

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Berbasis dari nama dewi Yunani yang berarti kemenangan, Nike didirikan tahun 1964 ketika atlet sekaligus pengusaha Oregon bernama Phillip Knight, mengagas impor sepatu lari dari Jepang untuk bersaing dengan merek Jerman seperti Adidas dan Puma yang kemudian mendominasi pasar Amerika Serikat.

Pada awal berdiri dikenal sebagai Blue Ribbon Sports, atlet trek Philip Knight dan pelatihnya, Bill Bowerman dari University of Oregon adalah pendiri perusahaan ini pada Januari 1964, pada tahun 1966, Revenue perusahaan tumbuh secara signifikan, sehingga BRS membuka toko ritel pertama yang ada di Pico Boulevard, Santa Monica, California. dan dia juga mulai menjual sepatu keliling dengan tujuan di stadion atletik, dimana penjualan secara pelan tapi pasti meningkat secara dramatis. Pada 1970-an, Knight dan perusahaan yang berkembang nya melihat awal revolusi jogging dan mulai memasarkan produk untuk pelari non-profesional juga. Ia lantas segera membuka pasar yang lebih luas dan mengubah image sepatu lari menjadi sepatu fashion dan menarik semua orang dari anak-anak sampai dewasa memakainya.

Kerjasama antara BRS dan Onitsuka Tiger mulai merenggang pada tahun 1971. Kemudian BRS bersiap untuk memulai perusahaan sepatu sendiri. Sepatu sepak bola bernama “Nike”, adalah produk pertama BRS, yang dirilis pada musim panas 1971.

Secara resmi Februari 1972, BRS memperkenalkan merk Nike. Pada tahap selanjutnya, BRS, Inc kemudian secara resmi berganti nama

menjadi Nike, Inc, pada tahun 1978. Ilie Năstase, merupakan atlet profesional yang mengawali kontrak dengan BRS/Nike.



**Gambar 4. 1**  
**Evolusi Logo Nike**  
**Sumber: sneakers.co.id**

Tahun 1979, Nike menjadi sepatu lari paling populer di negara-negara bagian. Pada perjalanannya sekarang Nike tidak hanya menjual sepatu, mereka mulai menjual pakaian dan peralatan olahraga bagi kebanyakan olahraga. Namun popularitas Nike itu tidak cukup memuaskan. Reebok akhirnya melampaui penjualan sepatu Nike, hal itu cukup mengganggu Nike. Nike akhirnya membuat sepatu khusus untuk setiap cabang olahraga dan aktifitas.

Saat ini, Nike mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar dalam sepatu olahraga, dan merupakan pemain penting dalam pakaian dan aksesoris olahraga. Majalah Fortune melaporkan penjualan sebesar US \$ 3,7 miliar pada tahun 1994 dan laba US \$ 299 juta (Fortune 1995). Sekitar 60 persen dari penjualan perusahaan di Amerika Serikat, sekitar 30 persen di Eropa dan 5 persen di Asia. (1993 Nike: 25).

Etos perusahaan Nike adalah melibatkan dedikasi yang kuat untuk olahraga dan kebugaran. Staf di kantor pusat perusahaan, Nike Kampus Dunia pada Beaverton, Oregon, diharapkan menghabiskan beberapa jam setiap hari di gym. Mereka dijelaskan oleh direktur Nike sebagai "*athletic, outdoor, lets do it together types*". Perusahaan ingin

dilihat, sebagai "young, American and hi-tech, devoting a lot of attention to research and development".

Di Indonesia sendiri Nike telah beroperasi sejak 1988 dan hampir sepertiga dari sepatu yang ada sekarang merupakan produk dari sana. Hubungan antara Nike dan kontraktor di Indonesia yang cukup dekat. Setiap personel Nike di setiap pabrik di Indonesia memeriksa kualitas dan pengerjaan yang memenuhi persyaratan ketat Nike.

Sebagian besar pabrik yang memproduksi untuk Nike berlokasi di daerah yang baru dikembangkan untuk industri ringan di Tangerang dan Serang, sebelah barat Jakarta. Pada pabrik yang dimiliki Korea (dan beberapa yang dimiliki Indonesia juga) manajemen puncaknya dipegang oleh orang Korea. Manajer tingkat menengah dan supervisor juga dapat berasal dari Korea atau Indonesia. Tapi para pekerja produksi semua berasal dari Indonesia, terutama wanita muda dalam kelompok usia 16-22, biasanya pekerja tersebut berasal dari pulau Jawa.

#### **4.1.2 Visi dan Misi perusahaan**

Visi Perusahaan Nike adalah *"Bring Inspiration and Innovation to every athlete in the world (if you have a body, you are an athlete)."* Dalam Bahasa Indonesia, "Membawa inspirasi dan inovasi kepada semua atlet di dunia (jika anda memiliki tubuh, anda adalah seorang atlet)."

Untuk mencapai visi tersebut, maka Nike membuat dan memiliki misi sebagai berikut:

Kami (nike.inc) memperjuangkan kemajuan berkelanjutan untuk atlet dan olahraga dengan mengambil tindakan untuk membantu atlet mencapai potensi mereka. Setiap pekerjaan di NIKE, Inc. didasarkan pada pola pikir yang mengutamakan tim, memupuk budaya inovasi dan tujuan bersama untuk meninggalkan dampak yang bertahan lama (Nike.com)

### 4.1.3 Struktur Organisasi

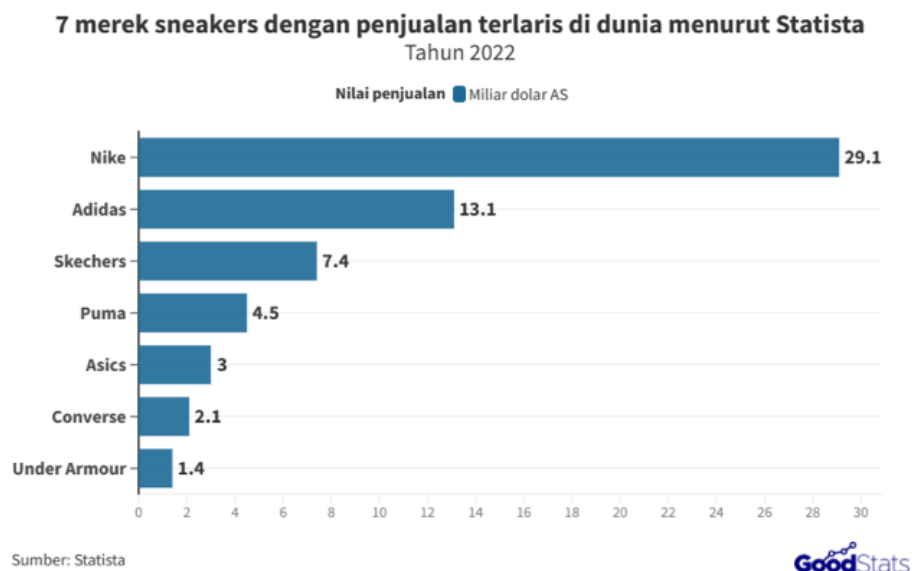
Berikut adalah struktur organisasi dalam Perusahaan Nike.inc:



**Gambar 4. 2**  
**Struktur Organisasi Nike.inc**  
 Sumber: organimi.com

#### 4.1.4 Kondisi Perusahaan

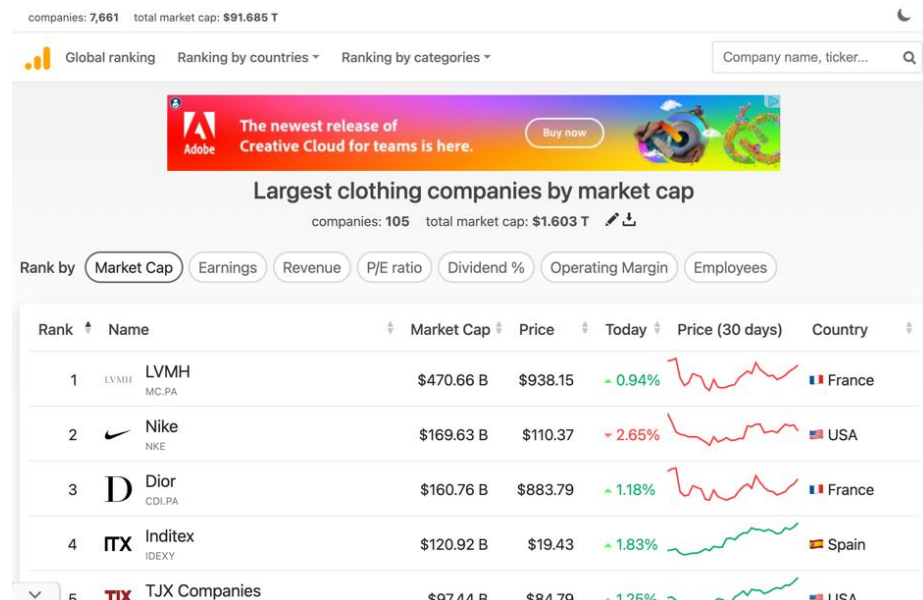
Saat ini Nike menempati posisi pertama sebagai brand *Sportwear* yang memiliki penjualan sneakers terbanyak.



**Gambar 4.3**  
**Perbandingan Penjualan Sneakers**  
**Sumber: goodstats.id**

Apa yang menjadikan Nike menjadi seperti hari ini salah satunya adalah Nike berhasil menjangkau brand awareness target pasarnya dengan baik. Perusahaan Nike menjadi sebesar dan sepopuler sekarang karena menerapkan strategi promosional yang tepat untuk dilakukan. Dalam hal ini, Nike banyak menggunakan cara untuk mempromosikan produknya, dari menggunakan *Advertising*, *Personal selling*, *Direct marketing*, *Sales Promotion* dan juga *Public Relation*. *Advertising* merupakan salah satu kontributor terbesar untuk menarik pelanggan, ditambah Nike juga melibatkan berbagai selebriti maupun atlet profesional dalam mempromosikannya, dengan dilakukannya promosi menggunakan periklanan pada TV komersial atau yang lainnya. Nike terkadang juga melakukan sistem diskon atau penawaran khusus pada

saat-saat tertentu untuk menarik lebih banyak customer. Nike juga mensponsori dan memberi dukungan keuangan kepada organisasi lain. Ini dilakukan untuk memperkuat *relationship* antara Nike dan pasar.



**Gambar 4. 4**  
**Peringkat kapitalisasi pasar brand pakaian dunia**  
**Sumber: companiesmarketcap.com**

Menurut *Companies Market Cap*, Saat ini Nike bahkan menempati posisi kedua sebagai perusahaan desain pakaian terbesar setelah LVMH (*Moët Hennessy Louis Vuitton*) dengan kapitalisasi pasar di dunia mencapai US\$193,23 miliar pada April 2023.

Penelitian dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Makna pesan Motivasi dalam Iklan Nike versi “*Play New.*” Menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure. Penelitian ini akan meneliti tanda dan symbol dalam iklan tersebut, sehingga akan terkuak makna pesan motivasi dari tanda dan symbol dalam iklan tersebut. Dalam penelitian ini akan dimasukkan pula interpretasi yang merupakan pandangan subjektif peneliti sendiri dan juga pandangan praktisi iklan

untuk menguraikan symbol dalam iklan dan Praktisi Psikologis untuk menguraikan makna pesan motivasi.

Iklan Nike versi “*Play New*” di Media Online dan televisi ini merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Nike. Iklan tersebut di tayangkan pada tahun 2021 dengan durasi 1 meni. Iklan Nike “*Play New*”.

#### **4.1.6 Narasi Iklan Nike Versi “*Play New*”**

Iklan Nike versi “*Play New*” ini terdiri dari unsur audio dan visual. Unsur audio dalam iklan berbentuk narasi sebagai berikut:

*“You know what? here's to going for it, and being terrible. Here's to giving it a shot, even though your shot is garbage. To be the queen of the court, oh maybe not this court, (getting nuts.) To feeling the burn even if there shouldn't be a burn to feel. To trying your best, even though your swing is the worst. Here's to going down way harder than you get back up. To giving it your all, even though you kind of suck. But you know what doesn't suck?, Trying to do something you never done before. that doesn't suck at all, not even a little.”*


Dalam Bahasa Indonesia:

"Kamu tahu? ini untuk proses melakukannya, dan menjadi payah. Ini untuk mencoba, meskipun tembakan kamu adalah tembakan yang berkualitas ”sampah”. Untuk menjadi Ratu dari lapangan, oh mungkin bukan lapangan yang ini, (semakin menggila), Untuk membakar sesuatu, meski sepertinya tidak ada yang terasa terbakar. Untuk mencoba sebaik mungkin, meskipun ayunan kamu adalah yang terburuk. Ini untuk jatuh lebih dalam dan lebih sulit daripada kamu bangkit kembali. Untuk memberikan segalanya, meskipun kamu payah. Tapi tahukah kamu apa yang tidak payah?, Mencoba melakukan sesuatu yang belum pernah kamu lakukan sebelumnya. itu tidak payah sama sekali, bahkan tidak sedikitpun/ sekecilpun.”

## 4.2 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengamatan (observasi) terhadap iklan, diperoleh tanda dan makna yang dianalisa menggunakan model semiotika Ferdinand De Saussure sebagaimana dijelaskan berikut ini :

**Tabel 4. 1**  
**Analisis Tanda dan Makna 1**

<b>Objek</b>	
	
<b>Scene / Shot</b>	<b>1 / 1,2,3</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:00:00 - 00:08:00</b>
<b>Gambar</b>	
<p><b>(Medium Close Up)</b></p> <p>Pemilihan <i>Type of shot</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan emosi pemeran lebih mendalam dan memberitahukan latar belakang tempat kejadian dengan cukup jelas menunjukkan bahwa latar tempat disini adalah sasana tinju lebih tepatnya berada di ring tinju, sedang bersiap dan bertanding.</p>	
<b>Audio (Narasi)</b>	
<p><i>"You know what? here's to going for it, and being terrible."</i></p> <p>"Kamu tahu? ini untuk proses melakukannya, dan menjadi payah."</p>	



<b>Audio (Folley Sound Effect)</b>	
Suara Pukulan yang keras mendramatisir pukulan hingga pemeran terjatuh	
<b>Penanda</b> ( <i>Signifier</i> )	<b>Petanda</b> ( <i>Signified</i> )
Dalam Scene ini seorang remaja yang akan melakukan <i>sparing Boxing</i> bersiap menghadapi lawannya dengan ekspresi yang menunjukkan kesiapan untuk menghadapi lawannya namun jatuh setelah menerima pukulan.	Memiliki konsep yang menjelaskan bahwa meskipun memiliki kesiapan yang baik namun dalam proses nya bisa saja kegagalan menghampiri kita tanpa kita duga.

Tampilan pada level signifier (penanda) dalam scene ini memvisualkan seseorang yang memasuki ring tinju dengan ekspresi yang siap akan ketegangan di ring tinju, menggunakan peralatan keselamatan bertanding yang sesuai standar, lalu pertandingan dimulai, dengan penuh upaya pemeran utama dalam scene ini mulai menghujankan pukulan kepada lawan, namun lawan selalu bisa menghindar, lawan mulai melepaskan dan akhirnya berhasil menjatuhkan pemeran utama, sehingga pemeran utam terjatuh dengan ekspresi yang payah. Lalu dalam scene ini terdapat narasi ““*You know what? here's to going for it, and being terrible.*” Dengan terjemahan sebagai berikut "Kamu tahu? ini untuk proses melakukannya, dan menjadi payah.”


Signifikasi yang terdapat dalam scene ini menunjukkan bahwa apa yang audience lihat adalah pembuka dari sebuah pesan motivasi yang akan Nike sampaikan tentang sebuah proses dan jatuhnya digambarkan dengan walaupun kita sudah mempersiapkan mental, fisik, dan peralatan dengan baik, kegagalan masih bisa saja datang menghampiri kita.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "Play New" ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Periklanan, bahwa :

”Nike menggunakan storytelling dengan pesan motivasi, dengan pendekatan *human interest* yang dibalut dalam *personal experience* tentang kegagalan dalam melatih skill di beberapa cabang olahraga.”

Pendapat ini peneliti anggap relevan terhadap konteks pada *scene* ini karena menjelaskan tentang bagaimana iklan ini akan disampaikan dan konteks serta bagaimana pendekatan dalam iklan ini digunakan.

**Tabel 4. 2**  
**Analisis Tanda dan Makna 2**

	
<b>Scene</b>	<b>2</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:08:00 – 00:12:00</b>
<b>Gambar (Long Shot)</b>	
Pemilihan <i>Type of shot</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu keadaan dan proses didalamnya tanpa banyak porsi untuk menggambarkan kondisi emosi dari pemeran	
<b>Audio (Narasi)</b>	
<p><i>“Here's to giving it a shot, even though your shot is garbage.”</i></p> <p>”Ini untuk mencoba, meskipun tembakan kamu adalah tembakan yang berkualitas sampah.”</p>	
<b>Penanda</b> <i>(Signifier)</i>	<b>Petanda</b> <i>(Signified)</i>
Seseorang yang melakukan trik dalam basket dengan lancar nya lalu saat mencoba melakukan <i>shot</i> , bola tersebut gagal memasuki ring.	Menunjukkan konsep sebuah upaya yang dilakukan seseorang walaupun upaya yang dilakukan tidak menghasilkan suatu hal yang berkualitas baik bahkan hanya menghasilkan sesuatu dengan kualitas yang buruk.

Pada level penanda scene ini menggambarkan seseorang yang bermain basket, setelah melakukan trik bola, pemeran mencoba melakukan tembakan bola namun tidak berhasil memasukan bola ke dalam ring dan narasi dalam iklan ini berbunyi *“Here's to giving it a shot, even though your shot is garbage.”*

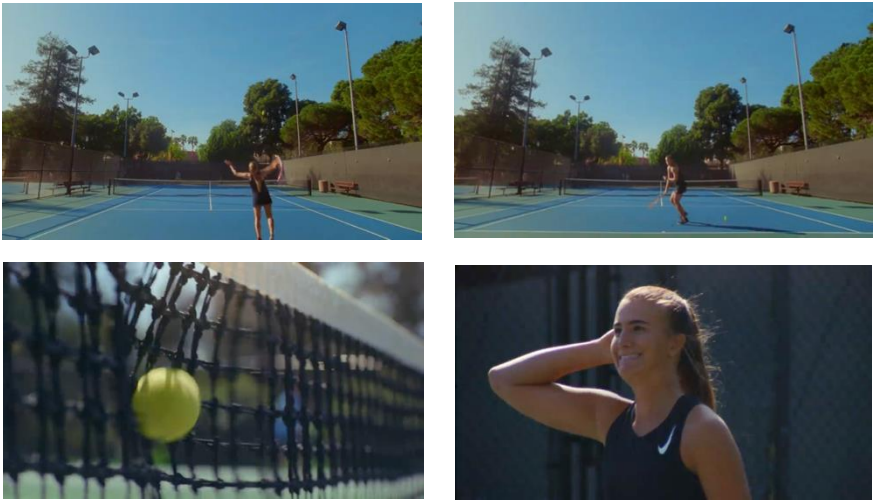
Pada level signifikasi dalam scene ini menggambarkan bahwa sebuah proses adalah tentang kita mencoba sesuatu walaupun dalam prosesnya upaya kita adalah upaya yang buruk.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "Play New" ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai Narasumber sekaligus Praktisi Periklanan, bahwa:

"Nike ingin menyampaikan pesan bahwa semua manusia pernah gagal dan boleh untuk gagal. Walaupun dalam kegagalan tersebut jelas masih jauh dari kata berhasil, namun setidaknya telah berani untuk melakukan hal-hal baru yang bahkan orang lain di luar sana belum tentu berani mencoba."

Pendapat ini relevan pada scene ini karena karna ini menjelaskan konteks dari kegagalan yang dihadapi oleh seorang yang jauh dari kata berhasil namun berani mengambil langkah mencoba sesuatu yang baru.

**Tabel 4. 3**  
**Analisis Tanda dan Makna 3**

	
<b>Scene / Shot</b>	<b>3 / 2,4,5</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:08:00 – 00:12:00</b>

<b>Gambar (Long Shot &amp; Close Up)</b>	
<p>Pemilihan <i>Type of shot Long Shot</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu keadaan dan proses didalamnya tanpa banyak porsi untuk menggambarkan kondisi emosi dari pemeran</p> <p>Lalu Pemilihan <i>Type of shot Close Up</i> menunjukkan ekspresi dari pemeran</p>	
<p><b>Audio (Narasi)</b></p> <p><i>“To be the queen of the court, oh maybe not this court, (getting nuts.)”</i></p> <p>” Untuk menjadi Ratu dari lapangan, oh mungkin bukan lapangan yang ini, (semakin menggila)”</p> <p><b>Audio (Ambience)</b></p> <p>Suara rintihan saat memukul bola tennis dan reaksi gagal.</p>	
<p><b>Penanda</b> (<i>Signifier</i>)</p>	<p><b>Petanda</b> (<i>Signified</i>)</p>
<p>Seorang wanita mencoba bermain tennis dan gagal saat melakukan servis lalu saat membalas servis dari lawan main nya, bola tennis tertahan pada net, lalu ekspresi yang ditunjukkan adalah tertawa sambil kebingungan</p>	<p>Menunjukkan konsep bahwa kegagalan dalam mencoba adalah hal yang wajar, bukan berarti sesuatu yang menyedihkan yang harus di sesalkan ataupun merasa malu untuk dihadapi.</p>

Pada level penanda seorang wanita mencoba bermain tennis, dengan tehnik yang terlihat baik namun gagal saat melakukan servis, lalu saat membalas bola juga gagal karna bola menabrak jarring net, dalam narasi juga nike menambahkan *“To be the queen of the court, oh maybe not this court, (getting nuts.)”* dalam bahasa Indonesia ” Untuk menjadi Ratu dari lapangan, oh mungkin bukan lapangan yang ini, (semakin menggila)”.



Pada level signifikansi Nike mencoba menyampaikan pesan bahwa saat kita merasa sudah percaya diri menguasai sesuatu, kegagalan bisa saja tetap terjadi dan membuat kita menjadi ragu apakah yang kita lakukan akan sia-sia, dan saat itu terjadi janganlah berputus asa dan bersedih, hadapilah dengan rekasi yang sewajarnya.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "Play New" ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Periklanan, bahwa :

"Penanda dan petanda simbol yang paling mencolok adalah ketika talent menggunakan *outfit* yang *proper*. Bahkan, gerakan-gerakan yang dilakukan juga tidak terlihat untuk main-main. Itu dimaknai bahwa dalam iklan ini, Nike ingin menyampaikan pesan keseriusan, pantang menyerah walaupun skill yang dimiliki belum mumpuni."

Pendapat ini relevan pada scene ini karna dilihat dari symbol melalui pakaian dan peralatan yang wanita ini gunakan memanglah pakaian yang *proper* dan gerakan yang dilakukan terlihat serius walaupun gagal ini menunjukkan sikap yang serius dalam sebuah usaha walaupun skill belum memadai.

**Tabel 4. 4**  
**Analisis Tanda dan Makna 4**




	
<b>Scene / Shot</b>	<b>4 / 1,2</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:17:00 – 00:19:00</b>
<p align="center"><b>Gambar (Medium Close Up)</b></p> <p>Pemilihan <i>Type of shot Medium Close Up</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu kondisi dan ekspresi pemeran dengan proporsi yang sama</p>	
<p align="center"><b>Audio (Narasi)</b></p> <p align="center"><i>"To feeling the burn even if there shouldn't be a burn to feel."</i></p> <p align="center">"Untuk membakar sesuatu, meski sepertinya tidak ada yang terasa terbakar."</p>	

<b>Penanda</b> ( <i>Signifier</i> )	<b>Petanda</b> ( <i>Signified</i> )
Seorang laki-laki yang sedang mengangkat beban di tempat GYM dengan ekspresi yang kelelahan mengangkat beban dari Barbel.	Menunjukkan konsep bahwa dalam proses melakukan sesuatu terkadang kita merasa seperti tidak ada perkembangan.

Pada level penanda scene ini menggambarkan seseorang yang kesulitan mengangkat barbel di sebuah GYM, pada ekspresi yang ditunjukkan, orang tersebut kesulitan dan sangat berusaha untuk mengangkat barbel tersebut, di tambah dengan narasi *“To feeling the burn even if there shouldn't be a burn to feel.”* yang artinya *”Untuk membakar sesuatu, meski sepertinya tidak ada yang terasa terbakar.”*

Pada level signfikansi ini Nike menggambarkan bahwa dalam upaya kita bisa saja merasakan kesulitan dengan usaha kita dan disaat yang sama kita bisa saja merasa hanya sedikit bahkan tidak ada proses perkembangan.

**Tabel 4. 5**  
**Analisis Tanda dan Makna 5**

	
	
<b>Scene / Shot</b>	<b>5 / 2,3,4</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:20:00 – 00:24:00</b>

<b>Gambar (Close Up &amp; Medium Close Up)</b>	
<p>Pemilihan <i>Type of shot Close up</i> ini Memiliki tujuan untuk menggambarkan ekspresi pemeran sebelum melakukan tembakan bola golf</p> <p>Pemilihan <i>Type of shot Medium Close Up</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu kondisi dimana bola golf gagal di tembakan dan saat percobaan selanjutnya bola tersebut menabrak pohon dan ekspresi pemeran lainnya dengan suasana yang kacau.</p>	
<b>Audio (Narasi)</b>	
<p><i>“To trying your best, even though your swing is the worst.”</i></p> <p>“Untuk mencoba sebaik mungkin, meskipun ayunan kamu adalah yang terburuk.”</p>	
<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>
<p>Seorang yang mencoba bermain golf dengan ekspresi tersenyum di awal untuk membangun kepercayaan dirinya, namun saat mengayunkan tongkat golf nya bahkan tidak menyentuh bola golf, lalu percobaan setelahnya tongkat berhasil mengenai bola golf namun bola golf tersebut memantul ke pohon dan orang-orang dan membuat suasana kacau.</p>	<p>Menunjukkan konsep bahwa saat kita mencoba melakukan suatu hal maka lakukan dengan usaha terbaik kita walaupun apa yang kita lakukan tidak menghasilkan yang terbaik.</p>

Pada level penanda scene ini menggambarkan seorang wanita bermain golf dengan persiapan peralatan yang baik di temani dengan asisten golf lalu percobaan pertama saat tongkat diayunkan gagal mengenai bola golf, lalu saat percobaan lainnya bola golf menabrak pohon lalu memantul, dibarengi dengan narasi *“To trying your best, even though your swing is the worst.”*, dalam bahasa indonesia “Untuk mencoba sebaik mungkin, meskipun ayunan kamu adalah yang terburuk.”.






Pada level signifikansi scene ini menggambarkan kita harus mencoba untuk melakukan yang terbaik yang kita bisa meskipun apa yang kita bisa bukan yang terbaik dan tidak menghasilkan yang terbaik pada akhirnya.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi “Play New” ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai Narasumber sekaligus Praktisi Periklanan, bahwa :

”Narasi dibangun menggunakan sudut pandang orang ke-3 yang menggambarkan bahwa ia sedang mencoba hal baru namun ternyata gagal. Tak hanya sekali, kegagalan digambarkan berkali-kali dalam narasi dan tiap scenenya. Meskipun begitu, dalam narasi closing digambarkan bahwa hal tersebut bukanlah hal buruk. NIKE ingin menyampaikan makna secara personal mengenai kegagalan dan arti dibalik kegagalan”.

Pendapat ini relevan pada scene ini, narasi dalam iklan ini bercerita melalui sudut pandang dari orang ke-3 yang memaknai usaha dan kegagalan dalam sebuah proses sebagai sesuatu sebuah arti dibalik kegagalan.

**Tabel 4. 6**  
**Analisis Tanda dan Makna 6**

	
	
	
<b>Scene / Shot</b>	<b>6 / 1,2,4,8,9,10</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:24:00 – 00:29:00</b>
<b>Gambar (Medium Shot &amp; Medium Close Up)</b>	
<p>Pemilihan <i>Type of shot Medium Shot</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu kondisi dimana Peselancar berusaha untuk menaiki papan selancar nya dan mengendalikan papan tersebut di atas ombak</p>	



<p>Pemilihan <i>Type of shot Medium Close Up</i> ini Memiliki tujuan untuk menggambarkan ekspresi pemeran saat tenggelam dan menampilkan latar tempat dibawah air laut dan terpaan ombak</p>	
<p><b>Audio (Narasi)</b></p> <p><i>“Here's to going down way harder than you get back up.”</i></p> <p>“Ini untuk jatuh lebih dalam dan lebih sulit daripada kamu bangkit kembali”</p> <p><b>Audio (Folley Sound Effect)</b></p> <p>Folley sound effect memperjelas dan mendramatisir suara kaca yang terpecah karna bola baseball dalam scene ini.</p>	
<p><b>Penanda</b> (<i>Signifier</i>)</p>	<p><b>Petanda</b> (<i>Signified</i>)</p>
<p>Seorang peselancar wanita mencoba untuk melakukan <i>surfing</i> dan mengendalikan papan nya diatas ombak lalu jatuh berkali-kali lalu setelah pemeran jatuh dan digambarkan berada dibawah laut, gambar berganti ke bola yang memecahkan kaca rumah, lalu pemeran bangkit ke permukaan laut.</p>	<p>Menunjukan konsep bahwa dalam suatu proses kita harus bersiap untuk jatuh meskipun itu berkali-kali dan jika itu dalam sekalipun kita harus bangkit melawan keterpurukan dan Kembali melakukan proses kita.</p>

Pada level penanda memvisualkan seorang wanita yang mencoba melakukan surfing dan berusaha untuk menpacai keseimbangan saat papan selancar berada di atas ombak, namun dalam prosesnya wanita tersebut terjatuh ke dalam lautan dan wanita itu pun berulang-ulang mencoba dan tetap terjatuh dibarengi dengan narasi *“Here's to going down way harder than you get back up.”*, dalam Bahasa Indonesia “Ini untuk jatuh lebih dalam dan lebih sulit daripada kamu bangkit kembali”, lalu gambar berganti ke bola yang di lemparkan ke kaca dan memecahkan kaca dapur rumah, setelah itu berganti kembali ke dalam lautan dimana wanita tersebut bangkit dan menggapai permukaan laut

Pada level Signifikansi ini menggambarkan dalam proses bisa saja kita terjatuh berkali-kali dan bahkan terjatuh lebih dalam dari biasanya, visualisasi bola memecahkan kaca menggambarkan motivasi yang memecahkan rasa





takut sehingga berani untuk bangkit, dan visual ke permukaan menggambarkan untuk bangkit kembali setelah terjatuh dalam kegagalan.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "Play New" ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Periklanan, bahwa :

"Dalam iklan ini, rintihan atau respon tubuh dari para talent saat mengalami kegagalan ditampilkan secara fokus. Namun, suara talent yang menyerah justru tidak ditampilkan. Dalam hal ini, NIKE ingin menyampaikan pesan bahwa kegagalan adalah hal wajar bagi setiap orang namun tidak ada kata menyerah di dalamnya."

Pendapat ini relevan pada scene ini, karna secara petanda dalam suara selama iklan ini tidak ada kata menyerah dari setiap orang yang mengalami kegagalan dalam proses nya, secara penanda ini adalah makna bahwa tidak ada yang menyerah pada proses yang sedang di jalani.

**Tabel 4. 7**  
**Analisis Tanda dan Makna 7**

	
	
<p><b>Scene / Shot</b></p>	<p><b>7 / 1,2,3,4</b></p>
<p><b>Durasi</b></p>	<p><b>00:32:00 – 00:35:00</b></p>

<b>Gambar (Long Shot, Medium Close Up, &amp; Medium Shot)</b>	
<p>Pemilihan <i>Type of shot Medium Close up</i> ini Memiliki tujuan untuk menggambarkan ekspresi pemeran saat bersiap mengayunkan tongkat baseball</p> <p>Pemilihan <i>Type of shot Long Shot</i> ini menggambarkan kondisi lapangan baseball untuk menyampaikan bagaimana jarak pelemparan bola yang pemeran harus hadapi agar bisa memukul bola baseball</p> <p>Pemilihan Shot Type Medium ini bertujuan menggambarkan kondisi untuk bersiap memukul bola baseball, lalu saat bola baseball datang, bola tersebut gagal dipukul dan ekspresi pemeran yang tertawa karna keagalannya</p>	
<b>Audio (Narasi)</b>	
<p><i>“To giving it your all”</i></p> <p>“Untuk memberikan segalanya”</p>	
<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>
<p>Seorang yang mencoba bermain baseball dengan segala kesiapannya akhirnya gagal memukul bola baseball, namun tetap tertawa dengan keagalannya.</p>	<p>Menunjukkan konsep bahwa kita haru memberikan segala usaha kita, jika mengalami kegagalan, tidak perlu ada yang disesali, menertawakan kegagalan justru bisa memberi kita dorongan untuk kembali mencoba dengan lebih baik.</p>

Pada level penanda dalam scene ini Nike menggambarkan seorang pria yang mencoba bermain baseball dan gagal memukul bola dibarengi dengan narasi *“To giving it your all”* dalam Bahasa Indonesia “Untuk memberikan segalanya”, namun reaksi orang tersebut terlihat menikmati proses dan keagalannya.

Signifikasi dalam visual ini menunjukkan upaya maksimal yang harus kita lakukan dalam sebuah proses melakukan sesuatu, dan bagaimana saat kita merespon sebuah kegagalan lagi lagi bukan dengan sebuah kesedihan ataupun merasa terpuruk melainkan cukup nikmati saja proses kegagalan tersebut dan memahami bahwa apa yang kita lakukan adalah yang terbaik yang kita bisa.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi ”Play New” ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif

Darmawan, S.I.Kom. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Periklanan, bahwa :

”Talent digambarkan dengan berani melalui movement kamera bahwa ia siap melakukan hal tersebut walaupun ia tahu akan gagal. Bahkan, kegagalan yang dialami disorot dengan jelas tiap scene nya. Nike sangat ingin menggambarkan pesan tentang kegagalan yang dialami oleh beberapa orang secara detail untuk mendapatkan pesan personal experience dalam kegagalan.”

Pendapat ini relevan pada scene ini, karna dalam tehnik pengambilan gambar juga memberikan kesan bahwa orang tersebut adalah seseorang yang berani mengambil langkah dengan melakukan upaya meski berkali-kali gagal dalam upayanya, pada scene lain juga justru kegagalan-kegagalan lah yang lebih di sorot, karna pesan kegagalan dalam sebuah proses adalah hal yang wajar.

**Tabel 4. 8**  
**Analisis Tanda dan Makna 8**


	
	
	
<b>Scene / Shot</b>	<b>8 / 1,2,3,4,5,6</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:36:00 – 00:40:00</b>

<b>Gambar (Medium Close Up &amp; Medium Shot, )</b>	
<p>Pemilihan <i>Type of shot Medium</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu proses pemeran bersiap melemparkan bola bowling dan pemain skateboard dan terfokus juga pada ekspresi pemeran dengan porsi antara latar tempat dan suasana serta ekspresi yang seimbang</p> <p>Pemilihan <i>Type of shot Medium Close Up</i> ini Memiliki tujuan untuk menggambarkan bola bowling yang meleset ke pinggir jalur bowling dan ekspresi pemeran saat gagal melempar bola tersebut</p>	
<p><b>Audio (Narasi)</b></p> <p>“<i>Even though you kind of suck.</i>”</p> <p>“meskipun kamu payah.”</p>	
<p><b>Penanda</b> (<i>Signifier</i>)</p>	<p><b>Petanda</b> (<i>Signified</i>)</p>
<p>Seseorang yang gagal sama sekali tanpa bisa menjatuhkan satu pin bowling dan seorang yang gagal dalam mencoba melakukan tehnik dalam skateboard.</p>	<p>Menunjukkan konsep bahwa apa yang kita lakukan dalam proses kita mungkin bisa saja benar-benar payah.</p>

Pada level penanda scene ini menggambarkan seseorang yang gagal dalam permainan bowling tanpa bisa menjtuhkan satu pin bowling pun dan seseorang yang mencoba melakukan trik dalam skateboard namun gagal pula, dengan ekspresi yang baik-baik saja tanpa menunjukkan rasa terbebani dengan kegagalan tersebut, justru sebaliknya para pemeran tersebut bereaksi santai mengolah reaksi dalam kegagalannya tersebut dibarengi dengan narasi “*Even though you kind of suck.*” dalam bahasa indonesia “meskipun kamu payah.”.

Pada level Signifikasi dalam scene ini Nike menunjukan bahwa apa yang kita lakukan, dalam prosesnya bisa saja menghasilkan sesuatu yang berkualitas atau benar-benar payah, namun itu semua bukan berarti kita terpuruk dalam keadaan.

**Tabel 4. 9**  
**Analisis Tanda dan Makna 9**

	
<b>Scene / Shot</b>	<b>9 / 1,2,3,4</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:41:00 – 00:44:00</b>
<b>Gambar (Close Up &amp; Medium Close Up)</b>	
<p>Pemilihan <i>Type of shot Medium</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan proses kegagalan seseorang yang mencoba melakukan tembakan panahan.</p>	
<b>Audio (Narasi &amp; Musik)</b>	
<p>“<i>But you know what doesn't suck?</i>,”</p> <p>“Tapi tahukah kamu apa yang tidak payah?”</p>	
<b>Audio (Musik &amp; Ambience)</b>	
<p>Musik mulai berhenti bermain saat pemeran ingin melakukan tembakan panah, dengan ambience yang menggambarkan suasana fokus pada scene tersebut</p>	
<b>Penanda</b> <i>(Signifier)</i>	<b>Petanda</b> <i>(Signified)</i>
<p>Seorang wanita mencoba memanah dan gagal, setelah kegagalannya wanita tersebut berespresi sedikit tertawa dengan ekspresi wajah geregetan</p>	<p>Menunjukkan Kepayahan lainnya dalam rangkaian kepayahan yang dilakukan orang-orang pada scene lainnya dalam iklan ini.</p>

Pada level penanda scene ini digambarkan dengan seorang wanita yang fokus mencoba menembak pada olahraga panahan, dan jauh dari kata berhasil, panah yang di tembakkan gagal mengenai target panahan, dan reaksi wanita tersebut merasa payah atas kegagalannya dibarengi dengan Narasi “*But you know what doesn't suck?*,” dalam Bahasa Indonesia “Tapi tahukah kamu apa yang tidak payah?,” dan musik berhenti

Pada level Signifikasi Nike mencoba menunjukkan rangkaian kepayahan yang dilakukan banyak orang dan dengan reaksi yang berbeda-beda atas kegagalannya Nike mencoba memberikan pertanyaan kepada audience tentang apa yang tidak payah dari apa yang dilakukan orang-orang dalam scene ini dan sebelumnya, di tekankan dengan musik yang berhenti agar suara terfokus kepada pertanyaan narrator.

**Tabel 4. 10**  
**Analisis Tanda dan Makna 10**

	
<b>Scene / Shot</b>	<b>10 / 1,2,3</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:44:00 – 00:46:00</b>
<p><b>Gambar (Medium Shot, Medium Close Up &amp; Long Shot)</b></p> <p>Pemilihan <i>Type of shot Medium</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu kondisi seseorang yang sedang melakukan tendangan ke gawang disaksikan oleh kerabatnya lalu saat bola jauh meleset dari gawang, reaksi semua orang dapat terekam dalam shot.</p>	


Pemilihan <i>Type of shot Long Shot</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan bahwa bola yang di tendang meleset jauh dari gawang.	
<b>Audio (Musik &amp; Ambience)</b>	
Musik mulai bermain setelah ekspresi gagal mencetak gol dengan ambience yang menunjukkan suasana yang menyenangkan.	
<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>
Seseorang mencoba menembakan bola ke gawang, lalu gagal karna bola yang di tendang meleset jauh dari gawang, lalu semua orang dalam frame menertakawan kegagalan itu.	Menunjukkan konsep bahwa dalam proses kegagalan, mungkin kita bisa saja takut akan reaksi orang lain yang menertawakan kita, tetapi pada iklan ini tawa orang lain justru bukan hal yang kita takutkan lagi karna kita menyadari ini adalah sebuah proses, dan kegagalan adalah hal yang wajar dan tidak apa untuk kita terima.

Pada level penanda digambarkan seorang pria di hadapan kerabatnya sedang mencoba melakukan tendangan penalty lalu pada saat pria tersebut menendang bola, bola itu meleset jauh dari gawang, tanpa iringan musik dan narasi, hanya suara orang-orang yang berada pada scene tersebut, lalu pada saat orang-orang tersebut bereaksi tertawa musik mulai bermain.

Pada level signifikasi, tanpa musik latar, Nike menunjukkan momen yang emosional pada saat sebelum menendang, lalu pada saat menendang Nike menggambarkan emosi yang berbeda dengan diputar nya kembali musik penyemangat dan reaksi orang-orang yang tertawa riang melihat dan mewajarkan kegagalan pria tersebut, menggambarkan bahwa kegagalan adalah proses yang wajar dan kita tidak perlu takut akan reaksi kegagalan kita di mata orang lain, kegagalan adalah hal yang wajar dan patut kita terima dan rayakan sebagai sebuah proses.



**Tabel 4. 11**  
**Analisis Tanda dan Makna 11**

	
<b>Scene / Shot</b>	<b>11/ Montage</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:46:00 – 00:55:00</b>
<b>Gambar (<i>Cutting Tonal Montage</i>)</b> <i>Cutting Montage</i> ini adalah Teknik <i>Cutting</i> dalam <i>editing</i> yang dilakukan untuk mempersingkat banyak kejadian dan mempercepat “ <i>Cutting phase</i> ” untuk membangun kesan emosional serta dramatis dari berbagai kondisi dalam waktu yang singkat	
<b>Audio (Narasi)</b> <p>“<i>Trying to do something you never done before. that doesn't suck at all</i>”.</p> <p>“Mencoba melakukan sesuatu yang belum pernah kamu lakukan sebelumnya, itu tidak payah sama sekali”</p>	
<b>Audio (<i>Ambience</i>)</b> <p>Ambience dalam setiap potongan dari <i>montage</i> ini menunjukkan bagaimana reaksi atas kegagalan dan berusaha kembali dengan senyuman, rintihan, maupun teriakan.</p>	

<b>Penanda</b> ( <i>Signifier</i> )	<b>Petanda</b> ( <i>Signified</i> )
Dalam scene ini digambarkan banyak sekali proses jatuh bangun dari setiap orang, orang-orang dalam <i>Scene</i> ini tetap mencoba melakukan kembali apa yang mereka mulai meski menemui kegagalan dan ekspresi tersenyum menertawai kegagalan adalah yang ditunjukkan dalam <i>Scene Montage</i> ini.	Menunjukkan petanda bahwa bukan hanya kita sendiri yang berproses dan mengalami kegagalan, banyak orang diluar sana juga menghadapi hal serupa, dan respon yang paling baik menyapa sebuah kegagalan adalah senyuman dan optimisme untuk melakukan Kembali proses kita dengan lebih baik.

Pada level penanda, Nike menggambarkan dengan sebuah gaya *editing montage* untuk mengkompilasikan berbagai kegagalan, reaksi atas kegagalan, dan bagaimana orang-orang berproses untuk bangkit dari kegagalan tersebut di iringi dengan narasi “*Trying to do something you never done before. that doesn't suck at all*”, dalam Bahasa Indonesia “Mencoba melakukan sesuatu yang belum pernah kamu lakukan sebelumnya, itu tidak payah sama sekali”.

Menurut Sri Anita (2020) dalam tonal montage, gerakan dirasakan dalam arti lebih luas. Konsep gerakan mencakup semua pengaruh potongan montage. Di sini montage didasarkan pada potongan emosional yang khas dari bagian-bagiannya kondisi yang dominan. Tonal Montage mengacu pada keputusan pengeditan yang dibuat untuk membangun karakter emosional dari suatu adegan, yang dapat merubah perjalanan adegan. Montage tonal merupakan teknik editing yang dilakukan dan bertujuan untuk membangun karakter emosi adegan, dan karakter emosi adegan itu dapat berubah sepanjang perjalanan di dalam adegan. Ketika emosi berubah secara otomatis nada juga ikut berubah dari adegan Keputusan dalam membangun karakter yang emosional, pada suatu adegan kondisi mungkin berubah dalam setiap kejadian. Suasana hati atau suara digunakan sebagai panduan untuk menafsirkan suasana montage tonal.

Pada level signifikasi, Nike menunjukkan bahwa mencoba sesuatu yang membangun kita itu lebih baik daripada kita tidak mencoba sama sekali, disini ditunjukkan berbagai kegagalan juga dirasakan oleh banyak orang di proses nya masing-masing, reaksi atas kegagalan juga nikon tunjukan karna itu



suatu hal yang penting, agar kita memahami bahwa kegagalan bukanlah akhir dari sebuah proses, justru itu adalah bagian dari proses yang wajar untuk dihadapi.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "Play New" ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai narasumber sekaligus praktisi periklanan, bahwa :

"Nike memberikan sudut pandang tentang kegagalan yang dialami oleh banyak orang ketika beberapa orang berfikir bahwa kegagalan adalah suatu hal yang buruk dan ditakuti. Dengan adanya iklan ini, NIKE ingin memberi sudut pandang baru bahwa semua orang berhak gagal, semua orang bisa gagal, dan gagal bukanlah hal yang buruk."

Pendapat ini relevan karena nike memberikan banyak gambaran tentang proses yang ditunjukkan dengan berbagai orang dengan masing-masing proses dan kegagalan-kegagalan yang mereka hadapi dan bagaimana reaksi orang-orang tersebut atas kegagalan-kegagalannya

**Tabel 4. 12**  
**Analisis Tanda dan Makna 12**

	
<b>Scene / Shot</b>	<b>12 / 1,2</b>
<b>Durasi</b>	<b>00:55:00 – 01:00:00</b>
<p align="center"><b>Gambar (Medium Shot)</b></p> <p>Pemilihan <i>Type of shot Medium</i> ini Memiliki tujuan untuk menunjukkan suatu proses pemeran bersiap melemparkan bola bowling dan pemain skateboard dan terfokus juga pada ekspresi pemeran dengan porsi antara latar tempat dan suasana serta ekspresi yang seimbang</p>	

Pemeran dalam Scene ini adalah anak kecil yang mencoba belajar skateboard	
<b>Audio (Narasi)</b> <i>“Not even a “little”.”</i> ”Bahkan tidak sedikitpun/sekecilpun”	
<b>Penanda</b> <i>(Signifier)</i>	<b>Petanda</b> <i>(Signified)</i>
Seorang anak belajar bermain skateboard dan jatuh namun tetap berekspresi tersenyum akan kegagalannya melakukan gerakan skateboard	Menunjukkan konsep bahwa tidak sama sekali payah untuk mencoba hal baru dengan penuh kesungguhan, bahkan dalam narasi disebutkan ”Little” yang berarti kecil, bisa juga dimaknai anak-anak dalam hal ini di dukung oleh penanda bahwa pemeran dalam scene ini adalah anak-anak, jadi untuk siapapun selama orang itu memiliki modal dasar sebuah tubuh/fisik, maka mencoba suatu hal dengan bersungguh-sungguh tidaklah payah ataupun merugikan.

Pada level penanda dalam scene ini menggambarkan seorang anak kecil yang mencoba bermain skateboard dan melakukan trik, namun gagal dan terjatuh, di iringi dengan narasi *“Not even a “little”.* Yang apabila diartikan dalam Bahasa Indonesia berarti ”Bahkan tidak sedikitpun/sekecilpun”, ini mengacu pada narasi sebelumnya tentang mencoba suatu hal yang baru

Pada level signifikasi, ini menggambarkan bahwa kegagalan dalam mencoba hal yang baru bukanlah sesuatu yang buruk, ataupun payah, justru sebaliknya, mencoba sesuatu yang baru adalah hal sangat baik karna dengan itu kita sudah berani melangkah berproses membuat berkembang lebih baik, untuk siapapun bahkan untuk audience yang membatasi kemampuan dirinya dengan kondisi fisik seperti umur, siapapun berhak untuk gagal dan mencoba hal baru di hidupnya agar bisa terus berkembang.

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "Play New" ini peneliti mewawancarai Mufki Rafif Darmawan, S.I.Kom. sebagai narasumber sekaligus praktisi periklanan, bahwa :

"Pesan utama yang disampaikan oleh NIKE kurang lebihnya "Tidak ada salahnya mencoba hal baru dan didukung oleh *tagline* "Play New".

Pendapat ini relevan karna Tagline "Play New" nike berikan merujuk kepada mencoba hal baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya, dan dari petanda dan penanda yang di sampaikan dalam iklan ini menunjukkan tentang hal tersebut dan bagaimana prosesnya.

Adapun hasil analisis Makna pesan motivasi terhadap Penanda dan Petanda yang terdapat pada iklan Nike versi "Play New" di media online Youtube dan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 13**  
**Analisis Pesan Motivasi Iklan Nike**  
**Versi "Play New" Pada Teori Motivasi McClelland**

<b>Kategori Pesan Motivasi</b>	<b>Tanda</b>	<b>Konteks Dalam Iklan / Makna</b>
Motivasi bahwa kita harus tetap berproses walaupun kegagalan menerpa dan menjadikan kegagalan sebuah pembelajaran dan pacuan.	Di tandai dalam visual pada Scene 6 dengan terjatuhnya seseorang dari papan seluncur ombak dan bangkit kembali setelah berkali-kali terjatuh. Ditandai dengan narasi: <i>"Here's to going down way harder than you get back up. "</i> "Ini untuk jatuh lebih dalam dan lebih sulit daripada kamu bangkit kembali."	Dalam sebuah proses berkembang, kegagalan adalah hal yang wajar, dalam menghadapi kegagalan kita harus berpikir bahwa itu adalah sebuah pembelajaran agar kesempatan selanjutnya dapat kita manfaatkan dengan upaya yang lebih baik dan lebih maksimal dari sebelumnya sehingga keinginan untuk mencapai sesuatu dapat kita raih.

<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Pencapaian <i>(Need For Achievement)</i></p>	<p>Jika dikaitkan dengan teori motivasi kebutuhan akan pencapaian maka dalam sebuah proses berkembang kita harus berusaha menggapai keinginan kita dan tidak berhenti saat kegagalan menerpa agar dapat menoreh hasil maupun pencapaian yang kita inginkan.</p>
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Kekuatan <i>(Need For Power)</i></p>	<p>Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan kekuatan dalam sebuah proses mengusahakan sesuatu, kekuatan adalah salah satu modal yang sangat penting dan kegagalan bisa menjadi sumber kekuatan untuk seseorang apabila dimaknai sebagai suatu pembelajaran untuk di terapkan pada kesempatan yang akan datang sehingga di masa yang akan datang dapat memperoleh kekuatan yang lebih besar lagi untuk melakukan sesuatu yang lebih besar pula.</p>
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Kompetensi <i>(Need For Competencies)</i></p>	<p>Jika dikaitkan dengan kebutuhan kompetensi dalam hal ini apabila dalam sebuah proses kita menginginkan sebuah hasil yang baik, maka kita melakukan upaya yang maksimal dan berkualitas, upaya berkualitas tersebut dapat dilakukan dengan mempelajari apa yang menjadi fokus utama dalam menguasai suatu kompetensi, dengan memiliki kompetensi yang baik kita dapat mengurangi kegagalan dimasa yang akan datang.</p>
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Afiliasi <i>(Need For Affiliation)</i></p>	<p>Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan afiliasi makna pesan dalam kategori motivasi ini adalah dengan upaya untuk bangkit, sebuah kegagalan akan membawa kita terafiliasi bersama dengan orang-orang yang berani bangkit dan mau berproses untuk mengembangkan diri, karna tidak semua orang mampu mau dan konsisten.</p>

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi *"Play New"* ini peneliti mewawancarai Inayah Mardiah, S. Psi. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Psikologi, bahwa :

“Akan ada tahapnya manusia butuh untuk berafiliasi dengan suatu kelompok tertentu yang mana dalam iklan ini kelompok yang dimaksud adalah jenis kelompok yang sama-sama ingin membangun skill yang juga digambarkan dalam beberapa *scene*.”

Pendapat ini relevan dengan analisis teori motivasi need for affiliation karna afiliasi juga akan terbentuk seiring dengan proses pencapaian kita yang akan dipertemukan dengan orang-orang seperjuangan untuk menjadi maju dan berkembang.

**Tabel 4. 14**  
**Analisis Pesan Motivasi Iklan Nike**  
**Versi *"Play New"* Pada Teori Motivasi McClelland**

<b>Kategori Pesan Motivasi</b>	<b>Tanda</b>	<b>Konteks Dalam Iklan / Makna</b>
Motivasi untuk berjuang tanpa mengenal waktu	Ditandai dengan Visual pada Scene 11 dengan cutting montage yang mengkompilasikan berbagai proses yang dilakukan orang-orang di waktu yang berbeda-beda.	Tanpa mengenal waktu, selagi kita dapat melakukan sebuah proses, maka jangan menunda, karna kita tidak pernah tahu usaha mana yang akan menginspirasi kita lebih banyak dan perkembangan yang lebih berkualitas maupun signifikan.
Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Pencapaian ( <i>Need For Achievement</i> )	Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan pencapaian, pada scene ini adalah dalam proses memperoleh suatu pencapaian janganlah menunggu waktu yang tepat, karna itu tidak akan pernah datang, kapanpun adalah waktu yang kita peroleh sebagai kesempatan kita untuk mulai melangkah sekecil apapun Langkah itu.	

<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Kekuatan (<i>Need For Power</i>)</p>	<p>Jika mengkaitkan dengan kebutuhan akan kekuatan, kekuatan yang besar akan membuat kita berhasil melawan diri kita agar dapat bangkit dan mengambil langkah tanpa mengenal waktu sehingga kekuatan tersebut pula bisa menjadi modal untuk setiap langkah yang akan kita jalani dalam mengembangkan diri kita pada tiap kesempatan.</p>
---	--

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "*Play New*" ini peneliti mewawancarai Inayah Mardiah, S. Psi. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Piskologi, bahwa:

“Dalam iklan ini, saya mengidentifikasi bahwa jenis motivasi dalam iklan ini adalah motivasi internal, karena kecenderungan untuk bangkit kembali dalam iklan ini di dorong oleh diri sendiri dari pada support system eksternal”.

Pendapat ini relevan karna praktisi mengidentifikasikan jenis motivasi pada iklan ini dengan motivasi internal, dilihat dari pemaknaan pesan motivasi dan bagaimana pesan disampaikan dalam iklan ini maka motivasi internal adalah motivasi yang dominan dalam pesan yang disampaikan di iklan ini.

**Tabel 4. 15**  
**Analisis Pesan Motivasi Iklan Nike**  
**Versi “Play New” Pada Teori Motivasi McClelland**

Kategori Pesan Motivasi	Tanda	Konteks Dalam Iklan / Makna
-------------------------	-------	-----------------------------



<p>Motivasi untuk melakukan yang terbaik meskipun memiliki keterbatasan</p>	<p>Petanda terdapat pada visual di <i>scene 7</i> dimana seorang dengan keseriusannya bersiap memukul bola baseball, namun tidak mengenai bola tersebut.</p> <p>Dalam narasi:</p> <p><i>“To giving it your all, even though you kind of suck.”</i></p>	<p>Dalam usaha untuk mencapai suatu tujuan diperlukan upaya yang maksimal agar hasil bisa dengan apa yang diharapkan, meskipun kita merasa memiliki keterbatasan atau kepayahan dalam suatu hal, selama kita memiliki modal utama yaitu fisik, tubuh dan pikiran, dengan usaha maksimal kita bisa mengurangi kemungkinan akan kegagalan.</p>
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Pencapaian (<i>Need For Achievement</i>)</p>	<p>Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan prestasi, pesan ini menjadi sebuah pesan motivasi karena didasarkan pada dorongan untuk berani melangkah melakukan apa yang belum pernah kita lakukan sebelumnya tanpa ada rasa takut akan kegagalan dengan tujuan menggapai suatu pencapaian dalam hidup.</p>	
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Kekuatan (<i>Need For Power</i>)</p>	<p>Jika dikaitkan dengan teori kebutuhan akan kekuasaan, didasarkan pada kebutuhan dalam peningkatan status diri dan kapasitas diri dengan peningkatan keahlian dengan jenis berbagai cabang olahraga yang dilakukan yaitu dengan usaha terus-menerus lalu bangun saat menemui kegagalan yang juga akan mempengaruhi peningkatan status diri menjadi orang yang lebih sehat, memiliki kebiasaan yang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan hal yang serupa.</p>	

<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Kompetensi (<i>Need For Competencies</i>)</p>	<p>Jika dikaitkan dengan teori kebutuhan akan sebuah kompetensi, dalam iklan ini di dasarkan pada kebutuhan dalam menguasai suatu hal maupun kompetensi dalam masing-masing cabang olahraga, setiap orang berproses dalam upaya untuk menguasai kompetensi tersebut, Langkah yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan apa yang kita bisa dengan maksimal, apabila gagal, maka jangan berhenti untuk bangun dan mencoba lagi walaupun kita payah, setidaknya itu adalah proses dan pembelajaran agar dapat lebih baik sampai kepada kita menguasai kompetensi tersebut.</p>
--	--

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "*Play New*" ini peneliti mewawancarai Inayah Mardiah, S. Psi. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Psikologi, bahwa :

“Iklan ini mengajarkan kita secara gamblang bahwa apabila kita ingin menguasai sesuatu maka kita harus berani mencoba, dalam prosesnya saat mungkin akan menghadapi kegagalan-kegagalan sebagai pembelajaran, dengan kesimpulan kita akan menguasai apa yang kita inginkan jika kita mau berusaha, dan terus berlatih dan juga belajar dari kegagalan-kegagalan yang ada”.

Pendapat ini relevan karena motivasi untuk tetap berproses dan berusaha semaksimal mungkin dijelaskan oleh praktisi karena dalam proses untuk menguasai suatu hal diperlukan keberanian untuk mencoba dan benar-benar berusaha serta memaknai kegagalan sebagai pembelajaran yang dapat membangun.

**Tabel 4. 16**  
**Analisis Pesan Motivasi Iklan Nike**  
**Versi “Play New” Pada Teori Motivasi McClelland**

Kategori Pesan Motivasi	Tanda	Konteks Dalam Iklan / Makna
-------------------------	-------	-----------------------------

<p>Motivasi untuk mencoba hal baru yang belum pernah kita lakukan sebelumnya.</p>	<p>Pada visual ditandai dengan scene 12 yang merupakan scene penutup dan kesimpulan akhir pesan dalam iklan ini, pada scene ini seorang anak yang juga muncul pada scene 8, pada scene 8 anak itu mengalami kegagalan dalam memainkan trik dalam <i>skateboard</i>, begitu pula pada scene 12 ini, kegagalan yang sama menimpa anak tersebut, dan anak tersebut tetap bereaksi dengan ekspresi tersenyum menghadapi kegagalannya itu.</p> <p>Pada narasi ditandai dengan. <i>“Trying to do something you never done before. that doesn't suck at all, not even a little.”</i></p>	<p>Dalam mengembangkan diri, mencoba untuk melakukan suatu hal adalah langkah yang perlu kita lakukan, perlu keberanian untuk melakukannya terutama pada hal yang belum kita lakukan sama sekali sebelumnya, seringkali kita takut akan kegagalan yang bisa saja menimpa kita dalam proses nya.</p>
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Pencapaian (<i>Need For Achievement</i>)</p>	<p>Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan prestasi, pada pesan ini menjadi sebuah pesan motivasi karena didasarkan pada dorongan untuk berani melangkah melakukan apa yang belum pernah kita lakukan sebelumnya tanpa ada rasa takut akan kegagalan dengan tujuan menggapai suatu pencapaian dalam hidup.</p>	
<p>Kategori Teori Motivasi: Kebutuhan Akan Kekuatan (<i>Need For Power</i>)</p>	<p>Jika dikaitkan dengan kebutuhan akan kekuatan, ini didasarkan pada pesan yang nike sampaikan bahwa dengan langkah yang kita ambil akan membawa kita kepada hasil yang dapat membuat kita memiliki kekuatan atau kekuasaan atas diri kita sendiri yang mana jika kita terus berkomitmen untuk berkembang dan mau berproses, hasil yang kita dapat bisa jadi mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama yaitu berproses dan berkembang dengan berani mencoba hal baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.</p>	

Memperkuat penelitian, untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan Nike versi "*Play New*" ini peneliti mewawancarai Inayah Mardiah, S. Psi. sebagai narasumber sekaligus Praktisi Psikologi, bahwa :

“Nike menyampaikan pesan motivasi bahwa ketika kamu menginginkan keberhasilan menjadi apapun, modal dasarnya adalah terus berlatih dan belajar, dan apa yang membuat kita berhasil itu 80 persen karena usaha dari diri kita sendiri sisanya 20 persen mungkin bisa dari faktor eksternal, selengkap apapun fasilitas sarana prasarana yang kamu punya ketika tidak ada niat untuk mencapainya, untuk berusaha, untuk belajar dari kegagalan dalam proses itu sendiri, tidak akan menghasilkan apa-apa, keberhasilan itu bermula dari diri kita sendiri terdahulu.”

Pendapat ini relevan karena dalam mencoba hal baru diperlukan keinginan besar dari diri sendiri agar saat melakukannya kita memiliki daya juang yang tinggi, apapun faktor eksternal yang ada, jika kemauan dari diri sendiri belum mau untuk maju melangkah, maka tidak akan menghasilkan sesuatu.

### 4.3 Pembahasan

#### 1. Penanda dan Petanda dalam Iklan Nike versi "*Play New*".

Iklan merupakan suatu cara yang dilakukan sebuah brand atau perusahaan untuk maksud dan tujuan tertentu. Nike dalam hal ini membuat iklan untuk mendukung kegiatan promosinya melalui *Campaign*, iklan Nike versi "*Play New*" dibuat di untuk di iklankan di TVC Dan YouTube pada tahun kampanye Nike "*Play New*" di 2021 untuk mengajak orang-orang agar berani mencoba hal baru tanpa takut akan kegagalan. Untuk mencapai tujuan itu, Nike menggunakan pesan motivasi dengan membawakan konsep *Human Interest*, dalam tayangan berdurasi 1 menit itu Nike menggambarkan dengan beberapa cerita singkat orang-orang yang berproses melakukan apa yang belum pernah orang-orang tersebut lakukan sebelumnya dan berbagai kegagalan dalam proses nya.

Dari tabel-tabel scene yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa setiap scene yang ditampilkan dalam iklan Nike versi "*Play*

*New*” memiliki makna yang diaplikasikan ke dalam Petanda dan Penanda kedua makna yang didapat dari tahap signifikasi tersebut saling berhubungan, begitu pula dari setiap table yang sudah dibuat juga saling berkesinambungan, memiliki keterkaitan diantara *scene* yang satu dengan yang lainnya dalam membangun sebuah makna yang nantinya ditangkap oleh *audience* yang menyaksikan iklan tersebut. Munculnya usaha dan kerja keras pantang menyerah yang dilakukan oleh pemeran di dalam iklan tersebut, merupakan sebagai penanda (*signifier*). Hal tersebut selaras dengan pandangan teori Ferdinand De Saussure bahwa tanda merupakan sebuah bagian dari kehidupan sosial, sehingga tanda merupakan aturan-aturan dari sistem yang berlaku. Bahasa itu merupakan suatu sistem tanda (*sign*) yang secara sosial suara-suara, baik suara manusia, binatang atau bunyi-bunyian, hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide, pengertian-pengertian tertentu. Untuk itu suara tersebut harus merupakan bagian sebuah sistem konvensi, sistem kesepakatan dan merupakan bagian dari sebuah sistem tanda. Ferdinand De Saussure (dalam rino andana putro, 2018).

## 2. Makna pesan motivasi pada iklan Nike versi ”*Play New*”.

Sebuah sikap terhadap iklan muncul di saat kita memiliki pemahaman yang baik terhadap iklan tersebut. Oleh karena itu, peneliti melakukan suatu penelitian untuk memaknai pesan motivasi yang ada dalam iklan Nike ini, dan bagaimana pesan motivasi ini disampaikan, dalam penelitian Iklan Nike versi “*Play New*” ini, Peneliti menggunakan metode penelitian Semiotika oleh Ferdinand De Saussure untuk mengetahui makna dari pesan-pesan motivasi yang disampaikan dalam iklan. Karena salah satu unsur tanda dari Saussure adalah bunyi (*signifier*) dan konsep dari bunyi (*signified*). Pesan-pesan motivasi dalam iklan disajikan dalam bentuk verbal dan nonverbal yang sudah peneliti batasi dari keseluruhan adegan dalam iklan, setiap adegan dalam iklan Nike Versi “*Play New*” ini menunjukkan

bagaimana orang-orang mencoba cabang olahraga yang belum ia lakukan maupun kuasai sebelumnya, Setiap adegan memvisualkan bagaimana proses dan kegagalan serta reaksi atas kegagalan dalam melakukannya, visual yang ditampilkan diiringi dengan narasi motivasi untuk memaknai proses dan kegagalan.

Melalui pesan motivasi ini, Nike ingin mengingatkan serta mengajak audiensnya untuk berani melakukan hal yang belum pernah ia lakukan sebelumnya, dan berani menghadapi kegagalan dalam setiap proses melangkah, oleh karna itu pesan motivasi yang di sampaikan juga didasarkan pada keperluan akan pencapaian sesuatu yaitu dorongan untuk mengatasi atau mengalahkan suatu tantangan, untuk kemajuan dan berkembang, mendapatkan yang terbaik, menuju pada kesempurnaan, terdapat pada teori *Need for achievement* menurut David McClelland (dalam Nur Asni et al. 2020), dalam iklan ini pula terdapat dorongan motivasi untuk *Affiliation motivation*, yakni dorongan untuk memiliki hubungan dengan orang lain atas dasar sosial yang mana teori ini ada dalam unsur motivasi menurut David McClelland (dalam Nur Asni et al. 2020) agar mendapatkan lingkungan yang baik untuk berkembang dengan orang-orang yang sedang berproses lainnya yang dalam iklan ini digambarkan dalam beberapa scene yang menghadirkan suatu pemeran dalam melakukan proses nya ditemani oleh kerabat atau pun orang sekitar, dan digambarkan pula melalui banyak nya orang-orang yang juga berproses dan mengalami kegagalan yang digambarkan dalam iklan ini.

Kebutuhan akan kekuasaan dalam iklan ini disampaikan untuk peningkatan kualitas diri menjadi seorang yang lebih baik untuk mengendalikan diri dan pikiran agar memiliki kesiapan mentalitas dalam berproses, Motivasi untuk peningkatan status dan prestise pribadi dalam iklan ini juga terdapat pada kebutuhan akan kekuasaan atau *Need for Power* menurut teori McClelland (dalam Nur Asni et al. 2020), iklan ini juga memberikan makna pesan motivasi agar berani mencoba hal baru dengan tujuan agar kompetensi yang dimiliki seseorang dapat bertambah dan bermanfaat kepada

orang tersebut khususnya kepada atlet maupun orang yang ingin menjadi atlet, karna tanpa mencoba kita tidak pernah tahu bagaimana rasanya melakukan hal tersebut, apakah hal itu sebenarnya adalah kompetensi yang kita ahli di dalam nya atau tidak, ini terdapat pada unsur motivasi dalam teori *Need For Competencies* dari McClelland (dalam Nur Asni et al. 2020),

Sesuai dengan analisa data yang penulis kemukakan, maka dapat ditemukan makna pesan-pesan motivasi dalam iklan Nike versi “*Play New*” melalui konsep teori Motivasi McClelland dimana teori tersebut memfokuskan pada 4 kebutuhan yaitu kebutuhan akan prestasi (*achievement*), kebutuhan kekuasaan (*power*), dan kebutuhan afiliasi, serta kebutuhan akan kompetensi. Namun, makna pesan motivasi yang terkonstruksi dalam iklan lebih terfokuskan pada kebutuhan akan prestasi (*achievement*) dikarenakan konten dalam iklan yang memang fokus pada bagaimana seseorang mau mencoba hal baru untuk membuat dirinya berkembang dan memperoleh pencapaian. Hal ini juga berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh McClelland dimana ia menggunakan wirausahawan sebagai subjek penelitiannya karena ia berpendapat bahwa seorang wirausahawan adalah salah satu profesi yang memiliki kebutuhan akan pencapaian yang tinggi yang artinya memiliki kebutuhan akan prestasi/pencapaiannya tinggi.