

## RELASI KARAKTERISTIK MUSIKAL TERHADAP TANDA PADA IKLAN DJARUM 76 TEMA ANJING

Yofi Irvan Vivian, Ririn Setyowati, Nita Maya Valiantien

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Mulawarman  
Pos-el: *nitamaya\_valiantien@yahoo.co.id*

### Abstrak

Perkembangan teknologi membawa dampak positif bagi produsen dalam memasarkan produknya ke calon konsumen. Hal ini terlihat dari iklan yang hadir pada televisi, salah satunya iklan rokok. Iklan rokok tidak diperkenankan mempertunjukkan barang jualannya karena mengikuti Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 108, Tahun 2012. Fokus penelitian ini adalah iklan Rokok 76 tema Anjing. Iklan ini tidak mempertunjukkan rokoknya tetapi menghadirkan sebuah sosok Om Jin dan Perempuan. Banyak tanda yang memberikan makna dari adegannya, baik ekspresi maupun tuturan yang dihasilkan. Peneliti membagi tiga bagian pada musik *background* yang digunakan pada iklan Rokok Djarum 76 tema Anjing.

**Kata Kunci:** *rokok, tanda, musik background, iklan,*

### A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era sekarang ini tidak dapat dipungkiri, media berperan aktif dalam penyebaran informasi dan promosi. Sosialisasi informasi dan promosi salah satunya dalam bentuk iklan. Iklan yang ditampilkan melalui media sosial menjadi salah satu sarana produsen untuk mempersuasi dan mengkonstruksi calon konsumen. Salah satu bentuk promosi yang menarik adalah iklan rokok karena tidak ada penggunaan produk (rokok) dalam iklannya.

Undang-undang mengenai iklan rokok menuntut produsen untuk lebih kreatif agar calon konsumen mengerti tanpa melihat barangnya (rokok). Seperti yang diungkapkan oleh Sumardjo (2000)

bahwa manusia kreatif adalah manusia yang menghayati dan menjalankan kebebasan dirinya secara mutlak. Hal inilah yang diterapkan oleh konseptor iklan rokok dalam mempromosikan produknya. Purnama (2003) menjelaskan dalam tulisannya, yaitu:

Kreativitas dalam suatu iklan akan menghasilkan suatu daya tarik. Perhatian pemirsa kepada suatu iklan menjadi kunci utama sukses atau tidaknya iklan tersebut. Karena dengan diperhatikannya suatu iklan maka akan mempermudah konsumen dalam mengingat suatu merek ketika akan membeli suatu produk.

Kreativitas yang dihadirkan pada iklan rokok sangat menarik, ketika isi iklan tidak ada keterkaitan dengan barang yang dipromosikan. Citra iklan menurut Kellner (2010) mengandung posisi subjek dan model-model identifikasi yang sarat ideologi untuk menyodorkan model identitas. Salah satunya iklan Rokok Djarum 76, di mana tokoh “Jin” menjadi model identitas yang merepresentasikan produk ini.

Pada penelitian ini, peneliti terfokus pada iklan Rokok Djarum 76 bertema Anjing yang dirilis tahun 2015. Hal yang menarik pada iklan ini adalah *object* yang hadir berbeda dengan kedua *interpretan* (Om Jin dan Perempuan) melalui *representament* yang dinyatakan oleh perempuan. *Object* yang dihadirkan melalui wujud Anjing menjadi *icon* dari kedua *interpretan*. Keikutsertaan musik sebagai *backsound* memperkuat nuansa pada iklan ini. Pendekatan musikologi digunakan untuk membedah karakteristik musik *backsound* pada iklan Rokok Djarum 76. Penelitian ini menggunakan pendekatan Semiotika karya Charles S. Peirce untuk mengkaji tanda yang dihadirkan pada iklan Rokok Djarum 76.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Pendekatan Musikologi**

Membahas mengenai musik tidak akan lepas dari unsur nada. Vivian (2018) menjelaskan bahwa nada merupakan unsur terpenting dari musik. Nada itu sendiri memiliki empat karakteristik, yaitu (1) *Pitch* (Tinggi – rendahnya nada); (2) *Duration* (Durasi atau waktu

atau panjang – pendeknya nada); (3) *Intensity* (Intensitas atau keras – lembutnya nada); dan (4) *Timbre* (Warna nada atau perbedaan kualitas atau mutu bunyi). Keempat karakteristik nada pada musik di iklan Rokok Djarum 76 dapat terlihat jelas pada hasil transkripnya (mengggunakan notasi atau not balok). *Pitch* dapat terlihat jelas dari tinggi rendahnya letak not. *Duration* dapat terlihat dari nilai ketukan yang digunakan. *Intensity* dapat terlihat dari dinamika pada iklan tersebut. *Timbre* digunakan untuk mendengarkan musiknya dan menentukan instrumen yang dipakai pada iklan Rokok Djarum 76.

Pada tahap menganalisis musik dilakukan bertahap atau *step by step*. Hal ini dilakukan untuk memperhatikan secara detail komposisi musik yang terbentuk. Seperti yang diungkapkan oleh Prier SJ (1996) bahwa sebuah karya musik, misalnya sebuah nyanyian, dapat dipandang sebagai sejumlah nada yang tersusun dalam ruang-ruang birama. Pada setiap biramanya memiliki empat karakteristik nada. Hasil transkrip yang tertuang pada notasi (not balok) akan dikaji berdasarkan kalimat atau periode. Musik sama seperti bahasa, memiliki kalimat yang biasanya terdiri dari minimal dua frase yaitu *antecedens* (kalimat pertanyaan atau depan) – *consequen* (kalimat jawaban atau belakang). Pada setiap frase tanya jawab akan terlihat unsur simetris, motif, koma, dan titik.

## 2. Pendekatan Semiotika

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Semiotik karya Charles S. Peirce. Menurut Liliweri (2011) Semiotik itu sendiri berasal dari Bahasa Yunani yaitu *semiotikos* yang artinya penerjemahan dari tanda-tanda. Peirce dalam Budiman (2011) mendefinisikan semiotik merupakan nama lain dari logika. Hal ini dikarenakan *representamen* (tanda) yang hadir sebagai *object* harus dilogikakan oleh *interpretant* terlebih dahulu. Secara implisit, tanda biasanya hadir dalam dalam berbagai bentuk (salah satu contohnya: kata), sedangkan objek sesuatu yang merujuk pada tanda, dan *interpretan* merupakan tanda yang berada di logika seseorang.

Analisis semiotik dalam pandangan Peirce seperti diungkapkan oleh Piliang (2010) berfokus pada teori segitiga makna yang saling berkaitan satu dengan lainnya sebagai pembentuk tanda, yakni *representamen* (sesuatu yang merepresentasikan sesuatu yang

lain) yang tidak terpisahkan dari *objek* (sesuatu yang direpresentasikan), serta pemahaman subjek atas tanda *interpretan* (interpretasi seseorang tentang tanda).

a. Tanda

Peirce menggunakan istilah “semiosis” sebagai suatu proses pemaknaan melalui pembentukan tanda-tanda simbol. Seperti yang sudah dipaparkan pada penjelasan sebelumnya bahwa Peirce melihat sebuah tanda memiliki sifat dinamis (tidak tetap, tidak final, dan tidak pasti). Jadi, dapat disimpulkan bahwa sebuah tanda bisa saja memiliki rujukan lebih dari satu arti sesuai dengan interpretasi manusia pada saat tertentu sebuah tanda digunakan. ‘Interpretasi’ merupakan komponen ketiga dari konsep dasar semiotik Peirce setelah ‘tanda’ dan ‘objek’. Peirce beranggapan bahwa sebuah tanda tidak merujuk kepada sebuah objek penandaan secara utuh sehingga keduanya memiliki hubungan yang tidak sempurna, oleh sebab itu Peirce menambahkan komponen penafsir (*interpretant*) sebagai solusi pemaknaan terhadap tanda itu sendiri, karena tanda bersifat dinamis.

Ketiga komponen semiotik diatas bersumber dari konteks pragmatisme Peirce mengenai proses semiosis (penandaan) yang dibedakan melalui tiga kategori gejala (triadik). Berdasarkan penjelasan ini Masinambow dan Hidayat (2001) menerangkan bahwa, secara fenomenologis pembedaan adalah menurut gejala *pertama*, suatu kualitas dapat atau mungkin tampil sebagai tanda (*firstness/abduksi*), kemudian gejala *kedua* ialah tahap kedua (*secondness/deduksi*) berarti tampil secara aktual (*here and now*), terakhir gejala ketiga ialah ketika gejala ini sudah menjadi fakta yang diterima umum dalam suatu masyarakat (*thirdness/induktif*). Ketika gejala-gejala tersebut terjadi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, maka ada kaitannya dengan perilaku manusia didalamnya sebagai sebuah kebiasaan atau keyakinan yang mereka pahami dan mereka terapkan dalam kehidupan mereka. Hal tersebut mengindikasikan adanya hubungan antara ‘tanda’ dan ‘budaya’.

Semiotika pragmatis Peirce memiliki dasar pemikiran bahwa tanda memiliki fungsi sebagai sebuah komunikasi yang efisien serta menjadi landasan berpikir manusia dalam meyakini

eksistensi sesuatu yang ditunjuk. Berdasarkan relasi triadik (*firstness (F)*, *secondness (S)*, *thirdness (T)*) dari tampilan tanda dan objek, Peirce menjabarkan tiga jenis tanda, yakni ikon (F), indeks (S), dan simbol (T).

b. Ikon

Ikon adalah tanda yang merupakan tampilan objek yang menyerupai tanda itu sendiri. Anwar (2008) menyatakan bahwa ikon atau tanda ikonik adalah tanda yang menjadi tanda akibat persamaan atau kesamaan secara potensial dengan sebuah tampilan objek tertentu (tanda dengan karakter *firstness*). Peirce menyatakan adanya hubungan ikon dengan informasi, seperti skema, diagram, statistik, rumus aljabar yang juga merupakan ikon. Pada interaksi sosial diberbagai macam kebudayaan, sering dijumpai tanda-tanda ikonik, salah satu contohnya adalah petunjuk arah. Banyak tanda-tanda ikonik digunakan dalam interaksi dan komunikasi sehari-hari, akhirnya ikon-ikon tersebut membudaya dalam diri manusia sebagai sarana interaksi sosial yang fungsinya tidak lain adalah untuk mempermudah kehidupan manusia itu sendiri.

c. Indeks

Suatu objek memiliki hubungan sebab akibat dengan tanda yang menandainya. Anwar (2008) menyatakan bahwa indeks (dalam beberapa konteks disebut juga oleh Peirce dengan istilah '*semes*') atau tanda indeksikal adalah sebuah tanda yang berfungsi sebagai tanda dengan suatu fakta secara alamiah atau terkait dengan koneksi sebab akibat atas tampilan suatu objek (tanda *secondness*).

d. Simbol

Tanda yang ketiga (adanya faktor *thirdness*) adalah tanda sebagai simbol makna konvensional pada tanda dari objek yang ditunjuk. Tanda simbolik adalah tanda yang berhubungan dengan objek yang ditandakan ditentukan oleh sebuah kesepakatan yang berlaku umum. Suatu hal dikatakan sebagai simbol jika sesuatu itu mengandung makna tertentu yang dihubungkan dengan konvensi. Anggukan kepala merupakan sebuah simbol ketika

para interpretan (penafsir) sepakat dengan makna anggukan tersebut sebagai jawaban yang bermakna ‘iya’ atau ‘setuju’, ada makna konvensional dibalik pemaknaan tersebut, kesepakatan antar penutur satu dengan lainnya.

### C. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan studi kepustakaan untuk mendukung ide, gagasan, dan pola pikir dengan cara mengumpulkan data sebagai literatur. Pengumpulan data dijadikan sumber primer dan sekunder di beberapa perpustakaan, diantaranya: Perpustakaan Daerah dan Kota. Data yang akan digunakan pada penelitian, merujuk pada pendapat Soedarsono (2007), data-data yang didapat diseleksi sesuai kebutuhan peneliti. Sumber data yang didapat oleh peneliti berasal dari *YouTube.com*. Data penelitian adalah Iklan Rokok Djarum 76 tema Anjing dirilis pada tahun 2015. Iklan ini sudah tidak ditayangkan melalui media televisi. Inilah yang membuat peneliti menggunakan media *YouTube.com* sebagai sarana mencari iklan tersebut. Iklan Rokok Djarum 76 tema Anjing berada pada *link* <https://www.youtube.com/watch?v=EgXFirq5I8Y>. Subjek pada penelitian ini adalah *background* musik dan dialog berupa percakapan kedua pemeran (Jin dan Sang Perempuan) pada iklan Rokok Djarum 76 tema Anjing.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Karakteristik Musikal

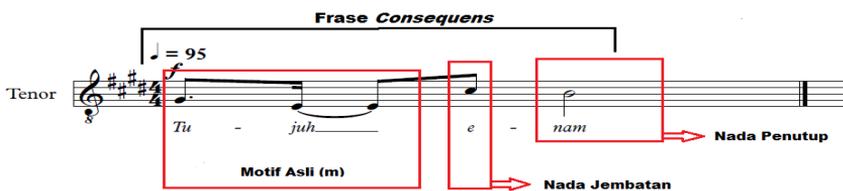
Terdapat perubahan tempo dan nada dasar pada setiap bagiannya. Komposisi ini terdapat tiga bagian, yaitu awal, tengah, dan akhir. Peneliti mengkaji *background* iklan Rokok Djarum 76 dengan tema “Anjing” dengan melihat karakteristik nada, interval (jarak nada), dan motif. Sesuai penjelasan dari Prier SJ (1996), motif merupakan sepotong lagu atau sekelompok nada yang merupakan suatu kesatuan dengan memuat arti dalam dirinya sendiri. Kalimat dalam musik merupakan kesatuan melodi yang terbentuk dari beberapa frase, koma, dan titik. Kalimat pertanyaan (kalimat depan)

dalam musik disebut Frase *Antecedens*, sedangkan kalimat pernyataan (kalimat belakang) disebut frase *Consequens*. Kata dalam musik itu sendiri adalah nada-nada yang digunakan dalam sebuah komposisi.

a. Bagian Awal

Musik pada Bagian Awal berada dibirama satu dan memiliki nada dasar Do = E. Tangga nada E mayor berisikan nada E (do) – F# (re) - G# (mi)- A (fa) – B (sol) – C# (la) - D# (si) – E (do). Nada yang digunakan penyanyi yaitu G# (mi) – E (do) – C# (la) – B (sol). Transkrip notasi pada Bagian awal yaitu:

*Backsound* Pada Iklan Rokok Djarum 76 Tema "Anjing"



Gambar 4.1.1.1: Bagian Awal

Pada bagian awal terdapat satu frase yaitu *consequens*. *Pitch* pada bagian awal berada pada interval *Oktaf Garis 1* dan 2 (berada pada *G Clef* atau *Trable Clef*). Menurut Vivian (2018) bagian tersebut terdapat pada Interval *Oktaf Garis 1* dan 2, yaitu:

Wilayah *Oktaf Garis 1* dimulai pada garis bantu satu bawah sampai garis tiga. Wilayah *Oktaf Garis 2* dimulai dari di atas garis tiga (di antara garis tiga dan empat) sampai di atas garis bantu satu atas.

*Duration* menggunakan not bernilai 2, 1/2, 1/4, 3/4 ketuk dengan tempo 95 (*moderato*). *Intensity* yang digunakan adalah *Forte*. Berdasarkan penjelasan Banoe (2003) *Forte* adalah dinamika yang keras. *Timbre* menggunakan suara manusia (suara pria tenor).

Motif Asli (m) mulai dengan *Ters* (Mi-Do, dengan turun kebawah). Nada Do pada Motif Asli memiliki 3/4 ketuk, dikarenakan terdapat tanda *Tie*. *Tie* merupakan garis lengkung yang menghubungkan dua buah nada senama sama tinggi sehingga mengakibatkan nada terakhir merupakan kepanjangan

suara dari nada sebelumnya. Terdapat Nada Jembatan di ketukan dua *up* yang memiliki nilai  $\frac{1}{2}$  ketuk dengan nada pada interval *Oktaf Garis 2* yaitu c2 (not berada diatas garis tiga atau diantara garis tiga dan empat pada *Trable Clef*). Menurut Prier SJ (1996) Nada Jembatan itu sendiri merupakan nada yang berada di antara akhir motif yang satu dan awal motif berikutnya. Nada Penutup memiliki nilai dua ketuk dengan nada berada di interval *Oktaf Garis 1* yaitu b1. Pada bagian ini tidak bisa dikatakan kalimat yang simetris karena hanya terdiri dari satu birama.

b. Bagian Tengah

Bagian Tengah dimulai pada birama dua sampai enam. Pada birama dua, diketukan kedua terdapat simbol X yang artinya “suara saat asap dan jin keluar dari teko”. Pada ketukan ketiga (di dibarama dua), tempo berubah menjadi 60 (*adagio*) dan terdapat modulasi. Modulasi menjadi Do = C (tangga nada natural) yang terdiri atas nada C (do) – D (re) – E (mi) – F (fa) – G (sol) – A (la) – B (si) – C (do).

The image shows a musical score for a piece titled 'Bagian Tengah'. It consists of six staves: Tenor, Smoke, Piano, T., Dr., and Pno. The score is written in 2/4 time. The tempo is marked as  $\text{♩} = 60$  for the first part and  $\text{♩} = 95$  for the second part. The Piano part features a melody in the right hand and accompaniment in the left hand. The T. and Dr. parts have sparse notation, including rests and a few notes. The Pno. part continues the melody and accompaniment.

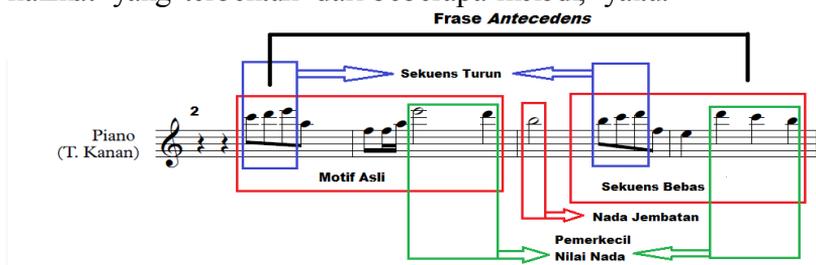
Gambar 4.1.2.1: Bagian Tengah

*Pitch* yang digunakan pada permainan piano tangan kanan berada pada interval *Oktaf Garis 2* sampai 3 di *Trable Clef* atau *G Clef*. Menurut Prier SJ (1996) *Oktaf Garis 3* dimulai digaris

bantu dua atas sampai digaris bantu lima atas. Permainan piano pada tangan kiri berada interval *Oktaf Garis 1* sampai 2 di *Trable Clef* atau *G Clef*. *Duration* yang digunakan pada Bagian Tengah menggunakan not yang memiliki nilai ketukan 2, 1, ½, dan ¼. Tanda daim yang digunakan memiliki nilai ketukan 4, 2, dan 1. *Intensity* pada bagian ini menggunakan dinamika *Piano*. *Piano* menurut Banoe (2003) merupakan dinamika yang artinya lembut. *Timbre* pada Bagian Tengah terdengar menggunakan instrumen piano. Peneliti membagi menjadi dua pada Bagian Tengah, yaitu partitur pada tangan kanan dan kiri.

### 1) Partitur Pada Tangan Kanan

Kalimat lagu berada pada melodi utama (yang dimainkan oleh tangan kanan). Melodi dimainkan pada birama dua (ketukan ketiga) sampai lima. Pada keempat birama ini dapat terlihat kalimat yang terbentuk dari beberapa melodi, yaitu:



Gambar 4.1.2.1.1: Partitur pada bagian tangan kanan

Pada gambar hasil transkrip melodi di atas, terlihat bahwa musik yang menjadi *background* hanya memiliki satu frase yaitu *antecedens*. Frase *antecedens* menurut penjelasan Prier SJ (1996) merupakan awal kalimat atau sejumlah birama (biasanya birama 1-4 atau 1-8) disebut “pertanyaan” atau “kalimat depan” karena biasanya berhenti dengan nada yang mengambang. Hal ini terlihat dari gambar 4.1.3 yang terdiri dari empat birama dan melodi akhir berhenti pada nada b2 (interval *Oktaf Garis 1*) yang membentuk *chord Sub Mediant* (*chord iii*).

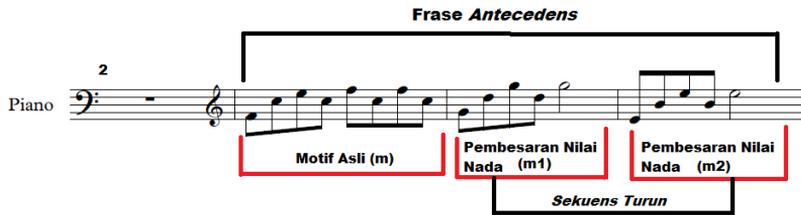
*Pitch* berada pada interval *Oktaf Garis 2* dan 3. Nada paling rendah adalah e2 (di interval *Oktaf Garis 2*) pada birama empat (ketukan satu). Nada paling tinggi adalah e3 (di interval *Oktaf Garis 3*) pada birama dua (ketukan empat *down*) dan birama tiga

(ketukan dua sampai tiga). *Duration* menggunakan nilai 2, 1,  $\frac{1}{2}$ ,  $\frac{1}{4}$  ketuk dan memiliki tempo 60 (*Adagio*). *Intensity* yaitu *Piano* (lembut). *Timbre* yang dihasilkan dari instrumen piano.

Motif Asli terdapat pada birama dua (ketukan tiga dan empat) sampai birama tiga. Birama empat (dimulai dari ketukan tiga) sampai lima merupakan motif Sekuens Bebas. Hal ini dikarenakan terdapat pengulangan pada tingkatan lain dan perubahan ritmis. Terdapat Sekuens Turun pada birama dua (ketukan tiga dan empat *down* yang memiliki nada  $c3 - d3 - e3$ ), motif ini diulang pada tingkatan nada lebih rendah yaitu di birama empat (ketukan tiga dan empat *down* yang memiliki nada  $b2 - c3 - d3$ ). *Diminuation of The Value* (Pemerkecil Nilai Nada) pada birama tiga (ketukan dua sampai empat) terdapat not yang memiliki 2 – 1 ketuk, berubah pada not di birama lima (ketukan dua sampai empat) dengani nilai not 1 – 1 – 1. Nada Jembatan berada di birama empat (ketukan satu dan dua), nada ini sebagai penghubung ke motif selanjutnya.

## 2) Partitur Pada Tangan Kiri

Pada tangan kiri menjadi *root*. *Root* itu sendiri menurut Banoe (2003) merupakan akar atau nada terendah. Permainan piano berada pada birama tiga sampai lima. Pada gambar hasil transkrip melodi diatas, terlihat bahwa musik yang menjadi *backsound* hanya memiliki satu frase yaitu *antecedens*. Tangan kiri banyak menggunakan interval *Kwint* (jarak interval lima nada) dan *Oktaf* (jarak interval delapan nada). *Picth* berada pada wilayah interval *Oktaf Garis 1* dan 2. Nada terendah yaitu  $e1$  (pada birama lima ketukan satu *down*) dan tertinggi adalah  $g2$  (pada birama empat ketukan dua *down* dan tiga sampai empat). *Duration* menggunakan nilai not 2 dan  $\frac{1}{2}$  ketuk dengan tempo 60 (*Adagio*). *Intensity* pada bagian ini adalah *Piano* (lembut). *Timbre* yang dihasilkan menggunakan intrumen piano dan dimainkan pada *Trable Clef*.



Gambar 4.1.2.2.1: Partitur pada bagian tangan kiri

Birama tiga merupakan Motif Asli (m) yang membentuk *chord Sub Dominant* (IV) terbentuk dari nada 4 (Fa) – 6 (La) – 1 (Do). Pada gambar di atas hanya terdapat nada 4 (Fa) oktaf rendah dan tinggi, 1 (Do), dan terdapat nada 3 (Mi). Nada 3 (Mi) tidak ada dalam susunan nada pembentuk *chord Sub Dominant* tetapi tetap digunakan. Hal ini dikarenakan melodi lagu (dimainkan oleh tangan kanan pada birama tiga ketukan kedua) menggunakan nada e3. Jika dipaksa tangan kiri memainkan nada f1 maka akan simetris dengan e3 sehingga membentuk *chord dissonance* (tidak enak didengar) yaitu FM7 (F – A – C – E). Pada birama tiga (ketukan tiga dan empat) nada e3 tidak digunakan kembali tetapi f3. Pada video iklan Rokok Djarum 76, tangan kiri tidak menghasilkan *chord dissonance*.

Birama empat membentuk *chord Dominant* (V) yang terdiri dari nada 5 (Sol) – 7 (Si) – 2 (Re). Pada birama empat memainkan pola 5 (Sol) – 2 (Re) – 5 (Sol atas) dan terjadi pengulangan pada nada 2 (re) dan 5 (Sol atas). Birama lima membentuk *chord Sub Mediant* (vi) yang terdiri dari nada 3 (Mi) – 5 (Sol) – 7 (Si). Pada birama lima memainkan pola 3 (Mi) – 5 (Sol) – 3 (Mi atas) dan terjadi pengulangan di nada 5 (Sol) dan 3 (Mi atas).

Gambar diatas memperlihatkan terdapat *Augmentation of The Value* (Pembesaran Nilai Nada) di birama empat (m1) dan lima (m2) pada ketukan ke tiga dan empat menjadi dua ketuk. Hal ini berbeda dengan Motif Asli (m) yang semua notasinya bernilai  $\frac{1}{2}$  ketuk. Pada birama empat (m1) dan lima (m2) ritmis sama tetapi terjadi penurunan nada (*Sekuans Turun*).

c. Bagian Akhir

Bagian Akhir terdapat modulasi dari nada dasar Do *in* C menjadi Do *in* E. Pada bagian ini merupakan *soundtrack* yang biasa digunakan pada iklan Rokok Djarum 76 yang lainnya. Bagian Akhir dimulai dari birama delapan sampai sepuluh, serta terdapat pengulangan nada dan ritmis. Transkrip Bagian Akhir yaitu:

The image shows a musical score for Tenor voice. It is divided into two main sections: 'Frase Antecedens' and 'Frase Consequens'. The tempo is marked as quarter note = 95. The lyrics are 'Dja-rum tu-juh e-nam'. The score includes several annotations in red boxes: 'Motif Asli (m)' under the first 'Dja-rum', 'Motif Ulangan Harafiah (m)' under the second 'dja-rum', 'Pembesar Nilai Nada (m1)' under the third 'dja-rum', 'Pemerkecil Nilai Nada (m2)' under 'tu-juh', and 'Nada Penutup' and 'Nada Jembatan' under 'e-nam'. There is a 'koma' (comma) between the two phrases and a 'Titik' (dot) at the end. The score is written on a treble clef staff with a key signature of two sharps (F# and C#).

Gambar 4.1.3.1: Bagian Akhir iklan Rokok Djarum 76 Pada Tema “Anjing”.

*Pitch* berada pada *Interval Garis 1* dan *2*. *Duration* menggunakan notasi yang memiliki nilai ketukan 4, 2, 1,  $\frac{1}{2}$ , dan  $\frac{1}{4}$ . *Intensity* kembali ke dinamika awal yaitu *Forte*. *Timbre* yang digunakan adalah suara manusia (cowok) yaitu Tenor. Bagian Kalimat (periode) musik memiliki dua frase yaitu *antecedens* (birama delapan sampai sembilan ketukan kedua) dan *consequens* (dimulai dari birama sembilan ketukan ketiga sampai birama sepuluh).

Frase *antecedens* dimulai pada birama delapan sampai sembilan (ketukan satu dan dua). Motif Asli terdapat di birama satu, pada ketukan kesatu sampai dua (*down*) menggunakan simbol “m”. Pada birama satu, ketukan dua (*up*) sampai tiga merupakan Ulangan Harafiah menggunakan simbol “m”. Hal ini dikarenakan ritmis dan melodinya sama dengan motif asli sehingga simbol masih sama. Menurut Prier SJ (1996) pengulangan harafiah digunakan untuk menegaskan suatu pesan. Pengulangan Harafiah suatu pengulangan melodi dan ritmis yang sama. Pada birama delapan (ketukan empat) sampai sembilan (ketukan satu dan dua), nada sama dengan Motif Asli hanya berbeda nilai ketukan di nada terakhir yaitu menjadi dua. Bagian “m” nada akhirnya memiliki nilai ketukan satu. Hal ini disebut *Augmentation of The Value* (Pembesaran Nilai Nada), bagian ini diberi simbol “m1”. Pada birama delapan, ketukan satu dan dua *down* menjadi Motif Asli (m). Birama dua *up* sampai tiga menjadi

motif Ulangan Harafiah karena bagian ini memiliki nada dan nilai ketukan yang sama sehingga disimbolkan sama dengan Motif Asli (m).

Frase *Consequens* dimulai pada birama sembilan (ketukan tiga) sampai sepuluh. Birama sembilan (ketukan tiga sampai empat bagian *up*) merupakan *Diminuation of The Value* (Pemerkecil Nilai Nada) yang disimbolkan “m2”. *Diminuation of The Value* terlihat pada ketukan terakhir memiliki nilai  $\frac{3}{4}$  ketuk. Notasi pada ketukan empat *up* merupakan Nada Jembatan sebelum menuju akhir lagu. Birama sepuluh merupakan nada penutup pada komposisi ini dengan nilai empat ketuk.

## 2. Analisis Tanda

Percakapan antara Om Jin dan seorang perempuan dalam iklan rokok 76 dengan tema Anjing, konteks situasinya adalah seorang perempuan yang sedang duduk di kursi rumahnya tiba-tiba ada poci yang terlempar. Poci yang terlempar serta asap menandakan ada ‘Om Jin’ yang keluar dari poci tersebut, dengan latar belakang (*background*) musik yang berbeda-beda pada setiap bagian-bagian situasi dalam percakapan didalamnya.

### a. Analisis Tanda Ikon

Pada Iklan Djarum 76 tema Anjing, munculnya tanda ikon tidak secara langsung ditunjukkan oleh gambar rokok. Hal ini berkaitan dengan aturan yang ditetapkan oleh pemerintah tentang iklan rokok melalui Permenkes No 28 Tahun 2013 tentang pembatasan iklan dan promosi rokok diseluruh media cetak dan elektronik. Peraturan ini juga mengatur bahwa iklan rokok tidak boleh menampilkan wujud rokok dan tidak boleh menyarankan untuk merokok. Demi menaati aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka tanda ikon yang merujuk langsung pada objek rokok diwakili oleh teks “Merokok Membunuhmu” di akhir iklan. Kata “merokok” mewakili objek yaitu rokok sebagai produk yang sedang dipromosikan dalam iklan tersebut.

Beberapa tanda ikonik juga teridentifikasi dalam iklan rokok 76 tema “Anjing” selain teks “Merokok” yang sudah dipaparkan di atas, yakni wujud nyata dari ikon Om Jin dan Perempuan. Ikon yang

dihadirkan secara implisit yaitu dari Perempuan dalam iklan tersebut, yaitu “Aku *pengen temen* hidup yang baik, pengertian, sabar, penurut, dan yang penting, setia”. Kalimat ini merupakan ikon yang melibatkan segitiga makna Peirce antara *representamen*, objek, dan *interpretan*. Analisis semiotik dalam pandangan Peirce berfokus pada teori segitiga makna yang saling berkaitan satu dengan lainnya sebagai pembentuk tanda, yakni *representamen* yang tidak terpisahkan dari *objek* serta pemahaman subjek atas tanda *interpretan*. “Aku *pengen temen* hidup yang baik, pengertian, sabar, penurut, dan yang penting, setia” diidentifikasi sebagai ikon karena sifat dari sebuah tanda ikon yakni memiliki kemiripan atau kesamaan dengan tampilan objek tertentu. Seperti pada contoh ikon ‘Potret’ di mana sebuah potret memiliki kesamaan dengan objek orang yang ada di dalam potret tersebut, maka ungkapan seorang perempuan dalam iklan rokok 76 dapat diartikan sebagai harapan si perempuan yang menginginkan teman hidup yang baik, pengertian, sabar, penurut, dan setia. Kata ‘*teman*’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki beberapa arti, yakni (1) Kawan; sahabat; (2) Orang yang sama-sama bekerja; (3) Yang menjadi pelengkap (pasangan) atau yang dipakai (dimakan dsb); (4) Cak saya (di beberapa daerah dipakai dalam bahasa sehari-hari). Ditambahkan dalam frase ‘Anjing’ yang berarti orang yang dijadikan pasangan hidup (istri atau suami).

Frase ‘*temen hidup*’ yang diucapkan perempuan dalam iklan tersebut dimaksudkan olehnya sebagai seseorang yang ingin dijadikannya sebagai pasangan atau pendamping hidup (dalam hal ini adalah seorang suami). Ada hubungan antara segitiga makna *representamen*, *objek*, dan *interpretan* dalam menganalisa ikon dalam hal ini, yakni “*temen hidup*” yang merujuk pada objek *pasangan* dan dimaknai sendiri oleh si perempuan sebagai *seorang suami*. Segitiga makna yang ditangkap oleh perempuan itu berbeda dengan *representamen* “Om Jin” yang merepresentasikan ungkapan ‘*temen hidup*’ merujuk pada objek *pasangan* dan diinterpretasi sebagai *seekor anjing*. Interpretasi yang berbeda di antara keduanya dimungkinkan terjadi karena adanya ungkapan pelengkap “*Aku pengen temen hidup yang baik, pengertian, sabar, penurut, dan yang penting, setia*”. Interpretasi ‘Om Jin’ terhadap seekor anjing dalam

hal ini ditandai dengan ekspresi wajahnya yang seketika berubah dari ekspresi wajah sebelum perempuan tersebut mengatakan kata “*penurut*” dan “*setia*”, matanya melotot dan bibirnya bergerak ke depan sebagai tanda ketidaksamaan penafsiran didukung dengan ungkapan “*eum*” bernada agak tinggi.

b. Analisis Tanda Indeks

Tanda indeks yang ditemukan di bagian awal iklan adalah gambar “asap putih”. Asap keluar langsung dari teko yang terlempar sebelum kemunculan tokoh laki-laki yang berperan sebagai Om Jin merupakan bentuk tanda indeks dari rokok. Asap bisa menjadi indeks dari adanya api tetapi pada konteks ini, kemunculan logo Djarum 76 diawal iklan memberikan tanda bahwa objek asap merupakan indeks dari rokok.

Indeks yang lainnya yaitu teko yang terlempar kemudian timbul asap. Teko tersebut selalu hadir dalam iklan Djarum 76 versi apapun sebagai tanda munculnya karakter Om Jin. Disinilah hubungan sebab-akibat muncul, sebab ada teko mengakibatkan kemunculan Om Jin, dalam beberapa iklan yang ditampilkan ada perbedaan situasi, ada teko yang terlempar kemudian digosok oleh tokoh dalam iklan tersebut. Beberapa hal pada iklan Rokok Djarum 76 tema Anjing, situasi di mana teko tersebut terlempar dan langsung muncul sosok Om Jin (tanpa digosok oleh aktor lain).

Tanda indeks selanjutnya adalah pakaian yang digunakan oleh tokoh laki-laki (Om Jin). Pada iklan tersebut, pakaian yang digunakan bukan pakaian yang biasa dikenakan sehari-hari. Pakaian yang dikenakan disesuaikan dengan tokoh laki-laki yang berperan sebagai Om Jin. Pakaian yang digunakan cenderung menyerupai pakaian daerah lengkap dengan penutup kepala yang biasa digunakan pada pakaian adat daerah Jawa. Pakaian Om Jin yang berupa pakaian adat Jawa lengkap dengan *blangkon* sebagai hubungan sebab akibat penggunaan bahasa Indonesia dengan dialek khas bahasa daerah yakni bahasa Jawa dalam iklan tersebut. Hal ini berkaitan dengan adanya cita rasa lokal yang ingin diberikan pada calon konsumen. Indeks yang berkaitan pakaian yang dipakai Om

Jin memperlihatkan pakaian Jawa dengan lokasi pabrik Rokok Djarum 76 (PT. Djarum) yang berada di Kudus, Jawa Tengah.

Selain jenis pakaian, warna juga memegang peranan penting dalam membangun citra rokok Djarum 76 *Filter Gold* melalui tanda indeks. Warna dominan pada pakaian tersebut adalah kuning keemasan dan merah. Menurut Laksono (2014), warna memiliki artinya masing-masing. Warna keemasan berkaitan dengan hal yang bermutu tinggi dan mewakili produk rokok Djarum 76 *Filter Gold* yang menunjukkan kualitas premium dengan bahan baku tembakau berkualitas tinggi (*top grade Srintil tobacco*). Pada iklan tersebut, warna kuning yang ada pada pakaian yang dikenakan oleh tokoh laki-laki menunjukkan sifat keceriaan, keramahan dan kesenangan. Sedangkan untuk warna merah, menunjukkan semangat, suka cita, dan energi. Ruang tamu yang menjadi *setting* iklan didominasi warna putih pada dinding dan beberapa perlengkapan di ruang tamu yang mencerminkan kemurnian dan kesederhanaan. Terdapat juga penggunaan warna coklat pada lantai di ruang tersebut.

### c. Analisis Tanda Simbol

Tanda simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian bersama. Pada iklan Djarum 76 tema Anjing, simbol yang utama ditunjukkan oleh logo dari PT. Djarum. PT. Djarum merupakan nama perusahaan yang memproduksi berbagai jenis rokok untuk dipasarkan di dalam dan luar negeri. Salah satunya adalah rokok Djarum 76 *Filter Gold*. Simbol selanjutnya adalah “18+”. Yang memiliki makna sebagai pembatasan umur. Hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah yang mengatur “18+” sebagai usia yang pantas untuk merokok. Tanda tersebut memiliki makna bahwa pengguna suatu barang harus berumur minimal 18 tahun.

Slogan yang penting *heppiii* adalah tanda simbol selanjutnya. Teks ini merupakan slogan yang selalu melekat pada kegiatan promosi produk Djarum 76 *Filter Gold*. Slogan ini menggunakan campur kode antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang terdapat pelesetan dari kata *happy* menjadi *heppiii* (senang). Penggunaan kalimat yang penting *heppii* ini menunjukkan bahwa

produk ingin agar para konsumennya hanya mendapatkan pengalaman rasa senang dengan mengkonsumsi produk tersebut.

Tanda simbol juga ditunjukkan oleh hewan Anjing. Anjing diakui sebagai hewan yang memiliki karakter setia dan penurut. Kemunculan simbol Anjing ini sebagai jawaban dari “teman setia” yang diminta oleh tokoh Perempuan pada iklan. Terkait dengan produk rokok, simbol Anjing menunjukkan bahwa rokok sebagai teman setia yang bisa dimiliki oleh siapa saja. Jenis anjing pada iklan ini adalah *Dachshund* atau *Teckel*. Sifat anjing *Dachshund* atau *Teckel* yaitu sangat berani, tidak segan menyerang binatang yang lebih besar dari dirinya, penciuman yang sangat tajam, lincah, mudah dilatih, sangat setia, dan merupakan anjing penjaga yang hebat. Penggunaan jenis anjing ini bukan tanpa alasan, namun karena sifatnya yang “setia”, hal tersebut yang membuat interpretasi Om Jin merujuk pada binatang tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Ahyar. *Semiotik (Semiotik Sastra)*. Makassar: Bahan Ajar UNM, 2008.
- Banoë, Pono. *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius, 2003.
- Budiman, Kris. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Kellner, Douglas. *Budaya Media – Cultural Studies, Identitas, dan Politik: Antara Modern dan Postmodern*. Terj., Galih Bondan Rambatan. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Laksono, Mayong S. “Streotip Warna Tak Baik Untuk Anak”. *Intisari Extra, Inspirasi Cerdas Rumah dan Keluarga*, 2014.
- Masinambow, E.K.M dan Hidayat R. S. *Semiotik: Mengkaji Tanda dalam Artifak*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Piliang, Yasraf A. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Prier SJ, Karl-Edmund. *Ilmu Bentuk Musik*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi, 1996.

- Purnama, Nursya'bani. "Pengaruh Iklan Televisi Menggunakan Background Musik Terhadap Recall Audiece". *SINERGI: Kajian Bisnis dan Manajemen*. Vol. 6. No. 1, 2003.
- Soedarsono. *Metodelogi Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia. Cetakan Kedua, 2007.
- Sumardjo, Jakob. *Filsafat Seni*. Bandung: ITB, 2000.
- Vivian, Yofi Irvan. "Modul Mata Kuliah Teori Musik Barat I". Bahan Ajar FIB Unmul. Prodi Etnomusikologi. Samarinda: 2018.