

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. atau yang dikenal dengan nama PT HM Sampoerna Tbk. memulai perjalanannya di tahun 1913 saat Liem Seeng Tee memulai usahanya dengan memproduksi dan menjual produk Sigaret Kretek Tangan (SKT) di rumahnya di Surabaya. Usaha kecilnya tersebut, merupakan salah satu usaha pertama di Indonesia yang membuat dan memasarkan Sigaret Kretek Tangan dengan merek Dji Sam Soe.



Gambar 4.1 Logo PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.  
Sumber: <https://www.sampoerna.com/sampoerna>

Pada tahun 1930 setelah usahanya berkembang dengan mapan, Liem Seeng Tee kemudian mendirikan perusahaan dengan nama Sampoerna dan memindahkan keluarga serta pabriknya ke sebuah kompleks bangunan di Surabaya, yang kemudian diberi nama “Taman Sampoerna.” Hingga saat ini, Taman Sampoerna masih aktif memproduksi SKT milik Sampoerna.

Pada masa Perang Dunia II dan penjajahan Jepang, Liem Seeng Tee ditahan dan usahanya ditutup oleh penjajah. Setelah Perang Dunia berakhir, ia dibebaskan dan memulai usahanya kembali. Namun, pada tahun 1959, tiga tahun setelah Liem Seeng Tee wafat dan setelah perang kemerdekaan berakhir pada akhir 1950-an, perusahaan Liem Seeng Tee kembali terancam bangkrut. Di tahun yang sama bisnis Sampoerna kemudian dilanjutkan oleh generasi kedua dari keluarga Sampoerna, yaitu Aga Sampoerna, yang memfokuskan usaha pada produksi SKT dengan melahirkan Sampoerna Hijau, atau yang dikenal hari ini dengan Sampoerna Kretek.

Pada tahun 1989 Sampoerna meluncurkan merek Sampoerna A yang merupakan produk Sigaret Kretek Mesin (SKM). Pada tahun 1990 Sampoerna resmi menjadi perusahaan rokok pertama di Indonesia yang menjual sahamnya di bursa efek. Dengan keputusan tersebut maka sejak 27 Agustus 1990, perusahaan rokok ini berstatus Perseroan Terbatas Terbuka (PT Tbk.). Pada bulan Mei tahun 2005 PT Philip Morris Indonesia, afiliasi dari Philip Morris Internasional Inc., perusahaan tembakau terkenal yang merupakan bagian dari Altria Group, Inc. telah mengakuisisi sebesar 97,95% saham PT HM Sampoerna Tbk. Perubahan kepemilikan ini menjadi salah satu momen penting dalam perjalanan sejarah Sampoerna.

Hingga kini Sampoerna telah membuat berbagai produk rokok seperti Sampoerna A Mild, Sampoerna U Mild, Dji Sam Soe, Sampoerna Hijau, Marlboro dan Philip Morris Bold. Berkat kerja keras dan dedikasi dari seluruh manajemen serta karyawan, PT. H.M. Sampoerna Tbk telah mendapat pengakuan dengan meraih penghargaan nasional dan internasional. Ratusan penghargaan dalam berbagai bidang seperti bidang manajemen, pemasaran,

penjualan, dan manufaktur telah diterima oleh PT. H.M. Sampoerna Tbk.

## 2. Profil Perusahaan

Sejak awal berdiri seperti dikutip di situs resmi mereka, Sampoerna bangga dengan tradisi dan filosofi yang telah menjadi landasan keberhasilan perusahaan. Perusahaan percaya bahwa berkontribusi kepada masyarakat luas harus melampaui makna literalnya. Untuk mendapatkan hasil berkualitas tinggi, kontribusi perusahaan harus memberi dampak positif bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal.



Gambar 4.2 Falsafah Tiga Tangan Sampoerna  
Sumber: <https://www.sampoerna.com/sampoerna>

Seluruh visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan PT HM Sampoerna Tbk. dipayungi oleh filosofi Falsafah Tiga Tangan. Logo ini merepresentasikan tradisi dan filosofi yang telah menjadi kebanggaan serta landasan keberhasilan perusahaan. Falsafah tiga tangan ini mewakili pemangku kepentingan utama yang harus dirangkul perusahaan dalam mencapai visi dan misinya. Berikut ini adalah visi dan misi dari perusahaan Sampoerna:

- a. Visi  
Menjadi perusahaan yang paling terkemuka di Indonesia.
- b. Misi

Dengan Falsafah Tiga Tangan. “Tangan-tangan”, yang mewakili pemangku kepentingan utama yang harus dirangkul perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

- 1) Perokok dewasa
- 2) Masyarakat luas
- 3) Karyawan dan Mitra usaha

## **B. Sinopsis Iklan A Mild Versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja**

Iklan yang menjadi objek penelitian ini adalah iklan dari produk Sampoerna A Mild yang ditayangkan di televisi. Iklan ini memiliki durasi sepanjang 30 detik dengan judul Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja yang tayang pada tahun 2021. Iklan rokok memiliki keterbatasan dalam menjual produknya karena adanya larangan yang diatur di dalam Undang-Undang Penyiaran No.32 tahun 2002 Pasal 46 ayat (3) huruf c yang berbunyi larangan iklan melakukan promosi rokok yang memperagakan wujud rokok. Sampoerna A Mild dengan kreativitas yang dibatasi akhirnya menjual produk rokok sesuai dengan *attitude brandingnya* yang dibangun untuk anak muda kritis dan peka isu-isu sosial dan politik.

Iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja memiliki latar di tengah perkotaan dengan diperlihatkan beragam aktivitas masyarakat yang sedang mereka lakukan. Secara sederhana iklan ini menceritakan suatu kebiasaan buruk masyarakat dalam membuang sampah secara sembarangan. Iklan ini tidak ditemukan adanya narasi atau monolog melainkan adanya musik yang diputar mendukung setiap adegan yang sedang berjalan.

Iklan ini diiringi oleh musik yang bermain dari awal hingga akhir tayangan iklan sepanjang 30 detik. Dalam iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu aja tidak memanfaatkan narasi seperti dialog, monolog atau voice over. Musik yang dimainkan juga mendukung

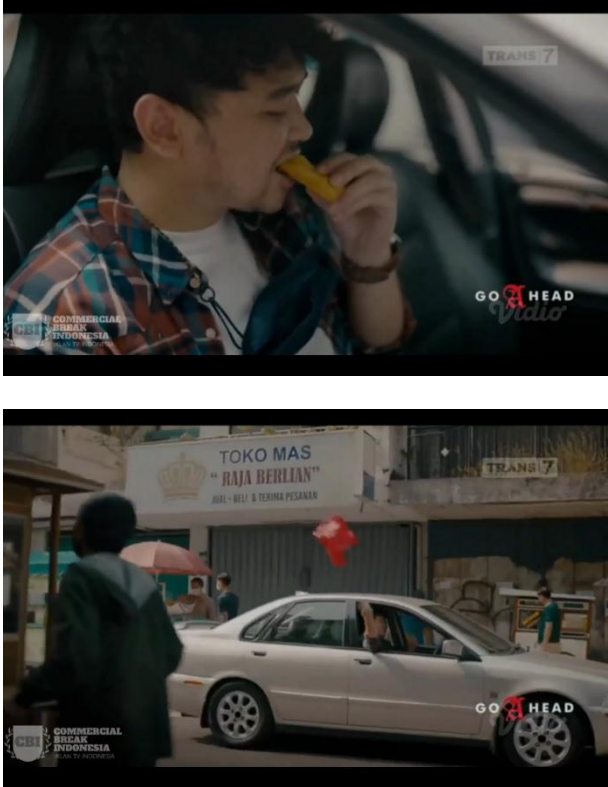
emosi setiap adegan yang ditampilkan dalam iklan. Musik ini dinyanyikan oleh musisi Tanah Air yaitu Iga Massardi.

### C. Analisis Semiotika Iklan A Mild Versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja

Pada tahapan ini peneliti menguraikan data yang ditemukan untuk dianalisis. Tahapan ini menjelaskan beberapa scene yang ada pada iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja yang mengandung pesan kritik sosial. Peneliti dalam menganalisis pesan tersebut menggunakan teknik semiotika dari Charles Sanders Peirce.

#### 1. Iklan A Mild “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” versi 1


Table 4.1  
Scene ke-1 versi Pertama

Tanda (Sign)	<p data-bbox="643 1099 895 1128">Durasi: 0:04 – 0:07</p>  <p>The table contains two screenshots from a commercial. The top screenshot shows a man in a plaid shirt eating a yellow snack. The bottom screenshot shows a white car parked in front of a shop named 'TOKO MAS RAJA BERLIAN'.</p>
--------------	--

	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Gambar pertama menggunakan medium close up dengan mengambil gambar tokoh utama. Gambar kedua menggunakan Long-shot mengambil keseluruhan mobil.	Warna pada scene ini lebih dominan menggunakan warna abu-abu yang terlihat pada mobil dan lingkungan sekitar menggambarkan kesan negatif dan kurang berenergi.	Musik dengan vokal “Aku milikmu..”
Objek (Object)	<p>Pada scene pertama ini berfokus kepada pria dengan pakaian kemeja kotak-kotak yang digambarkan sebagai tokoh utama di dalam cerita. Pria tersebut masuk ke dalam mobil dengan membawa kantong plastik berwarna merah yang ternyata berisi camilan gorengan yang sedang ia makan. Pengambilan gambar pertama dilakukan dengan medium close – up. Gambar selanjutnya kita sebagai penonton dibawa keluar dari mobil dengan pengambilan gambar long – shot. Terlihat mobil dari pria itu dan suasana jalanan yang ramai akan aktivitas masing-masing setiap orang. Pria di dalam mobil itu kemudian membuang sampah kantong plastik berwarna merah keluar melalui kaca jendela mobi. Musik yang diputar di scene pertama ini mempunyai lirik “<i>Aku milikmu</i>”</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Scene pertama dimulai dengan pria berkemeja kotak yang terlihat membawa camilan gorengan dengan kantong plastik berwarna merah. Dengan pengambilan gambar medium close-up memberikan arti untuk mengajak penonton fokus kepada pria berkemeja kotak sebagai tokoh utama. Pria itu kemudian memegang dan memakan gorengan menggunakan tangan kiri. Dari scene awal, iklan ini sudah menggambarkan jika pria berkemeja kotak memiliki <i>attitude</i> yang kurang baik. Sedari kecil kita sudah lekat dengan budaya jika melakukan segala kegiatan lebih baik dengan tangan kanan, termasuk memegang dan memakan makanan. Gambar selanjutnya berpindah keluar dengan teknik pengambilan gambar long-shot. Hal ini ingin</p>		

	<p>memberikan gambaran suasana sekitar yang ramai dengan beragam aktivitas siang hari di pinggir jalan. Masalah sosial muncul pada gambar kedua ketika kamera berpindah keluar mobil, pria itu membuang kantong plastik berwarna merah keluar lewat jendela mobilnya. Pria itu memberikan kesimpulan tidak ingin mengotori mobilnya dengan sampah bekas camilan gorengan yang ia makan. Lirik “aku milikmu” dari musik yang berjalan juga menekankan jika sampah yang pria tersebut buang sembarangan adalah miliknya bukan orang lain.</p>
--	---


Table 4.2  
Scene ke-2 versi Pertama

Tanda (Sign)	Durasi: 0:07 – 0:09		
			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Gambar ini menggunakan medium long shot yang menyorot tiga orang yang sedang melakukan pembahasan.	Warna pada scene ini masih dominan dengan warna abu-abu dengan latar warna putih dengan arti keterbukaan dan tetap memunculkan warna merah yang kontras.	Musik dengan vokal “Cuma kamu yang bisa buatku melayang..”

Objek (Object)	<p>Pada scene kedua ini terlihat gambar berfokus pada tiga orang, dua laki-laki dan satu wanita di teras sebuah cafe dengan pengambilan gambar medium long-shot. Tiga orang itu terlihat sibuk melakukan pembahasan dengan terlihat meja yang terdapat sebuah laptop, wanita yang sedang mencatat dan dua laki-laki terlihat <i>gesture</i> sedang menjelaskan dan menyimak pembicaraan.</p> <p>Secara tiba-tiba kantong plastik merah terbang dan menabrak wajah seorang laki-laki berambut keriting. Lelaki berambut keriting itu kemudian menyingkirkan kantong plastik merah dari wajahnya disusul ekspresi kebingungan. Orang-orang dalam pembicaraan itu juga terlihat kebingungan sambil melihat ke arah kantong plastik yang kembali terbang. Musik yang diputar mempunyai lirik "<i>Cuma kau yang bisa membuatku melayang.</i>"</p>
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Scene kedua ini terlihat tiga orang yang dikejutkan karena sampah kantong plastik yang terbang dan kemudian menabrak wajah laki-laki berambut keriting. Hal ini mengganggu kegiatan mereka yang tengah serius membahas sesuatu. Masalah sosial kemudian muncul karena dari mereka bertiga tidak ada yang memiliki kepekaan untuk memungut sampah tersebut karena menganggap itu bukan milik mereka hingga dibiarkan sampah kantong plastik merah itu terbang kembali.</p> <p>Musik yang dimainkan dengan lirik "<i>Cuma kau yang bisa membuatku melayang</i>" juga mendukung scene kedua ini, lirik dari scene sebelumnya masih bersambung yang memberikan makna jika kantong plastik merah bisa terbang bebas melayang karena ulah pria berbaju kotak di scene pertama hingga kemudian mengganggu secara langsung laki-laki berambut keriting karena menabrak wajahnya.</p>




Table 4.3  
Scene ke-3 versi Pertama

Sign (Tanda)	Durasi: 0:09 – 0:12 		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Pengambilan gambar pada gambar pertama dengan menggunakan Long shot dan gambar kedua menggunakan eye bird level.	Warna pada scene ini masih dominan dengan warna abu-abu sedikit warna kuning pada pakaian menimbulkan kesan negatif dan kurang peka terhadap situasi.	Musik dengan vokal “Meski kau melepasku..”
Objek (Object)	Scene diatas terlihat kantong plastik merah yang terbang mendarat di dalam sebuah gang yang sempit. Pengambilan gambar di scene ketiga ini dengan menggunakan long-shot dan eye-bird level. Terlihat		



	<p>dua orang pasangan lanjut usia sedang berjemur dibawah terik matahari dengan mengenakan masker. Terlihat pula seorang bapak-bapak yang sedang berjalan mendorong troli berisi gas 3kg. Lagu yang diputar juga terdengar dengan lirik “<i>meski kau melepasku</i>”</p>
<p>Penggunaan Tanda (Interpretant)</p>	<p>Scene ketiga dengan pengambilan gambar eye-bird level memberikan sudut pandang dari atas akan situasi yang sedang digambarkan. Terlihat dua orang pasangan lanjut usia sedang berjemur mengenakan masker, sang nenek sedang berdiri dan merentangkan tangannya dan sang kakek sedang duduk. Iklan ini menampilkan keadaan sebenarnya terkait virus covid-19 yang sedang terjadi sekaligus memberikan <i>campaign</i> tentang mengenakan masker dan berjemur di bawah sinar matahari. Selain pasangan lanjut usia juga terlihat bapak-bapak yang sedang mendorong troli berisi gas 3kg.</p> <p>Di scene ketiga berlatar di dalam gang sempit khas perkotaan dengan kantong plastik merah yang sama dari scene sebelumnya sedang terbang mendatar. Terlihat jika tiga orang yang sedang berjemur dan mendorong troli ditampilkan dengan sikap tidak peduli sama sekali akan kehadiran kantong plastik merah yang terbang mendatar di depan mereka. Mereka seakan menganggap hal itu sudah menjadi hal yang umum jika ada sampah di dekat mereka.</p> <p>Musik dari vokal Iga Masardi masih berputar dengan lirik “<i>meski kau melepasku</i>” yang memiliki makna masih bersambung dari scene sebelumnya jika sampah kantong plastik merah masih terbang melayang karena dibuang oleh pria berkemeja kotak.</p>

Table 4.4  
Scene ke-4 versi Pertama

Tanda (Sign)	Durasi: 0:13 – 0:15 		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Pengambilan gambar dengan teknik long-shot mengambil gambar banyak pekerja yang tengah sibuk.	Warna pada scene ini masih dominan dengan warna abu-abu sedikit warna kuning pada pakaian menimbulkan kesan negatif dan kurang peka terhadap situasi.	Musik dengan vokal “Kuyakin kitakan berjumpa lagi..”
Objek (Object)	Scene selanjutnya diperlihatkan beberapa orang lengkap dengan rompi berwarna kuning dan helm sedang melakukan pekerjaan mereka yang terlihat melakukan pengukuran luas tanah. Pengukuran dilakukan di suatu jalan dan mereka tengah sibuk mengamati sesuatu ke arah depan. Mereka semua secara mendadak kebingungan karena kantong plastik merah terbang dan mengganggu pengamatan mereka. Musik di dalam scene ini mempunyai vokal “ <i>Ku yakin kitakan berjumpa lagi.</i> ”		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	Scene empat menampilkan respon dari pekerja pengukur luas tanah dan bangunan yang kebingungan karena secara tiba-tiba muncul kantong plastik merah		

	<p>yang terbang tepat di depan mereka. Mereka semua langsung berhenti sejenak dari pekerjaan mereka karena merasa terganggu. Dari mereka hanya menunjukkan gesture menunjuk sampah yang terbang dan kebingungan siapa yang membuang sampah tersebut.</p> <p>Musik masih berputar dengan lirik “<i>Ku yakin kitakan berjumpa lagi</i>” dengan makna lagu yang masih terkait dari awal scene. Jika sampah yang dibuang sembarangan oleh pria berkemeja kotak pasti akan kembali lagi. Hal ini relevan karena kebanyakan sampah yang dibuang sembarangan pasti akan kembali lagi, kembali dengan beragam dampak negatif.</p>
--	---

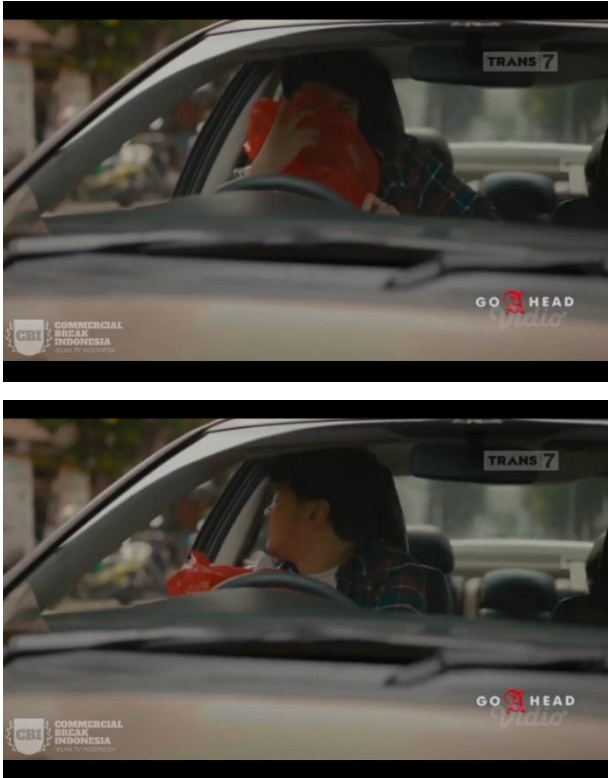
Table 4.5  
Scene ke-5 dan ke-6 versi Pertama

Tanda (Sign)	<p>Durasi: 0:15 – 0:20</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;">   </div>
	Teknik

	Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Gambar pertama diambil dengan teknik extreme long shot dan gambar kedua dengan teknik medium long shot	Warna pada scene ini masih dominan warna abu-abu pada warna jalanan dan keadaan sekitar yang memberi kesan negatif.	Musik dengan vokal “Mungkin hari ini atau esok hari..”
Objek (Object)	<p>Scene kelima adalah scene dengan latar halte di tepi jalan yang terdapat beberapa orang sedang menunggu kedatangan bus. Pengambilan gambar pada scene ini dengan extreme long – shot. Terlihat laki-laki berdiri di tepi jalan diperlihatkan sedang berbincang dengan seseorang melalui telepon genggamnya. Laki-laki itu sambil berbincang keheranan karena melihat kantong plastik merah yang terbang tepat di depannya.</p> <p>Scene keenam dengan pengambilan gambar medium long – shot menggambarkan situasi lapak tukang bakso yang sedang sibuk melayani pesanan pelanggan. Tepat di belakang tukang bakso ada laki-laki yang sedang duduk memakan bakso sambil keheranan melihat kantong plastik merah yang terbang di atas gerobak bakso.</p> <p>Lirik musik yang sedang berputar di dua scene ini “<i>mungkin hari ini atau esok hari.</i>”</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Interpretasi dari kedua scene tersebut menggambarkan hal yang sama namun hanya berbeda situasi. Scene kelima ada seorang laki-laki sedang menunggu bus sambil bertelepon merasa kebingungan karena ada kantong plastik merah yang terbang. Scene keenam juga terlihat laki-laki sedang menikmati baksonya bingung dan heran ada plastik merah yang terbang di atas gerobak bakso.</p> <p>Kedua scene ini merepresentasikan ekspresi kebingungan karena sama-sama melihat sampah dengan keadaan tidak semestinya. Sampah kantong plastik itu terbang tepat di depan mereka. Lirik dari</p>		


	<p>musik yang mengiringi “<i> mungkin hari ini atau esok hari</i>” juga memiliki makna jika sampah yang dibuang sembarangan dampaknya akan kembali cepat atau lambat.</p>
--	---

Table 4.6  
Scene ke-7 versi Pertama

Tanda (Sign)	Durasi: 0:21 – 0:23		
			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Pengambilan gambar menggunakan medium close-up	Warna pada scene ini dominan abu-abu dengan warna merah yang kontras pada kantong plastik memberi arti jika kesan negatif dan tidak	Musik dengan vokal “kitakan jumpa lagi..”

		peka terhadap sekitar.	
Objek (Object)	Pada scene ketujuh ini terdapat pria berkemeja kotak sedang di dalam mobil, ia dikejutkan dengan kantong plastik merah yang tiba-tiba masuk ke dalam mobil lewat jendela yang terbuka dan langsung menabrak wajahnya. Adegan scene dilakukan dengan pengambilan gambar medium close-up dan diiringi dengan lirik lagu “ <i>kitakan jumpa lagi.</i> ”		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	Di scene ketujuh kita diperlihatkan karma yang terjadi langsung kepada pria berkemeja kotak dengan adegan kantong plastik merah terbang kembali kepadanya. Pengambilan gambar dengan medium close-up memberikan makna jika penonton diajak berfokus kepada ekspresi dari pria berkemeja kotak. Adegan <i>callback</i> juga diperlihatkan ketika kantong plastik merah menabrak wajahnya, mengingatkan kejadian di scene kedua ketika sampah kantong plastik menabrak wajah pria berambut keriting.		

Table 4.7  
Scene ke-8 versi Pertama

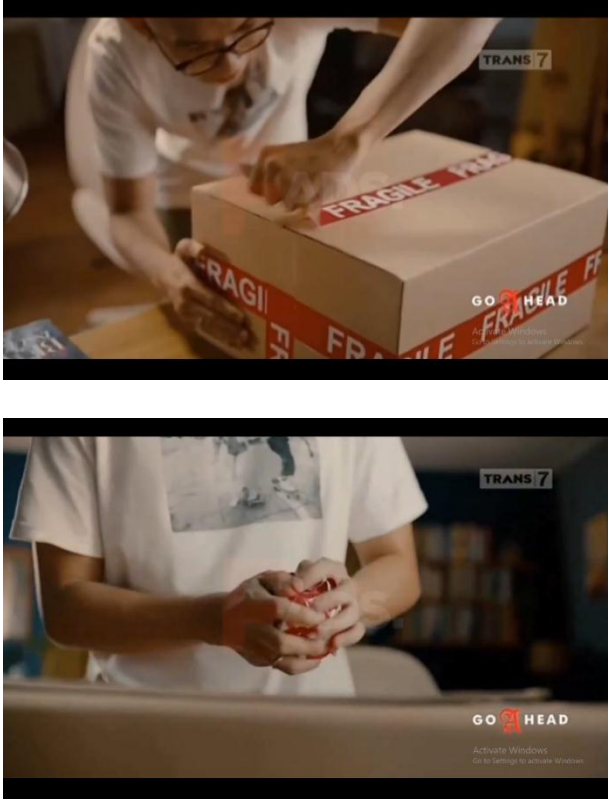
Tanda (Sign)	Durasi: 0:26 – 0:30		
			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Gambar di atas diambil dengan	Terjadi perubahan warna	Alunan musik tanpa

	teknik Long-shot.	pada scene ini menjadi warna cream dan putih memberi kesan lebih cerah.	vokal.
Objek (Object)	<p>Pria berkemeja kotak yang di scene sebelumnya dikejutkan karena sampah yang dia buang, kembali kepadanya akhirnya berjalan keluar dari mobil. Pria tersebut datang ke tempat sampah, berhenti sejenak untuk memilah dan akhirnya memasukan kantong plastik merah kedalam tempat sampah khusus plastik berwarna kuning.</p> <p>Terdapat logo A Mild di scene ini di sebelah kanan dan di sudut kiri judul campaign iklan “Gak ada yang ilang gitu aja.” Di bagian bawah gambar juga terlihat peringatan tentang bahaya merokok.</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Adegan tersebut berlanjut dengan pria berkemeja kotak berjalan keluar untuk membuang kantong plastik merah ke dalam tempat sampah berwarna kuning.</p> <p>Dengan teknik pengambilan gambar long – shot mempunyai tujuan untuk membuat space tembok yang digunakan untuk meletakkan judul campaign “Gak ada yang ilang gitu aja”. Di bawah gambar terlihat peringatan soal bahaya merokok yang telah ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 19 tahun 2003 soal promosi dan iklan rokok.</p>		



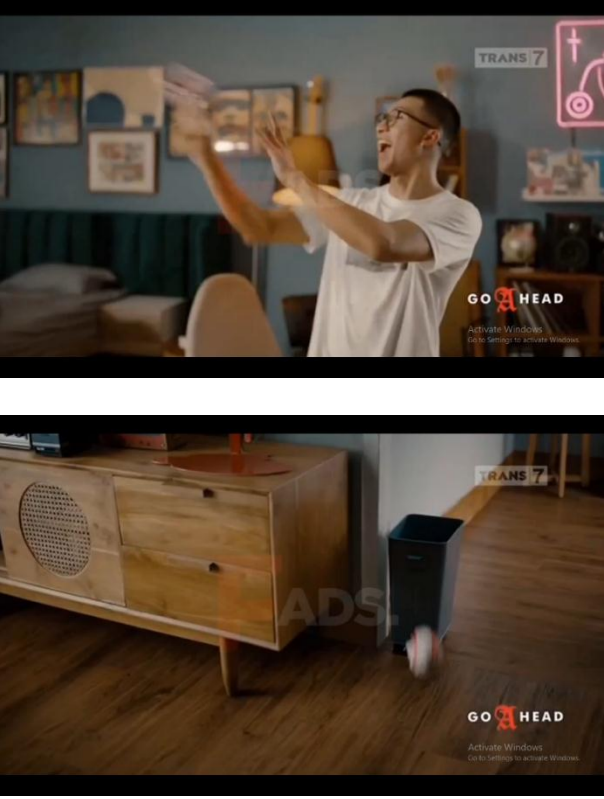
## 2. Iklan A Mild “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” versi 2

Table 4.8  
Scene ke-1 versi Kedua

Tanda (Sign)	Durasi: 0:02 – 0:05 		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Scene satu di atas diambil dengan teknik Medium Close-up	Warna pada scene satu ini cenderung coklat cerah dengan latar di dalam rumah.	Alunan musik dengan vokal “aku milikmu”
Objek (Object)	Scene satu terlihat seorang pria dengan kacamata berbaju putih yang sedang membuka paket pesanan. Pria tersebut mulai membuka plastik selotip berwarna merah dengan tulisan fragile. Setelah membuka selotip pria tersebut lalu menggulungnya menjadi berbentuk		

	bola.
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Scene pertama dimulai dengan pengambilan gambar medium close-up yang berfokus pada paket pesanan dengan tulisan fragile pada selotip perekat yang berarti barang di dalamnya mudah pecah dan rusak.</p> <p>Adegan berlanjut dengan pria yang membuka selotip dan menggulungnya menjadi berbentuk bola. Warna merah pada selotip terlihat kontras dengan warna latar yang memberikan kesan jika selotip itu akan menjadi objek utama dalam iklan ini.</p>

Table 4.9  
Scene ke-2 versi Kedua

Tanda (Sign)	Durasi: 0:05 – 0:07		
			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Scene dua masih	Warna pada	Alunan

	dengan pengambilan gambar medium close-up	scene kedua ini coklat cerah dengan latar di dalam rumah bercat gelap	musik dengan vokal “Cuma kau yang bisa membuatku melayang”
Objek (Object)	Scene kedua masih dengan pria berbaju putih dengan kacamata yang kali ini memegang selotip yang digulung menjadi berbentuk bola sedang bersiap melempar ke arah tempat sampah dengan bergaya seperti pemain basket. Selotip berbentuk bola yang di lempar itu sayangnya tidak masuk ke tempat sampah.		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	Scene kedua dengan pengambilan gambar medium close – up berfokus pada selotip berbentuk bola yang tidak masuk ke dalam tempat sampah. Pria berbaju putih setelah gagal melempar selotip masuk ke tempat sampah berlalu begitu saja.		

Table 4.10  
Scene ke-3 versi Kedua

Tanda (Sign)	Durasi: 0:08 – 0:11 
--------------	---



			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Teknik yang digunakan full-shot dan medium close-up	Warna pada scene ini cenderung coklat cerah dengan latar di dalam rumah berdinding abu-abu	Alunan musik dengan vokal “Meski kau melepasku”
Objek (Object)	<p>Scene ketiga ini terlihat seorang wanita yang berjalan membawa cangkir sekita berhenti di depan tempat sampah. Wanita itu kaget karena menginjak sesuatu tepat di bawah kakinya dan ketika ia melihat ada selotip berwarna merah yang menempel di bawah sandal yang ia kenakan.</p> <p>Tanpa berpikir panjang wanita tersebut langsung menendang selotip berbentuk bola tersebut.</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Wanita yang ada dalam scene ketiga ini terlihat tidak peduli dengan selotip setelah merekat pada kakinya dan malah menendangnya. Jika diperhatikan di adegan ini persis tepat disampingnya terdapat tempat sampah.</p> <p>Scene ini menggambarkan sikap manusia yang kebanyakan tidak peduli akan sesuatu walaupun jangka panjangnya dapat merugikan diri sendiri.</p>		

Table 4.11  
Scene ke-4 versi Kedua

Tanda (Sign)	Durasi: 0:12 – 0:20  		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Close – up berfokus pada kuku dengan kutek berwarna merah muda dan Medium-shot kearah seorang nenek	Warna pada scene ini cenderung cerah dengan latar di dalam rumah bercat abu-abu	Alunan musik dengan vokal “kuyakin kita kan berjumpa lagi, mungkin hari ini atau esok hari”
Objek (Object)	Scene selanjutnya memperlihatkan bola selotip yang menggelinding ke arah seorang nenek yang sedang sibuk mengatur posisi foto dengan smartphonenya. Scene dengan pengambilan gambar close-up berfokus kearah kuku berwarna merah muda dan seekor kucing		

	<p>yang terekam kamera smartphone.</p> <p>Nenek tersebut terlihat ekspresi kesal di wajahnya karena posisi fotonya diganggu dengan kehadiran bola selotip berwarna merah. Nenek itu kemudian menyingkirkan ke atas sofa tepat disamping dirinya.</p>
<p>Penggunaan Tanda (Interpretant)</p>	<p>Penggambaran seorang nenek pada scene keempat ini diperlihatkan dengan ekspresi wajah yang kesal karena diganggu dengan bola selotip yang menggelinding merusak pemandangan foto kuku berkutek merah muda.</p> <p>Nenek disini juga diperlihatkan tidak peduli akan sampah selotip merah yang datang dan mengganggu dirinya.</p>


Table 4.12  
Scene ke-5 versi Kedua

<p>Tanda (Sign)</p>	<p>Durasi: 0:22 – 0:27</p>  <p>The top screenshot shows a man with glasses looking at a red sticker. The bottom screenshot shows a man in a white shirt in a room with a large red 'A' logo and text 'GAK ADA YANG ILANG GITU AJA.'.</p>
---------------------	--

	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Close – up berfokus pada kuku wajah pria berbaju putih dan Full-shot	Warna pada scene ini cenderung cerah dengan latar di dalam rumah berwarna abu-abu	Alunan musik dengan vokal “kitakan jumpa lagi”
Objek (Object)	<p>Scene terakhir memperlihatkan pria berbaju putih datang dan duduk di sofa tepat menduduki solatip berwarna merah. Pria itu seketika mengeluarkan ekspresi kebingungan sambil menatap solatip tersebut. Pria itu lalu kemudian bangun dan membuang solatip merah ke dalam tempat sampah dengan cara yang benar.</p> <p>Di scene ini terdapat judul campaign “Gak Ada yang Ilang Gitu Aja” dan logo A Mild serta peringatan tentang bahaya meorokok.</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Pria berbaju putih dengan ekspresi kebingungan karena solatip yang dia berfikir sudah dibuang di scene awal iklan ternyata mengganggu posisi duduknya di atas sofa. Ini menggambarkan jika sampah yang tidak dibuang dengan benar dikemudian hari akan berdampak negatif dan mengganggu orang sekitar.</p> <p>Penggambaran lain adalah sampah plastik yang dibuang sembarangan pada hari ini akan memiliki dampak jangka panjang dalam merusak lingkungan. Hal ini disebabkan sulit terurainya sampah plastik jika tidak dibuang dengan benar.</p>		

### 3. Iklan A Mild “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” versi 3

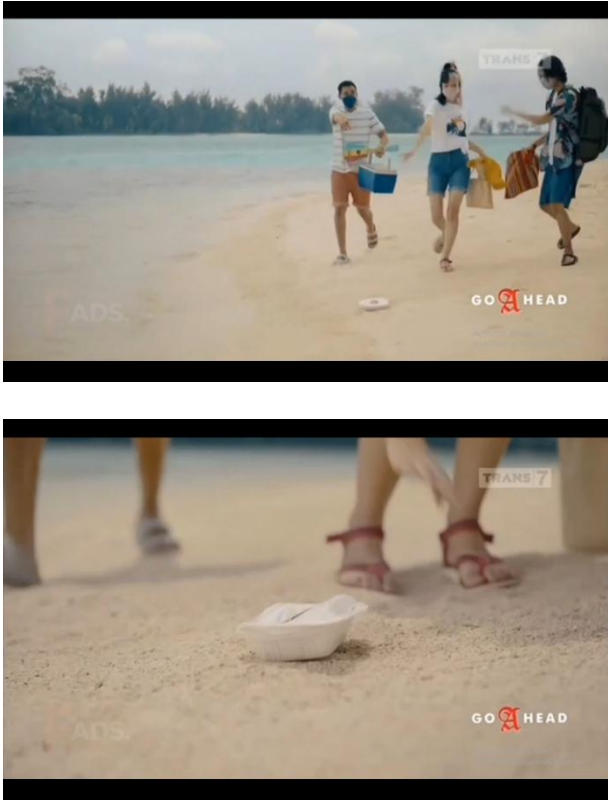
Table 4.13  
Scene ke-1 versi Ketiga

Tanda (Sign)	Durasi: 0:02 – 0:06 		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Pengambilan gambar menggunakan Medium-shot dan Close - up	Warna pada scene ini abu-abu cerah dari sinar matahari dengan latar tepi pantai	Alunan musik dengan vokal “aku milikmu..”
Objek (Object)	Scene pertama iklan ini dimulai dengan pria berbaju putih sedang duduk di tepi pantai sambil menyantap nasi goreng dengan bungkus styrofoam. Styrofoam tersebut berwarna putih dengan logo bertuliskan nasi		



	goreng mbah. Setelah selesai menyantap nasi goreng pria itu secara sengaja menaruh sterfoam tepat di bawah disamping posisi ia duduk
Penggunaan Tanda (Interpretant)	Pria berbaju putih duduk di di tepi pantai sambil menikmati suasana sambil menyantap makanan. Pria itu kemudian dengan sengaja menaruh sterfoam bekas nasi goreng secara sembarangan dan tidak memiliki kesadaran untuk membuangnya ke tempat sampah.

Table 4.14  
Scene ke-2 versi Ketiga

Tanda (Sign)	Durasi: 0:07 – 0:10		
			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara

	Full-shot dengan fokus ke tiga orang anak muda dan Close-up ke sterofom	Warna pada scene ini abu-abu cerah dari sinar matahari dengan latar tepi pantai	Alunan musik dengan vokal “Cuma kau yang bisa buatku melayang”
Objek (Object)	Adegan berlanjut dengan sterofom yang awalnya tepat disamping pria berbaju putih terbang terbawa angin hingga ke arah bibir pantai. Tiga orang anak muda dengan perlengkapan camping datang untuk mencari tempat yang cocok untuk menggelar karpet yang dibawa. Kamera berpindah dan memperlihatkan tangan perempuan menepis sterofom ke arah laut.		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	Sterofom yang terbang terbawa angin karena tidak mempunyai beban terbawa hingga ke bibir pantai. Pesan kritik sosial diperlihatkan dengan sikap tidak pedulinya tiga orang anak muda terhadap sampah sterofom di depannya dan hanya memetingkan kepentingan pribadi mereka.		

Table 4.15  
Scene ke-3 versi Ketiga

Tanda (Sign)	Durasi: 0:11 – 0:15 
--------------	---


			
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Bird eye view dan medium shot memperlihatkan dua orang yang sedang berenang.	Warna pada scene ini abu-abu cerah dari sinar matahari dengan latar birunya laut.	Alunan musik dengan vokal “Meski kau melepasku... kuyakin kitakan berjumpa lagi..”
Objek (Object)	<p>Scene ketiga memperlihatkan dua orang yang sedang freedive atau berenang dengan pengambilan gambar bird eye view. Terlihat juga sampah styrofoam yang ikut berenang bersama dua orang freedive.</p> <p>Kamera berpindah menjadi medium shot dan berfokus pada styrofoam yang terbawa arus laut mengapung kembali ke bibir pantai.</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Scene ketiga dengan dua orang freedive disajikan dengan pemandangan laut yang sangat indah, sayang harus dirusak dengan satu sampah styrofoam yang mengapung.</p> <p>Kritik sosial jelas ingin disampaikan dengan seringnya dijumpai sampah plastik atau styrofoam yang ada di pantai atau laut hingga merusak keindahan alam.</p>		

Table 4.16  
Scene ke-4 versi Ketiga



Tanda (Sign)	Durasi: 0:16 – 0:21 		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Medium shot dengan berfokus pada pria berbaju putih.	Warna pada scene ini abu-abu cerah dari sinar matahari dengan latar tepi pantai.	Alunan musik dengan vokal “Mungkin hari ini atau esok hari.. kitakan jumpa lagi..”
Objek (Object)	Scene keempat memperlihatkan seorang pria yang ada di awal iklan sedang memotret laut dari tepi pantai yang indah. Hingga pria itu dikejutkan dengan kehadiran styrofoam yang ia tinggalkan sebelumnya. Dengan ekspresi kebingungan pria itu mengambil styrofoam tersebut.		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	Scene keempat perilaku berbaju putih menggambarkan sikap kebanyakan masyarakat yang gemar meninggalkan sampah sembarangan hingga efeknya mengotori lingkungan. Di scene ini juga diperlihatkan perilaku buruk dalam membuang sampah styrofoam mampu mengotori pantai dan membuatnya tercemar. Sampah styrofoam juga termasuk sampah yang sulit untuk terurai sehingga membutuhkan waktu yang sangat lama.		

Table 4.17  
Scene ke-5 versi Ketiga

Tanda (Sign)	<p>Durasi: 0:23 – 0:30</p> 		
	Teknik Pengambilan Gambar	Warna	Suara
	Fullshot dengan fokus ke arah pria berbaju putih	Warna pada scene ini abu-abu gelap dari sinar matahari dengan latar tepi pantai	Alunan musik tanpa vokal
Objek (Object)	<p>Pria berbaju putih itu lalu berdiri kemudian diperlihatkan pria tersebut membuang sampah styrofoam miliknya ke dalam tempat sampah berwarna kuning. Kemudian logo A Mild muncul di sudut layar serta judul dari campaign ini “Gak Ada yang Ilang Gitu Aja”</p>		
Penggunaan Tanda (Interpretant)	<p>Pria berbaju putih tampak membawa styrofoam yang dia buang dan membuangnya ke tempat sampah. Ini menjadi tanda telah terjadinya proses pembelajaran dari apa yang pria tersebut lakukan.</p>		

## D. Hasil Penelitian

Jika melihat dari sudut pandang iklan televisi, maka iklan tersebut harus sesuai dengan target pemirsanya. Pada kasus iklan rokok pembatasan tayangan iklan rokok yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang Penyiaran No.32 tahun 2002 Pasal 46 ayat (3) huruf c yang berbunyi larangan iklan melakukan promosi rokok yang memperagakan wujud rokok. Peraturan lebih mendalam diatur di Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 19 tahun 2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan pasal 16 – 21. Pasal tersebut mengatur iklan dan promosi soal rokok pada setiap media massa, tidak terkecuali media elektronik seperti televisi.

Oleh karena itu, iklan rokok cenderung bias dan sering menunjukkan hal yang tidak berhubungan dengan produk yang dijual. Iklan Sampoerna A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja ditemukan mengangkat isu-isu dalam realitas sosial dan mengkritik isu sosial untuk menjadi ide dan tema dalam membentuk brand image dan citra mereka. Penelitian ini berfokus untuk meneliti lebih jauh dari setiap scene dalam iklan A Mild versi ini yang mengandung banyak interpretasi.

### 1. Apa saja yang diketahui tentang Sampoerna Mild

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Roberto Vanbasten Marlindo, S.Kom selaku praktisi yang paham dalam bidang periklanan mengatakan bahwa:

*“Iya tau, sering juga lihat iklannya di televisi atau media yang lain. Tau itu rokok Sampoerna Mild karena identik sama anak muda gitu jadi pas lihat iklannya bisa tau itu merk apa.” (Jakarta, Juni 2022).*

Secara branding produk Sampoerna Mild memang sudah lama beredar di pasaran sehingga tidak sulit untuk mengenalinya. Selain itu, citra yang dibangun A Mild dalam melakukan campaign juga lebih dekat dengan anak muda yang memiliki sifat berani dalam menyuarakan berbagai macam hal.

## 2. Tentang iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Roberto Vanbasten Marlindo, S.Kom selaku praktisi yang paham dalam bidang periklanan mengatakan bahwa:

*“Lumayan sering saya kalo di televisi lihat iklan rokok A Mild. Kalau buat yang ini baru sadar iklannya punya banyak versi dan berbeda. Tapi kalau dilihat masih dengan konsep cerita dan lagu yang liriknya sama dan berkaitan. Setiap versi yang ditampilkan juga punya pesan berbeda. Iklannya tuh keseringan nampilin anak muda gitu. Saya ngeliatnya sih emang cocok buat segmentasinya ke anak muda”* (Jakarta, Juni 2022).

Pada penelitian ini iklan A Mild “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” memang mempunyai tiga versi iklan yang berbeda. Secara garis besar memang masih menggunakan konsep yang sama bahkan menggunakan lagu dengan lirik yang sama namun hanya berbeda nada.

## 3. Makna yang terkandung dalam iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja

Iklan A Mild ini merupakan iklan televisi dimana setiap konsumen memiliki pemahaman yang berbeda yang mungkin bisa memaknai iklan tersebut menjadi positif atau negatif. Oleh karena itu makna dalam iklan ini apakah dapat tersampaikan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Roberto

Vanbasten Marlindo, S.Kom selaku praktisi yang paham dalam bidang periklanan mengatakan bahwa:

*“Iya, makna keseluruhan ya. Saya melihat iklan Sampoerna Mild versi ini mudah untuk dipahami dari segi alur ceritanya yang tidak berbelit-belit dan terkesan hanya iklan yang menghibur. A Mild inikan memang segmennya anak muda, anak muda yang masih suka kritis kalau lihat banyak hal. Nah iklan ini berusaha mengkritik masyarakat kita atau kita sendiri yang suka buang sampah sembarangan. Ada pesan berupa harapan jika kedepannya masyarakat sadar akan isu akan limbah sampah. Itu makna paling utama yang ingin disampaikan.” (Jakarta, Juni 2022).*

Dari ketiga versi iklan A Mild dalam penelitian ini memang mengangkat tema cerita yang sama di dalam iklannya. A Mild menyinggung perilaku masyarakat yang masih suka acuh dan membuang sampah sembarangan. Hal sederhana namun mempunyai makna yang serius itulah yang iklan A Mild versi Gak Ada yang Ilang Gitu Aja ingin sampaikan.

#### 4. Pesan kritik dalam iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja

Dalam Penelitian ini berfokus pada pesan kritik sosial yang coba disampaikan di dalam iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja apakah dapat tersampaikan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 6 Juni 2022 dengan Mas Roberto Vanbasten Marlindo, S.Kom selaku praktisi yang paham dalam bidang periklanan mengatakan bahwa:

*“Pesan kritik dalam iklan ini masih mudah dipahami dan masih sangat mudah terlihat. Pesannya cukup banyak seperti mengkritik soal perilaku masyarakat yang tidak peduli akan sampah apalagi sampah plastik. Terlihat sih sikap akan pedulinya soal sampah di iklan ini. Fungsi adanya lagu atau musik disini juga semakin memberi*



*kemudahan dalam memahami. Musik disini berjalan bersamaan dengan adegan di dalam iklannya. Interpretasinya memang beragam tapi pesan utama yang ingin disampaikan tetap soal bahaya sampah plastic.” (Jakarta, Juni 2022).*

Kesimpulan dari wawancara di atas menyatakan bahwa iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja berusaha untuk mengkritik perilaku masyarakat akan ketidak peduliaanya terhadap limbah sampah plastik. Hal ini yang sudah dilakukan brand A Mild dalam membentuk sebuah citra anak muda yang kritis. A Mild selalu berani menyuarakan hal yang memang dirasa penting untuk menyindir perilaku buruk kebanyakan masyarakat.

#### 5. Penting adanya sebuah pesan dan makna di dalam iklan

Setiap iklan memiliki pesan dan makna tergantung pada siapa iklan tersebut dituju. Pentingnya makna dan pesan dalam sebuah iklan supaya para konsumen mengerti produk atau jasa yang diiklankan. Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 6 Juni 2022 dengan Mas Roberto Vanbasten Marlindo, S.Kom selaku praktisi yang paham dalam bidang periklanan mengatakan bahwa:

*“Makna dan pesan dalam sebuah iklan jelas penting, berangkat dari sana sebuah brand berusaha menyampaikan apa yang menjadi tujuan mereka. A Mild biasa dikenal dengan iklan yang kritis dan selalu menonjolkan keberanian adalah contoh dari image sebuah brand. Tujuannya selain menjual produk tetapi berusaha menyindir perilaku masyarakat lewat iklannya. Jadi menurut saya sangat penting ketika makna di dalam iklan bisa dijadikan daya tarik buat dilihat. Makna di dalam iklan bisa luas banget tergantung si pembuat iklan, ada yang lucu menghibur, yang mengkritik.” (Jakarta, Juni 2022).*

Makna dan pesan penting untuk sebuah iklan, karena dari sanalah produk atau jasa menyampaikan tujuannya. Dimana makna dan pesan harus sesuai dengan image sebuah brand sehingga dapat menarik audiens yang luas.

## **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

Iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja adalah sebuah iklan komersial yang di setiap scene atau gambar pada iklan ini menampilkan pesan tanda kritik sosial yang sering terjadi di tengah masyarakat. Penelitian ini berfokus pada bagaimana makna kritik sosial dalam iklan A Mild ini akan terlihat pada beberapa scene atau gambar dan suara dalam iklan tersebut.

### **1. Analisis Sign, Objek dan Interpretant**

Dari keseluruhan scene yang terdapat pada iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja yang terbagi menjadi tiga iklan yang telah dianalisis menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce memiliki Sign yang sama. Iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja bersifat objektif menggambarkan fenomena dan kebiasaan yang sedang terjadi di masyarakat secara riil bahkan sampai saat ini, seperti masyarakat dengan ketidakpeduliannya terhadap sampah limbah plastik.

Pencemaran lingkungan oleh limbah plastik adalah salah satu sign dari ketiga iklan yang dibahas, selanjutnya objek yaitu orang-orang yang terdapat dalam ketiga iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja. Interpretant dari ketiga iklan yang diteliti adalah mengkritik perilaku masyarakat yang gemar membuang sampah serta pentingnya untuk menjaga lingkungan dari limbah plastik karena sulitnya untuk terurai sehingga akan menimbulkan dampak yang berkepanjangan.

## 2. Analisis Kritik Sosial

Di dalam ketiga iklan tersebut limbah plastik divisualisasikan mencemari lingkungan perkotaan, ekosistem laut dan bahkan lingkup terkecil yaitu di dalam rumah tangga. Dampak buruk yang ditimbulkan juga akan beragam tergantung dimana limbah plastik ini berada. Iklan A Mild memberi sebuah kritikan dengan menyindir perilaku masyarakat Indonesia pada umumnya yang gemar dengan sengaja membuang, meninggalkan dan sikap tidak peduli terhadap sampah. Sampah yang dibuang tidak pada tempatnya digambarkan berdampak menyulitkan diri sendiri bahkan menyusahkan orang lain.

Tayangan iklan A Mild versi Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja mempunyai tujuan untuk membuka kesadaran masyarakat dengan menampilkan sindiran terhadap realitas sosial yang telah terjadi, para penonton iklan dipaksa untuk menyadari pentingnya untuk menjadi peduli dan sadar akan bahaya dari limbah plastik bagi kehidupan dikemudian hari.

Kritik sosial pada iklan A Mild bersifat terbuka dengan menggunakan media televisi dalam menyampaikan pesan kritik secara terbuka langsung ke masyarakat. A Mild dengan mudah dapat memanfaatkan iklan sebagai komunikasi dalam menyampaikan semua pesan yang akan diangkat dan dipublikasikan kepada masyarakat berdasarkan fakta yang sedang terjadi.