

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Moriarty, Mitchell, dan Wells iklan adalah bentuk komunikasi berbayar yang menggunakan media massa dan media interaktif untuk menjangkau audiens atau khalayak sasaran yang luas dalam rangka menghubungkan sponsor yang jelas dengan pembeli atau audiens sasaran dan memberikan informasi tentang produk barang, jasa, dan gagasan¹.

Menurut seorang ahli periklanan asal Amerika, Otto Klepper istilah advertising berasal dari bahasa Latin, yaitu *ad-vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan pada pihak lain². Iklan memiliki daya tarik yang kuat dalam memikat khalayak, melalui iklan suatu produk dapat dikenal. Hal ini karena iklan memiliki potensi yang sangat besar dalam mempengaruhi dan memikat khalayak. Iklan memiliki fungsi sebagai pemberi informasi, membujuk, mengingatkan dan memberikan nilai tambah.

Iklan sebagai pemberi informasi mengenai suatu produk yang baru dan apabila produk mengalami perubahan terhadap harga dapat juga di informasikan melalui iklan. Iklan diharapkan dapat menjembatani atau menjadi penghubung antara suatu perusahaan yang ingin memasarkan produknya kepada khalayak. Iklan bertujuan memikat dan menanamkan keyakinan tentang suatu produk terhadap

¹ Anggoro Santoso, *Petunjuk Penting Untuk Anak Advertising*, Bogor : Halaman Moeka Publishing, 2020, hal. 17.

² Panuju Redi, *Komunikasi*, Jakarta : Pemasaran Prena Media Group, 2019, hal 135.

konsumen. Iklan dapat berhasil jika penjualan suatu produk mengalami peningkatan penjualan yang signifikan.

Pocari sweet merupakan minuman isotonik yang populer di Jepang. Pocari sweat mulai dipasarkan di Indonesia sejak tahun 1989. Produk pocari sweet pada saat itu langsung dikirim dari Korea Selatan dikarenakan pabriknya saat itu belum ada di Indonesia. Produk pocari sweat sendiri sangat digemari oleh anak muda dan orang dewasa. Terlebih lagi mereka yang sering dan memang suka melakukan aktivitas olahraga³.



Gambar 1.1 logo pocari

Pocari sweat merupakan produk minuman isotonik, dalam pocari sweat terkandung, natrium, klorida dan magnesium. Minuman ini ditargetkan masyarakat umum yang suka ber-olahraga dan peduli akan kesehatan dan target intinya ialah usia 18-35 tahun yaitu remaja dan orang dewasa.

³ Pocari Sweat, <https://www.pocarisweat.id/> diakses pada tanggal, 27 September 2022.

Berdasarkan kajian iklan yang telah penulis teliti, diperoleh tanda yang terdapat pada suatu objek dan terkandung pada iklan yang menyajikan tayangan seorang anak muda yang berperan menggunakan pakaian SMA dipadukan dengan gerakan-gerakan olahraga. Dalam iklan tersebut disampaikan narasi berupa motivasi dalam menggapai tekad meraih mimpi atau cita-cita.

Pocari sweat menggunakan strategi pemasaran dengan cara mengajak para artis dan influencer untuk bergabung menjadi *brand ambassador* pocari sweat. Melanie Putra dan Daniel Mananta terpilih menjadi *brand ambassador* pocari sweat, pocari sweat juga sering hadir dan melakukan dukungan terhadap berbagai *event*, salah satunya seperti futsal, badminton, dan marathon atau *running event*. Kemudian pocari sweat menggelar *event* “Pocari Sweat Run Indonesia”, *running event* ini merupakan *event* yang diadakan pocari sweat dengan tujuan mengingatkan masyarakat akan gaya hidup aktif serta pentingnya berolahraga⁴.

Pada iklan pocari sweat versi raih mimpimu di media sosial youtube melalui berbagai kegiatan seperti ajang seleksi bakat bintang SMA. Dengan mengusung tema *sweat for dream* bintang SMA merupakan ajang pencarian bakat yang dilakukan secara *online* untuk anak SMA dan generasi muda lainnya. Ajang ini bertujuan sebagai wadah terhadap generasi muda dalam menyalurkan energi dan kreativitas mereka. Dengan mengusung konsep *digital to end*, ajang seleksi dilakukan secara *online* sehingga diharapkan siapapun,

⁴Amanda Amalia, <https://investor.id/lifestyle/289628/pocari-sweat-run-indonesia-2022> diakses pada 01 Juli 2022.

dimanapun, dan bakat apapun dapat mengikuti ajang seleksi yang dilakukan pocari sweat.

Ajang seleksi bakat bintang SMA dibantu oleh beberapa juri dan *influencer* ternama seperti, Najwa Shihab, Reza Rahadian, dan Isyana Sarasvati. Dalam ajang seleksi bakat yang dilakukan, sebagai wadah generasi muda untuk menyalurkan kreativitas diikuti oleh 32 provinsi di Indonesia yang melatar belakangi agar terus berinovasi⁵.

Iklan pocari sweat versi raih mimpi mu pada media sosial youtube, dalam iklan tersebut menyampaikan tekad semangat anak muda dalam meraih mimpi dan bagaimana seorang *talent* bernama Azriel mengenakan seragam sekolah sedang menampilkan bakatnya yaitu wushu yang berada di dalam video tersebut mencoba memberikan tekad motivasi dalam meraih mimpi.

Bintang SMA merupakan suatu *event* yang diselenggarakan oleh Pocari untuk mewadahi para generasi muda dan pelajar untuk menyalur bakat mereka. Dalam iklan series bintang SMA pertama kali di rilis pada tahun 2019 dengan konsep *anime*, kemudian pada tahun 2020 Pocari kembali mengeluarkan iklan Bintang SMA dengan konsep yang sama yaitu *anime*. Kemudian pada tahun 2021 Pocari kembali mengeluarkan iklan *series* Bintang SMA tetapi tidak dengan konsep anime, melainkan dengan konsep yang berbeda yaitu menggunakan konsep *XR Production*.

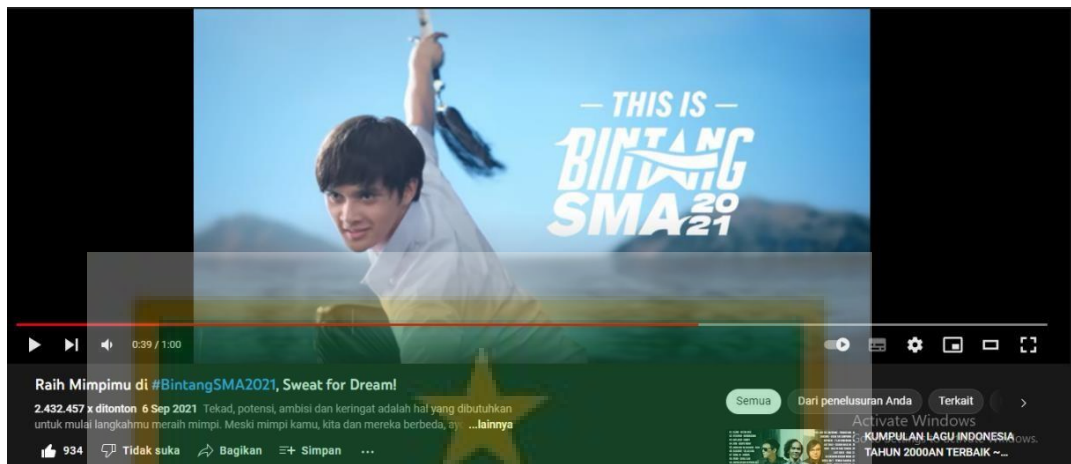
⁵Amanda Amalia, <https://investor.id/lifestyle/262203/pocari-sweat-bintang-sma-2021-wadah-untuk-menyalurkan-bakat-generasi-muda> diakses pada 01 September 2022.

Kemudian dalam kurun waktu 2021 – 2023 Pocari mengeluarkan beberapa iklan, antara lain iklan Pocari versi Greysia Polii, iklan Pocari versi RUN, iklan Pocari versi Puasa 2022, iklan Pocari versi AFF Mitsubshi cup yang bertemakan sepakbola dan yang terakhir yaitu iklan pocari versi Puasa 2023.

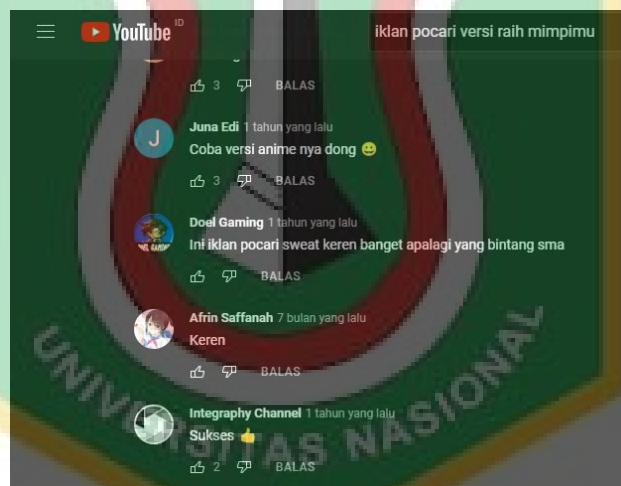
Dalam video tersebut Azriel berperan menggunakan tiga senjata berbeda dan masing-masing senjata mempunyai elemen masing-masing. Adapun makna dari empat gerakan yang ditampilkan oleh Azriel menggambarkan empat elemen yang berbeda yang dibutuhkan seseorang untuk mencapai mimpinya.

Generasi muda selalu merasa gagal sebelum mencoba, dengan iklan yang di tampilkan pada iklan pocari sweat bertujuan memberikan motivasi kepada generasi muda agar percaya diri jika segala sesuatu hal yang dilakukan melalui latihan, kerja keras, dan keringat pasti akan berhasil.

Konsep dalam iklan pocari sweat versi raih mimpimu ini yaitu *XR Virtual Production*. *XR* atau (*Extended Reality*) merupakan suatu gabungan teknologi yang terdiri dari *virtual reality* (VR), *augmented reality* (AR), dan *mixed reality* (MR). Sederhananya *XR* merupakan sebuah teknologi yang menggunakan kombinasi antara dunia virtual dengan dunia nyata.



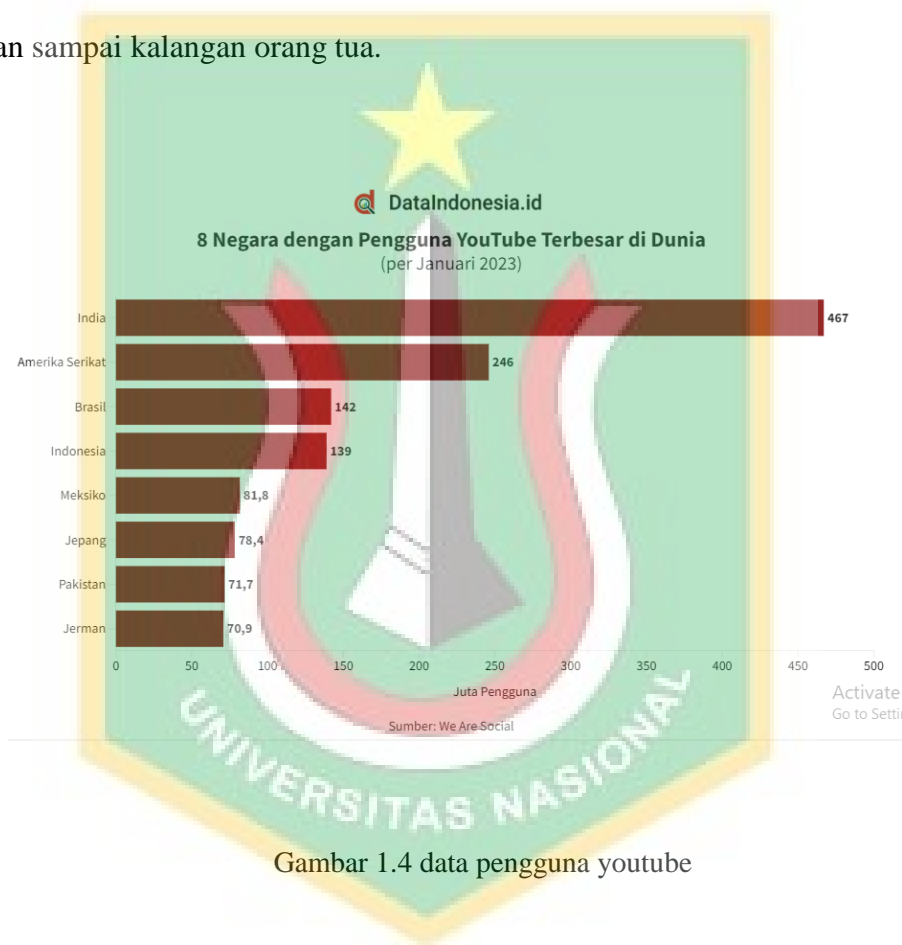
Gambar 1.2 total view video



Gambar 1.3 reaksi komentar pada video

Dalam penayangan iklan pocari sweat versi raih mimpimu di media sosial youtube, mendapatkan sebesar 934 like dan telah ditonton sebanyak 2,4 juta penonton dalam kurun waktu 1 tahun saja. Dalam video tersebut terdapat berbagai komentar positif dari masyarakat.

Youtube merupakan sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. Sebagai salah satu *platform* media sosial, yang berfungsi untuk mencari informasi berupa video atau video secara langsung. Youtube ialah suatu situs media sosial, yang digemari oleh berbagai kalangan umur, kalangan anak muda dan bahkan sampai kalangan orang tua.



Gambar 1.4 data pengguna youtube

Youtube menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan paling sering banyak di akses, di lansir dalam data indonesia data terbaru januari 2023 menunjukkan jika pengguna youtube di Indonesia mencapai 139 juta pengguna.

Iklan bukan hanya sekedar menampilkan sesuatu yang menarik, tetapi juga dalam iklan perlu diperhatikan norma-norma atau etika yang berlaku didalam periklanan. Erika Pariwisata Indonesia (EPI) merupakan suatu wadah bagi pengusaha iklan atau pekerja iklan, EPI berdiri atas dasar kesadaran mengenai etika dalam periklanan. EPI berfungsi untuk menjalankan fungsi komunikasi sebagai media hiburan, pendidikan dan juga melestarikan nilai-nilai sosial⁶.

Dalam kaitannya dengan iklan yang akan diteliti, tidak ditemukan jika iklan pocari sweat versi raih mimpimu tidak melanggar kode etik periklanan, masyarakat pun menanggapi iklan pada youtube tersebut dengan komentar yang positif.

Sobur mendefinisikan semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda⁷. Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis untuk mengkaji atau memaknai suatu tanda. Tanda-tanda yang dimaksud ialah tanda yang terdapat pada suatu objek untuk diketahui makna apa yang terkandung pada objek tersebut. Dengan kata lain, pada tanda disuatu objek ini akan menghasilkan suatu makna.

Dalam kaitannya dengan iklan yang akan diteliti, iklan pocari sweat versi raih mimpimu memiliki beberapa tanda yang merepresentasikan raih mimpimu terhadap setiap objeknya. Pada iklan yang ditayangkan melalui media sosial youtube, peneliti akan melakukan analisis pada setiap menit video yang akan

⁶ Nurhablisyah “*Etika Periklanan Ada Dan Tiada*”, Jurnal Etika Periklanan, Vol. 02 No.04, 2010.

⁷ Sovia Wulandari “*Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce: Relasi Trikotonomi (Ikon, Indeks dan Simbol) Dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal*”, Jurnal Ilmu Humaniora, Tahun 2020, Vol 04, No 1, hal 30.

disaksikan dengan bertujuan merepresentasikan Raih Mimpimu yang terkandung didalam iklan pocari sweat.

Pada latar belakang diatas, peneliti bertujuan ingin mengetahui bagaimana Raih Mimpimu di representasikan dalam iklan Pocari Sweat dalam menstimuli generasi muda atau remaja di Indonesia agar bisa mewujudkan mimpi mereka. Pada iklan pocari sweat tersebut mengajarkan tekad semangat generasi muda dalam meraih mimpi dan bagaimana seorang *talent* berpakaian sekolah yang berada di dalam video tersebut mencoba memberikan tekad motivasi dalam meraih mimpi.

Generasi muda sering merasa tidak percaya diri dengan mimpi atau cita-citanya, hal ini didasari oleh rasa ketakutan dalam diri, merasa tidak mampu, atau tidak mau mencoba. Layaknya pada iklan pocari sweat versi raih mimpimu ini memberikan tekad motivasi dalam meraih mimpi dan cita-cita kepada generasi muda di indonesia.

Iklan yang dimaksud oleh penulis disini ialah iklan yang ditampilkan oleh perusahaan pocari sweat pada media sosial youtube. Pada iklan pocari sweat versi raih mimpimu ini merupakan lanjutan iklan dari seri bintang SMA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus masalah, maka rumusan masalah ini sebagai berikut : Bagaimana Raih Mimpimu direpresentasikan dalam iklan Pocari Sweat di Media Sosial *Youtube* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berkenaan dengan masalah di atas adalah untuk mengetahui Bagaimana Raih Mimpimu direpresentasikan dalam iklan Pocari Sweat di Media Sosial *Youtube*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan pemahaman mengenai tekad dan motivasi dalam meraih mimpi. Penelitian ini juga diharapkan nantinya dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan judul yang berbeda.

2. Secara praktis

Hasil pada penelitian ini, dapat dijadikan acuan dan pemahaman bagi mahasiswa, serta masyarakat dalam memahami iklan tentang produk di media sosial, khususnya iklan Pocari Sweat tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat agar penelitian tersusun secara sistematis dimana penelitian terbagi kedalam bab yang memiliki sub bab yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Adapun sistematika penelitian ini antara lain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Teoritis, Manfaat Praktis, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu, Representasi, Iklan, Media Sosial, Jenis Iklan, Fungsi Iklan, Unsur Iklan, Teori *New Media*, Semiotika Menurut Charles Sanders Peirce, Impian, Teknik Pengambilan Gambar dan Kerangka Pemikiran

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian, Objek Penelitian dan Unit Analisis, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan, Gambaran Iklan Pocari Sweat Versi Raih Mimpimu dan Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V PENUTUP

Kesimpulan

