faktor negatifnya yaitu terdapat komunikasi yang disampaikan bersifat *hyperbola*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode interpretatif dengan pendekatan kualitatif yang memfokuskan tanda dan teks sebagai objek kajiannya, sehingga hasil penelitian menunjukan bahwa temuan tanda dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 "tennis" tahun 2014 yaitu, tanda ikon, sosok perempuan, botol Pocari Sweat beserta logonya, tanda indeks, suasana langit yang cerah dan ekspresi perempuan yang tersenyum, tanda simbol, makna dari sebuah warna yang didominasi dengan warna biru dan putih. Pesan yang disampaikan terdapat pada iklan yaitu *Go Sweat, Go Ion* yang berarti suatu gaya hidup tentang kebiasaan berolahraga dan bergerak yang membuat tubuh menjadi segar dan semangat kembali.
Kata kunci : Semiotika, Iklan, Pocari Sweat, JKT48

ABSTRACT

The research of advertisement is to find meaning behind signs in the by using semiotics analisis in Charles Sanders Pierce model. Beside that, the purpose of this research is to reveal contain messages in Pocari Sweat advertisement JKT48 version "tennis" 2014. The method used by writer on advertisement research is visual method, visual studies method with filling system technic and semiotic method. There is some good factor on the advertisement which is scene selection, concept, a good and clear layout and background, and there is bad factor which is some communication ekspress with hyperbola. Research method being used by writer is interpretative method with qualitative approachment focus in signs and texts as the object of research, by that means the result of research shows signs result in Pocari Sweat advertisement JKT48 version "tennis" 2014 is, icon sign, a girl, pocari sweat bottle with logo, indexs sign, bright sky view and the girl smilling ekspression, symbol sign, meaning of the color dominate by blue and white. The messaging ekspress in advertisement is Go Sweat, Go Ion means a lifestyle about sport and move routine which makes body become fresh and on fire again.
Keywords : *Semiotic, Advertisement, Pocari Sweat, JKT48*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara masyarakat menerima dan mengonsumsi informasi. Media massa, sebagai sarana komunikasi dan informasi yang memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat, menjadi salah satu elemen yang tidak dapat diabaikan. Media massa tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi dan berita, tetapi

juga memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini publik, mempersuasi audiens, dan mengukuhkan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Menurut Durianto (2003), informasi yang terus-menerus disampaikan melalui media membuat masyarakat menjadi sangat bergantung pada media tersebut. Salah satu jenis media massa yang memiliki daya pengaruh kuat adalah televisi. Televisi dianggap sebagai media massa elektronik yang mampu memengaruhi pemirsanya melalui tayangan visual dan audio yang menyatu. Sifat audio-visual ini memberikan televisi keunggulan dibandingkan media lainnya, karena ia mampu menjangkau pemirsa dalam skala besar tanpa batasan geografis. Kuswandi, sebagaimana dikutip oleh Jayanthi (2013), menegaskan bahwa melalui sifat audio-visualnya, siaran televisi menjadi media yang sangat komunikatif dalam menyampaikan pesan, salah satunya melalui iklan.

Iklan televisi bekerja dengan memanfaatkan tanggapan emosional atau kognitif dari calon pembeli terhadap elemen-elemen yang terkandung dalam iklan tersebut. Tanggapan ini dapat terjadi ketika pemirsa melihat, mendengar, atau bahkan hanya memikirkan iklan yang mereka saksikan. Tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi untuk menawarkan barang atau jasa, iklan televisi juga memiliki fungsi yang lebih luas, yaitu sebagai alat untuk menanamkan makna simbolik melalui bahasa dan visualisasi pesan (Jayanthi, 2013). Dengan pendekatan ini, sebuah produk dapat lebih mudah dikenal, disukai, dan dicari oleh konsumen. Hal ini menunjukkan potensi iklan sebagai media yang luar biasa dalam memengaruhi opini publik, sekaligus membentuk persepsi masyarakat tentang produk tertentu.

Namun, tidak dapat diabaikan bahwa iklan juga sering menanamkan pesan-pesan tertentu yang mungkin memperkuat stereotip atau norma yang sudah ada. Misalnya, pesan bahwa seorang wanita harus memiliki penampilan fisik yang menarik agar dapat diterima di masyarakat sering kali tersirat dalam iklan-iklan televisi. Contoh yang relevan adalah iklan Pocari Sweat dengan model JKT48. Iklan ini menonjolkan visual yang tidak hanya memperkenalkan produk sebagai minuman isotonik tetapi juga mengasosiasikannya dengan gaya hidup sehat dan menarik. Minuman Pocari Sweat, yang berasal dari Jepang, telah sukses menjadi pelopor minuman isotonik di Indonesia. Kehadiran JKT48 sebagai brand ambassador membantu meningkatkan nilai jual produk ini, menjadikannya lebih menarik di mata pasar, terutama generasi muda (Dafriyanti, 2012).

Produk Pocari Sweat sendiri dirancang sebagai minuman isotonik yang memiliki tekanan osmotik yang sama dengan cairan tubuh manusia, sehingga dapat menggantikan cairan tubuh yang hilang dengan cepat. Dalam strategi pemasarannya, Pocari Sweat menargetkan pasar yang luas, mulai dari anak muda hingga atlet, untuk menegaskan bahwa produk ini tidak hanya diperuntukkan bagi orang yang sedang sakit tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Salah satu iklan Pocari Sweat yang menarik perhatian adalah versi JKT48 “Tennis” yang dirilis pada tahun 2014. Iklan ini menggunakan komunikasi non-verbal sebagai elemen utamanya, sebuah pendekatan yang sering kali memerlukan interpretasi mendalam untuk memahami pesan yang ingin disampaikan.

Dalam kaitannya dengan desain komunikasi visual, iklan ini menjadi objek kajian yang menarik, terutama dalam analisis semiotika. Penelitian terhadap iklan ini melibatkan identifikasi unsur-unsur tanda yang terdapat dalam visualisasi iklan, seperti ikon, indeks, dan simbol, untuk menggali makna yang terkandung di dalamnya (Budiman, 2005). Penulis menggunakan metode analisis semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce untuk memahami bagaimana setiap elemen visual dalam iklan ini menyampaikan pesan. Menurut Peirce, tanda dapat dibagi menjadi tiga kategori utama: ikon, yang memiliki kesamaan dengan objek yang diwakilinya; indeks, yang memiliki hubungan sebab-

akibat dengan objeknya; dan simbol, yang hubungannya dengan objek bersifat konvensional.

Setiap adegan dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 "Tennis" mengandung unsur-unsur gerakan, suara, dan kata yang memiliki makna tertentu (Amir Piliang, 2003). Unsur-unsur ini menjadi fokus analisis untuk memahami pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui visualisasi dan narasi iklan. Kajian ini juga menyoroti bagaimana iklan televisi berfungsi sebagai alat komunikasi massa yang efektif untuk menyampaikan penawaran produk, jasa, atau ide kepada khalayak melalui media massa (Yohanda, 2011).

Dengan menggabungkan elemen semiotika dan teori komunikasi visual, penelitian terhadap iklan Pocari Sweat ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana elemen-elemen visual dapat memengaruhi persepsi dan opini masyarakat. Penelitian ini tidak hanya menyoroti strategi pemasaran yang digunakan dalam iklan tetapi juga membahas bagaimana makna simbolik dan nilai-nilai tertentu ditanamkan dalam benak audiens melalui media massa.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, penelitian ini akan meneliti tentang "KAJIAN VISUAL IKLAN POCARI SWEAT VERSI JKT48 "TENNIS" TAHUN 2014 ".

Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka pertanyaan penilitian ini adalah :

1. Apa makna tanda ikon, indeks dan simbol dalam iklan Pocari Sweat JKT48 dilihat dari perspektif semiotika Charles Sanders Pierce ?
2. Apa pesan yang disampaikan dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 ?

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Iklan

Istilah *advertising* (periklanan) berasal dari kata latin abad pertengahan *advertere*, "mengarahkan pehartian kepada" isitilah ini menggambarkan tipe atau bentuk pengumuman publik apapun yang dimaksudkan untuk mempromosikan penjualan komoditas atau jasa, atau untuk menyebarkan sebuah pesan sosial atau politik (Danesi, 2010).

Semotika Charles Sanders Pierce

Menurut teori semiotika yang dikemukakan oleh Charles S. Peirce, sesuatu dapat disebut sebagai tanda jika memiliki kemampuan untuk mewakili sesuatu yang lain. Peirce mengembangkan teori ini dengan mendasarkan pada tiga elemen utama yang dikenal sebagai *triangle meaning theory* atau teori segitiga makna (Krisyantono, 2009). Elemen-elemen tersebut adalah *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan).

Dalam teori ini, tanda adalah sesuatu yang digunakan untuk mewakili suatu objek, seperti kata-kata, gambar, atau simbol lainnya. Objek merupakan hal atau fenomena yang dirujuk oleh tanda tersebut. Sementara itu, interpretan adalah pemahaman atau konsep yang muncul dalam benak seseorang ketika ia berhadapan dengan tanda tertentu. Dengan kata lain, interpretan adalah hasil dari proses pemaknaan terhadap hubungan antara tanda dan objeknya.

Peirce juga membagi tanda ke dalam tiga kategori utama berdasarkan hubungan antara tanda dengan objek yang diwakilinya, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang memiliki hubungan kemiripan dengan objeknya. Contohnya termasuk foto, peta geografis, atau gambar yang menyerupai objek aslinya. Hubungan ikonik ini terjadi ketika tanda secara langsung menunjukkan ciri-ciri visual atau karakteristik objek yang diwakilinya. Sebagai contoh, sebuah potret wajah adalah ikon karena secara langsung merepresentasikan wajah orang tersebut.

Indeks, di sisi lain, adalah tanda yang memiliki hubungan kausal atau kedekatan eksistensial dengan objeknya. Hubungan ini menunjukkan keterkaitan sebab-akibat atau keberadaan yang tidak bisa dipisahkan. Misalnya, asap merupakan indeks dari api, karena keberadaan asap menunjukkan adanya api. Indeks dapat

pula berupa jejak kaki, yang menunjukkan keberadaan seseorang atau hewan.

Sementara itu, simbol adalah tanda yang hubungannya dengan objek terbentuk secara konvensional atau berdasarkan kesepakatan sosial. Hubungan ini bersifat arbitrer dan memerlukan pemahaman budaya untuk menginterpretasikannya. Contoh simbol adalah bahasa, di mana kata-kata yang digunakan tidak memiliki hubungan langsung dengan objek yang dirujuknya, melainkan dipahami melalui konvensi yang berlaku dalam masyarakat. Misalnya, kata "merah" dalam konteks budaya tertentu dapat melambangkan keberanian, sementara dalam konteks lain dapat merepresentasikan cinta atau bahaya.

Teori segitiga makna ini memberikan dasar bagi pemahaman semiotika modern, karena menjelaskan bagaimana tanda-tanda berfungsi dalam proses komunikasi. Tidak hanya terbatas pada hubungan antara tanda dan objek, teori ini juga menyoroti peran audiens atau penerima pesan dalam proses interpretasi. Interpretan yang muncul dalam benak seseorang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman, dan konteks sosial yang membentuk pemahaman mereka terhadap suatu tanda.

Dalam kehidupan sehari-hari, konsep ikon, indeks, dan simbol digunakan dalam berbagai aspek, seperti dalam media, seni, dan iklan. Sebagai contoh, dalam iklan televisi, ikon dapat berupa visualisasi produk yang menyerupai bentuk aslinya, indeks dapat berupa suasana atau elemen yang menunjukkan fungsi produk, sedangkan simbol mencakup elemen-elemen yang memiliki asosiasi makna tertentu, seperti warna atau logo yang dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai merek. Dengan memahami teori Peirce, kita dapat menganalisis bagaimana tanda-tanda ini berkontribusi dalam menyampaikan pesan yang efektif kepada audiens.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang diartikan sebagai rangkaian kegiatan atau proses menjaring informasi, dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu objek, dihubungkan dengan pemecahan suatu masalah, baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis (Nawawi, 1995) . Karena menggunakan analisis semiotika, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif interpretatif dimana penulis melakukan pengamatan secara menyeluruh pada tanda-tanda dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 tahun 2014. Penulis akan memperhatika koherensi makna antar bagian dalam iklan tersebut dan melakukan interpretasi-interpretasi untuk kemudian dimengerti dan dimaknai (Erawaty, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumber Data

Data Primer

Sumber data yang menjadi subjek penulisan kajian visual ini adalah iklan produk minuman isotonik Pocari Sweat versi JKT48 yang tayang di televisi pada tahun 2014. Iklan ini akan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika untuk memahami makna yang terkandung dalam elemen-elemen visualnya. Fokus kajian ini adalah pada tiga kategori semiotik yang utama, yaitu ikon, indeks, dan simbol, yang masing-masing memiliki cara representasi makna yang berbeda.

- Ikon: Merujuk pada tanda-tanda yang memiliki kemiripan atau kesamaan dengan objek yang diwakilinya. Dalam konteks iklan Pocari Sweat versi JKT48, ikon dapat terlihat pada gambar atau visual yang memperlihatkan kemiripan langsung dengan kenyataan, seperti tubuh yang segar setelah mengkonsumsi produk tersebut atau adegan olahraga yang menggambarkan aktivitas fisik yang membutuhkan hidrasi.
- Indeks: Tanda yang menunjukkan hubungan sebab-akibat atau hubungan yang langsung dengan objeknya. Dalam iklan ini, indeks bisa ditemukan dalam elemen-elemen visual seperti keringat yang tampak pada para anggota JKT48 atau kondisi tubuh

yang lebih segar, yang mengindikasikan bahwa Pocari Sweat adalah solusi untuk mengatasi dehidrasi.

- Simbol: Tanda yang maknanya bersifat konvensional dan tergantung pada pemahaman budaya atau sosial yang ada. Dalam iklan ini, simbol bisa berupa logo Pocari Sweat yang digunakan untuk merepresentasikan merek dan pengaruhnya terhadap audiens. Simbol ini memiliki makna yang sudah disepakati oleh masyarakat, yang menghubungkannya dengan produk minuman isotonik sebagai pilihan utama untuk menjaga tubuh tetap terhidrasi.

Melalui analisis semiotika ini, penulis akan mengungkapkan bagaimana iklan Pocari Sweat versi JKT48 memanfaatkan elemen-elemen visual tersebut untuk membentuk pesan yang efektif kepada audiens, terutama dalam konteks budaya pop Indonesia saat itu.

Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari hasil dokumentasi dan literatur-literatur yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu iklan televisi Pocari Sweat versi JKT48 yang tayang pada tahun 2014. Dokumentasi ini dapat mencakup arsip video iklan tersebut, artikel-artikel, dan kajian sebelumnya yang membahas tentang iklan, budaya konsumsi, dan pemasaran, terutama yang berfokus pada produk minuman isotonik dan audiens yang menjadi target pasar dari iklan ini.

Beberapa sumber data sekunder yang relevan dapat mencakup:

1. **Artikel dan Buku Tentang Iklan dan Semiotika**: Literasi yang membahas teori-teori dasar semiotika, khususnya dalam konteks iklan dan media massa. Hal ini dapat mencakup karya-karya tentang teori ikon, indeks, dan simbol yang digunakan dalam analisis iklan. Buku atau artikel yang membahas peran visual dalam iklan televisi juga dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang bagaimana pesan visual disampaikan kepada audiens.

2. **Kajian tentang Pemasaran dan Periklanan**: Literatur yang membahas tentang strategi pemasaran dan bagaimana produk seperti Pocari Sweat dipromosikan melalui media seperti televisi. Ini termasuk analisis tentang audiens yang menjadi target iklan, seperti pemirsa muda yang mengikuti JKT48, serta dampak iklan terhadap perilaku konsumsi.

3. **Literatur Tentang JKT48 dan Budaya Pop Indonesia**: Studi tentang JKT48 sebagai grup musik dan fenomena budaya pop di Indonesia dapat memberikan konteks penting mengenai bagaimana grup ini digunakan dalam iklan untuk menarik perhatian audiens muda. Hal ini juga mencakup analisis tentang bagaimana JKT48 berhubungan dengan identitas budaya, tren, dan gaya hidup anak muda Indonesia pada saat itu.

4. **Dokumentasi Iklan Pocari Sweat Versi JKT48**: Sebagai data sekunder yang paling langsung, dokumentasi dari iklan Pocari Sweat versi JKT48 itu sendiri, termasuk rekaman iklan, transkrip teks iklan, dan ulasan tentang iklan tersebut, dapat memberikan informasi tambahan yang dapat mendukung analisis visual dan semiotik.

Dengan menggunakan data sekunder ini, penulis dapat memberikan analisis yang lebih mendalam tentang bagaimana iklan Pocari Sweat versi JKT48 beroperasi dalam konteks budaya, pemasaran, dan semiotika, serta bagaimana iklan tersebut berfungsi dalam membentuk persepsi audiens terhadap produk tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yang meliputi observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Berikut penjelasannya:

1. **Observasi**
Observasi dilakukan dengan cara mengamati objek yang akan diteliti secara langsung, yaitu iklan Pocari Sweat versi JKT48 yang tayang pada tahun 2014. Pengamatan ini menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Pierce, yang membagi iklan tersebut menjadi beberapa adegan atau elemen visual untuk dianalisis secara mendalam. Iklan akan dipilah-pilah dalam bentuk ikon, indeks, dan simbol untuk mengidentifikasi bagaimana tanda-tanda tersebut berfungsi dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Dalam observasi ini, penulis akan mencatat elemen-elemen visual yang signifikan, seperti penggunaan warna, simbolisme, interaksi karakter, dan penggambaran aktivitas fisik yang berkaitan dengan produk.

2. **Dokumentasi**
Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang berupa tulisan, gambar, atau karya-karya yang dapat memberikan informasi tentang objek penelitian. Dalam hal ini, dokumentasi yang digunakan mencakup arsip iklan Pocari Sweat versi JKT48, baik dalam bentuk video iklan itu sendiri, gambar, maupun materi terkait lainnya, seperti artikel atau ulasan mengenai iklan tersebut yang dipublikasikan pada waktu yang bersamaan. Dokumentasi ini sangat penting untuk memberikan bukti konkret mengenai materi yang diteliti, serta untuk melacak konteks di sekitar iklan dan strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak Pocari Sweat.

3. **Studi Pustaka**
Studi pustaka dilakukan untuk melengkapi dan memperkaya wawasan penulis dengan membaca berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan meliputi buku, artikel, dan jurnal yang mengkaji tentang teori semiotika, pemasaran iklan, analisis media, dan budaya pop, terutama terkait dengan peran JKT48 dalam iklan Pocari Sweat. Studi pustaka ini juga berguna sebagai referensi bagi penulis dalam mengidentifikasi berbagai elemen visual yang terdapat dalam iklan dan bagaimana tanda-tanda tersebut dapat diterjemahkan untuk memahami pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.
Dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data ini, penulis dapat menganalisis secara komprehensif bagaimana elemen-elemen dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 berfungsi dalam membentuk makna dan pengaruh terhadap audiens, serta bagaimana iklan tersebut menciptakan keterhubungan dengan nilai-nilai budaya dan konsumen yang menjadi target pasar.

Teknik Analisis Data
Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengklasifikasian data yang ada tersebut antara lain sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data**
Data yang terkumpul, kemudian diteliti dengan menggunakan kerangka teoritis metodologi visual, aspek *visual meaning* melalui *still image*, dengan mengedepankan cara menjabarkan atau menjelaskan visualnya menggunakan *site of self*, dimana penulis akan meneliti dari visual berdasarkan object, subyek, gambar, warna, gerakan dan komunikasinya.

2. **Analisis Data**
Penelitian ini menggunakan teknik *filling system*, metode visual, metode kajian visual dan metode analisis semiotika.Teknik *filling system* diperkenalkan oleh Wimmer dan Dominick (Krisyantono, 2009) yang menjelaskan mengenai kategori-kategori tertentu untuk mengklasifikasikan data yang diperoleh.Setelah itu data diinterpretasikan oleh penulis, dipadukan dengan konsep atau teori yang menunjang pemahaman atas fenomena yang diteliti.

PEMBAHASAN
Makna Tanda Ikon
Makna tanda ikon dalam iklan menunjukkan bagaimana elemen visual mencerminkan objek yang diwakilinya melalui kesamaan atau kemiripan. Sosok

seorang perempuan yang mengenakan pakaian olahraga berwarna biru dengan garis putih, dipadukan dengan rok putih dan handband putih, menggambarkan karakter melankolis. Warna biru yang dominan pada pakaian tersebut melambangkan ketenangan, kedamaian, dan kelembutan, mencerminkan sifat sensitif dan tenang yang sering diasosiasikan dengan karakter melankolis. Selain itu, botol Pocari Sweat beserta logonya yang juga didominasi warna biru dan putih memberikan makna kedamaian, santai, dan relaksasi. Elemen visual ini mendukung citra produk sebagai minuman isotonik yang menyegarkan dan membantu menjaga keseimbangan tubuh. Melalui penggunaan tanda-tanda ikon ini, iklan menyampaikan pesan yang sejalan dengan manfaat dan nilai produk, yaitu menciptakan suasana yang menenangkan, sehat, dan segar.

Gambar 1 : makna tanda ikon
Sumber : Youtube

Makna Tanda Indeks

Makna tanda indeks dalam iklan mengacu pada hubungan kausal atau langsung antara tanda dan penandanya, yang menggambarkan kenyataan atau hubungan sebab-akibat. Dalam iklan ini, suasana langit cerah di pagi hari menjadi tanda indeks yang mencerminkan suasana segar dan menyenangkan, mendukung nuansa aktivitas olahraga. Ekspresi bahagia dan senyuman perempuan dalam adegan tersebut merepresentasikan rasa puas dan nikmat setelah kelelahan akibat berlari, yang kemudian diredakan dengan meminum Pocari Sweat.

Aktivitas-aktivitas yang ditampilkan dalam adegan ini, seperti berlari di bawah langit cerah dan minum Pocari Sweat, secara langsung menjadi indeks yang menghubungkan produk dengan efek menyegarkan dan mengembalikan energi. Hal ini memberikan penekanan pada manfaat dan citra produk, memperkuat pesan bahwa Pocari Sweat mampu memberikan kepuasan dan kesegaran setelah aktivitas fisik.

Gambar 2 : makna tanda indeks
Sumber : Youtube

Makna Tanda Simbol

Makna simbol dalam iklan merujuk pada tanda yang hubungannya dengan penanda sudah terbentuk secara konvensi atau kesepakatan umum. Dalam iklan ini, simbol secara keseluruhan terlihat pada penggunaan warna yang merujuk pada asosiasi tertentu. Warna biru dan putih yang mendominasi berbagai elemen, seperti latar langit, lapangan tenis, hingga suasana perkotaan, menjadi simbol yang memperkuat pesan iklan.

Warna biru dalam berbagai gradasinya, termasuk biru langit, mencerminkan suasana damai, santai, serta memberikan ketenangan dan relaksasi. Warna ini juga mengkomunikasikan keyakinan dan kekuatan, menciptakan kesan yang menenangkan. Di sisi lain, warna putih melambangkan kemurnian, kebersihan, dan kesegaran, yang sejalan dengan citra produk sebagai minuman yang menyehatkan dan menyegarkan. Kombinasi warna biru dan putih dalam iklan ini menjadi simbol yang efektif untuk mengkomunikasikan nilai-nilai yang diusung oleh produk Pocari Sweat.

Gambar 3 : makna tanda symbol
Sumber : Youtube

Pesan yang Disampaikan

Berdasarkan analisis semiotika terhadap tanda-tanda yang dibangun dalam iklan Pocari Sweat versi JKT48 "Tennis" tahun 2014, pesan utama yang disampaikan adalah ajakan kepada konsumen untuk mengadopsi gaya hidup aktif dengan berolahraga dan bergerak. Iklan ini menggambarkan bagaimana aktivitas fisik, seperti bermain tenis, dapat memberikan kebugaran dan semangat, yang kemudian didukung oleh manfaat Pocari Sweat.

Melalui tagline **"Go Sweat, Go Ion"**, iklan menekankan bahwa Pocari Sweat mampu menggantikan cairan tubuh yang hilang akibat aktivitas berat. Pesan ini menonjolkan peran Pocari Sweat sebagai minuman isotonik yang membantu menjaga kesegaran dan mengembalikan energi tubuh, mendukung konsumen untuk tetap aktif dan bersemangat dalam menjalani gaya hidup sehat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proses kajian visual terhadap iklan Pocari Sweat versi JKT48 "Tennis" tahun 2014 melalui dua tahapan utama, yaitu tahap awal dan tahap pelaksanaan. Pada tahap awal, penelitian dimulai dengan pengumpulan data yang meliputi file iklan yang diunduh dari internet serta berbagai referensi teoritis yang relevan. Referensi ini mencakup teori-teori yang diambil dari buku, jurnal, majalah, skripsi terdahulu, dan berbagai sumber lainnya yang mendukung analisis visual. Tahap awal ini menjadi fondasi penting untuk memahami konteks serta elemen-elemen yang akan dianalisis dalam penelitian.

Tahap pelaksanaan penelitian berfokus pada analisis langsung terhadap iklan Pocari Sweat tersebut. Peneliti menggunakan tiga metode untuk melakukan kajian mendalam, yang salah satunya melibatkan analisis semiotika untuk menemukan makna tanda-tanda yang ada di dalam iklan. Fokus analisis diarahkan pada penggalian makna ikon, indeks, simbol, serta pesan yang disampaikan melalui elemen-elemen visual dan naratif dalam iklan tersebut. Media penelitian yang digunakan terbatas pada iklan Pocari Sweat versi JKT48 "Tennis" tahun 2014, yang menjadi objek utama penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kajian visual yang dilakukan telah mencapai titik akhir dan menghasilkan kesimpulan yang komprehensif. Dalam analisis tanda ikon, maknanya ditemukan pada sosok seorang perempuan, botol Pocari Sweat yang disertai logonya, serta latar belakang dengan warna biru cerah yang menyerupai biru langit. Pada tanda indeks, makna yang dihasilkan berasal dari suasana langit cerah dan ekspresi bahagia perempuan dalam iklan, yang mencerminkan rasa puas setelah beraktivitas fisik. Sedangkan pada tanda simbol, analisis menyoroti penggunaan warna dominan, yaitu biru, biru langit, dan putih. Warna-warna ini memiliki asosiasi tertentu, seperti ketenangan, kebersihan, dan kesegaran, yang mendukung pesan utama dari produk.

Adapun pesan utama yang disampaikan dalam iklan ini adalah makna dari tagline Pocari Sweat, "Go Sweat, Go Ion." Tagline ini menegaskan bahwa Pocari Sweat dapat membantu menggantikan cairan tubuh yang hilang setelah aktivitas fisik, sehingga tubuh kembali segar dan penuh semangat. Penelitian ini berhasil mengungkapkan hubungan antara elemen-elemen visual iklan dengan pesan yang ingin disampaikan, serta menyoroti bagaimana iklan memanfaatkan simbol, indeks, dan ikon untuk memperkuat komunikasi pesan kepada audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Amir Piliang, Y. (2003). *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya* (Vol. 1). Jalasutra.

Budiman, K. (2005). *Semiotika Sastra dan Seni Visual* (Vol. 1). Buku Baik.

Dafriyanti, D. P. B. A. (2012). Pemujaan Terhadap Idola Pop Sebagai Dasar Intimate Relationship Pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikolog Kepribadian*

Dan Sosial Universitas Airlangga, *1*(2).

Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media* (Vol. 1). Jalasutra.

Durianto, D. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif* (Vol. 1). PT. Gramedia Pustaka Utama.

Erawaty, E. (2012). *Penulisan Teknik* (Vol. 1). Refika Aditama.

Jayanthi, S. (2013). *Analisis Makna Pesan Generasi Penerus Pada Iklan Susu Nutrilon Royal Versi "Life Starts Here"* (Vol. 1). Universitas Lampung.

Krisyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Vol. 1). Prenada Media Group.

Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi* (Vol. 1). Rineka Cipta.

Nawawi, H. (1995). *Pengantar dan Praktek Komunikasi* (Vol. 1). Ghalia Indonesia.

Yohanda, Y. (2011). *Makna Cantik Dalam Iklan Televisi Citra Versi "Rumah Cantik Citra"* (Vol. 1). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.