

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan PT Unilever

PT Unilever Indonesia Tbk adalah sebuah perusahaan multi nasional dalam industri *fast moving consumer goods* (FMCG) yang berdiri pada tanggal 5 Desember 1993 dengan nama awal yaitu Zeerpfabrieken N.V. Lever. Dengan umur perusahaan yang hampir 91 tahun ini, PT Unilever ini sudah melahirkan lebih dari 30 brand ternama dan 700 lebih *stock keeping unit* atau SKU masuk kedalam pasar Indonesia. Perusahaan ini berfokus pada kategori *food* dan *home & personal care*. merek seperti Blue Band, Sariwangi, Pond's, Lux, Dove, dan tentunya Lifebouy merupakan sebagian kecil dari banyak merek besar yang dilahirkan dan dibesarkan oleh Unilever Indonesia (Unilever, 2024c)



Gambar 4. 1 Logo Unilever
(Sumber: www.unilever.com)

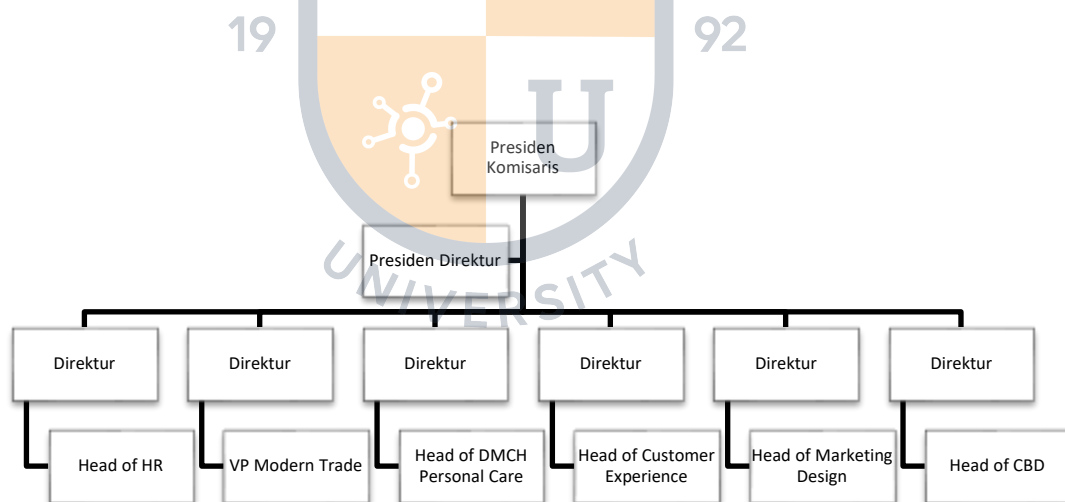
Unilever dibangun atas dasar tujuan yang mulia, tujuan mulia ini menjadi jantung dari setiap hal yang dilakukan oleh Unilever. Setelah lebih dari 90 tahun ini, tujuan mulia ini tidak pernah berubah, mereka ingin menjadikan kehidupan berkelanjutan sebagai hal yang lumrah untuk dimiliki. Unilever juga menginspirasi masyarakat untuk mengambil tindakan kecil dalam kehidupan sehari-hari agar dapat membuat perubahan dunia (Unilever, 2024c)

Pada tahun 2010, Unilever memiliki komitmen yang tercantum pada strategi Unilever *Sustainable Living Plan* (USLP), yaitu dengan memberikan

manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan juga bagi lingkungan. Dengan berlandaskan tujuan mulia (purpose-led) dan serta mampu bersaing di masa depan (future-fit), strategi ini dinamakan dengan The Unilever Compass. Dalam The Unilever Compass ini memiliki 3 fokus utama yaitu: 1) Membangun planet yang lebih lestari, 2) Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, dan 3) Berkontribusi pada masyarakat yang lebih adil dan inklusif (Unilever, 2024c).

4.1.2 Struktur Perusahaan Unilever

Pada struktur perusahaan pada PT Unilever meliputi organisasi dan rangkaian jabatan. Dengan adanya struktur pada suatu perusahaan ini, maka dari setiap bagian kewenangan, dapat terlaksanakan dengan baik dan perusahaan PT Unilever dapat terorganisir dengan baik. Dilansir pada website PT. Unilever kita dapat mengakses struktur perusahaan yang dimilikinya. Kita dapat mengakses ini dengan melihat dari laman Laporan Tahunan 2023 dan laman ini diperbaharui pada tanggal 1 Mei 2024 (Unilever, 2024b).



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Unilever Tahun 2023

(Sumber olahan peneliti: www.unilever.co.id)

4.1.3 Sejarah Lifebuoy

Pada tahun 1895 untuk meningkatkan taraf kesehatan masyarakat melalui sabun pembasmi kuman yang terjangkau bagi seluruh masyarakat, maka William Lever meluncurkan Lifebuoy untuk pertama kalinya di Inggris. Dengan hadirnya sabun disinfektan dengan harga yang terjangkau ini, dengan latar belakang yang memperbaiki kondisi kesehatan penduduk Inggris di era tersebut. Sejak saat itu, Lifebuoy percaya bahwa kebiasaan cuci tangan pakai sabun adalah cara yang sederhana yang dapat menyelamatkan nyawa jutaan manusia (Lifebuoy, 2024b).



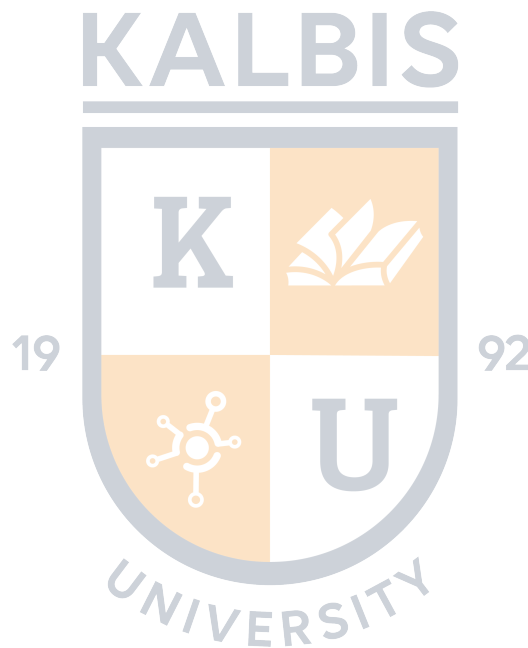
Gambar 4. 3 Logo Lifebuoy

(Sumber: google)

Lifebuoy mulai memasarkan produknya ke wilayah Asia Tenggara pada tahun 1948 melalui Indonesia, Indonesia menjadi pilihan karena dengan Negara yang memiliki sebagian besar penduduknya yang hidup miskin dan memiliki kondisi kesehatan yang buruk saat itu. Dan pada visi Lifebuoy Indonesia adalah untuk membantu pemenuhan kebutuhan kesehatan 230 juta penduduk Indonesia agar hidup lebih sehat. Dan untuk mewujudkan visinya tersebut, misi dari Lifebuoy Indonesia yaitu:

- Menjadi pejuang yang tidak akan kenal lelah dalam menjalankan kampanye kebersihan dan kesehatan melalui produk-produk yang unggul.
- Memberikan langkah nyata terhadap kegiatan-kegiatan kesehatan yang pada akhirnya dapat menciptakan komunitas yang lebih sehat (Unilever, 2024a).

Lifebuoy memiliki beberapa misi yang berfokus untuk mengedukasi akan kesehatan kepada para masyarakat. Pada website Lifebuoy kita bisa mengakses misi dari Lifebuoy ini, dan Lifebuoy ini memiliki beberapa misi yang sudah dijalankan seperti “*Help A Child Reach 5*” misi ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat untuk mencuci tangan lima waktu dalam sehari. Ada pula misi yang serupa dengan berfokus untuk mengedukasi untuk mencuci tangan yaitu misi “H for Handwashing”. Pada tahun 2018 Lifebuoy dalam memperingati Global Handwashing Day atau GHD mengajak masyarakat Indonesia untuk mengedepankan kebiasaan Cuci Tangan Pakai Sabun atau CTPS (Lifebuoy, 2024a).



4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 1

Table 4. 1 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 1

SIGN	
	
Gambar 4. 4 Seorang wanita dewasa yang terlihat sedang menyisiri rambut dan memberikan nasihat kepada anak perempuan tersebut untuk selalu kuat. (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 0:00 - 0:06	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.4 terlihat ada seorang anak perempuan dan seorang wanita dewasa yang sedang bercermin, seorang wanita dewasa itu sedang menyisir rambut anak perempuan itu. Terlihat rambut dari anak perempuan itu, berambut panjang halus, dan pada terlihat wanita dewasa terlihat memakai kerudung. Pada scene ini	Pada gambar 4.4 ini terlihat seorang Ibu yang sedang menyisiri anak perempuannya, hal ini selain untuk menjaga dan merapikan rambut, namun hal ini juga dapat menciptakan ikatan emosional yang dalam antara ibu dan anak. Rambut juga sering sekali dianggap sebagai mahkota bagi seseorang, maka dengan menyisir anak

seorang wanita dewasa tersebut ini juga dapat diartikan sebagai upaya sedang menasihati dan mengingatkan sebagai rasa melindungi, memberikan kepada anak perempuan itu untuk perhatian dan merawat mereka. Dengan selalu kuat. menyisiri sang anak ini, sang ibu

memberi komunikasi secara nonverbal.

Sang anak perempuan terlihat Komunikasi nonverbal ini bisa menggunakan pakaian berwarna dilakukan dengan memberikan merah, dan wanita dewasa tersebut sentuhan penuh kasih sayang kepada terlihat mengenakan pakaian berwarna anak, seperti senyuman, pelukan, putih dengan kerudung berwarna belaian, kecupan, tepukan, dan merah muda. sebagainya (Reni et al., 2021). Pada

gambar 4.4 kita melihat bahwa rambut

Pada *shot* gambar 4.4 ini, kita dari anak perempuan ini memiliki disajikan dengan pengambilan gambar rambut yang panjang dan halus, hal ini *closeup-shot* pada rambut anak melambangkan bahwa anak perempuan perempuan, dan *long shot* dari ini memiliki sifat yang lebih tenang, belakang kedua tokoh. Dari *long shot* kurang ekspresif kepada seseorang ini kita diberikan informasi akan latar yang tidak tepat, dan seseorang yang tempat dan bagaimana suasana dalam cenderung berhati-hati dalam *scene* ini. Terlihat terdapat cahaya melakukan suatu hal (Simanjuntak, yang masuk dari jendela yang terlihat 2019). Pada gambar 4.4 kita melihat suasana pada *scene* ini terjadi diwaktu bahwa sang ibu memakai kerudung atau siang hari, dan kita juga melihat jilbab, jilbab ini merupakan biasanya suasana kamar didominasi dengan digunakan atau dikenakan untuk para variasi warna merah muda. Dari wanita dalam agama islam untuk pajangan yang ada di dinding, sprei menutupi tubu seseorang. Dengan yang digunakan, hingga korden yang menggunakan kerudung ini, tidak hanya digunakan pada kamar tersebut. sekedar menutupi kulit saja, namun juga lekuk dan bentuk tubuh (Nikhmatullah et al., 2024). Maka dengan ini sosok ibu pada *scene* ini

digambarkan menjalin ikatan yang emosional dengan anak perempuannya, hal ini tunjukkan dengan adanya komunikasi nonverbal yang diterapkan sang ibu, dari bagaimana dia menyisiri rambut sang anak yang panjang, hal ini dapat diartikan bahwa sang ibu merawat mahkota dari anak perempuannya. Dengan sifat yang kita ketahui dari tipe rambut sang anak yaitu, memiliki sifat tenang, kurang ekspresif kepada orang yang tidak tepat, dan berhati-hati. Sang ibu meyakinkan, atau membuat sang anak lebih ekspresif dan lebih nyaman dengan adanya komunikasi nonverbal tersebut.

Pada gambar 4.4 juga terlihat bahwasannya Ibu tersebut sedang menasihati dan mengingatkan anak perempuan tersebut untuk selalu kuat, hal ini merupakan peran yang penting bagi orang tua dalam mendidik sang anak. Hal ini juga tidak hanya untuk memberi tahu pengetahuan dan pengalaman mereka, namun hal ini merupakan bentuk kasih sayang dan perhatian dari yang mereka berikan. Terdapat beberapa poin makna dari

orang tua yang menasihati anaknya, yaitu: 1) Untuk melakukan pemindahan pengetahuan dan nilai. 2) Agar terbentuknya identitas sang anak. 3) Untuk perlindungan dan pembinaan terhadap sang anak (Selin, 2014, pp. 231–232).

Pada gambar 4.4 terlihat sang anak perempuan yang mengenakan pakaian berwarna merah. Warna merah menurut psikologi warna ini dapat diartikan sebagai emosi yang kuat, energi keberanian, perjuangan, gairah dan kemauan keras (Hendratman, 2023, pp. 37–39).

Pada gambar 4.4 terlihat Ibu tersebut mengenakan pakaian berwarna putih, warna putih ini menurut psikologi warna dapat diartikan sebagai suci, bersih, tepat, tidak bersalah dan sederhana (Hendratman, 2023, p. 58).

Dan Ibu tersebut menggunakan penutup kepala atau kerudung berwarna merah muda, yang dapat diartikan sebagai kasih sayang, pengasuhan, lembut, cinta dan asmara (Hendratman, 2023, pp. 51–52).

Pada gambar 4.4 terlihat menggunakan

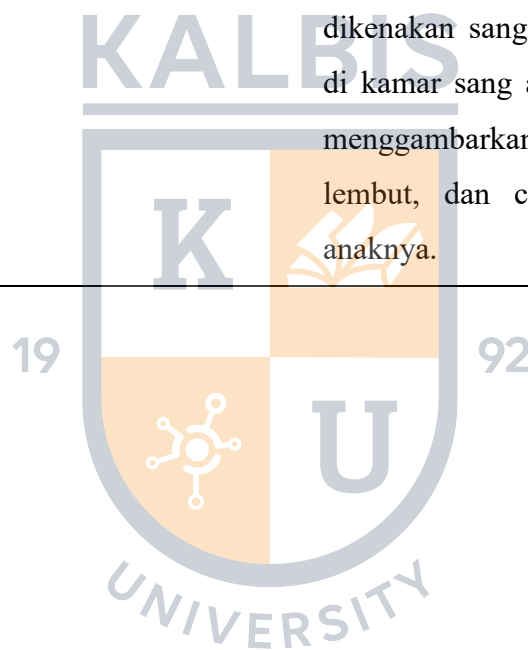
teknik *closeup shot* ini maka kita dapat mengetahui secara lebih detail lagi dari objek yang kita tangkap (Suhara, 2024, pp. 33–35), dan kita juga melihat pada *scene* ini menggunakan teknik *long shot*, teknik *long shot* ini biasa digunakan untuk mengambil *establish shot*, yang dimana biasa digunakan sebagai *shot* pembuka (Pratista, 2020, p. 147). Dengan pengambilan *longshot* ini maka kita mengetahui bagaimana suasana yang terjadi pada *scene* tersebut, kita melihat terlihat pencahayaan yang masuk kedalam kamar terlihat sangat terang dari jendela, dan ini menggunakan teknik *hard light*. *Hard light* ini sering disebut juga *high key* dan ini masuk pada teknik *high key* dan *low key*. *High key* memiliki karakteristik pencahayaan yang cerah dan sedikit kontras, dan sering digunakan pada film komedi dan romantis, dan memberi kesan yang suatu hal yang terang-terangan atau tidak ada misteri dalam sebuah cerita (Box, 2020, p. 47).

Pada gambar 4.4 ini juga terlihat suasana pada kamar, terlihat beberapa dekorasi atau *furniture* yang digunakan pada set didominasi berwarna merah

muda, dengan pemilihan warna ini maka dapat diartikan warna merah muda ini kasih sayang, pengasuhan, lembut, cinta dan asmara (Hendratman, 2023, pp. 51–52).

Kesimpulan pada gambar 4.4 ini adalah sosok ibu digambarkan dalam menunjukkan rasa kasih sayang kepada anaknya secara nonverbal dan secara verbal. Nonverbal ini seperti belaian, sentuhan dan pada gambar ini menyisiri. Dengan menyisiri ini hal ini akan menciptakan ikatan emosional yang dalam antar anak dan ibu. Dengan melihat karakteristik anak perempuan yang kurang ekspresif dengan orang yang tidak tepat, maka dengan sang ibu menciptakan ikatan tersebut, sang anak akan merasa lebih nyaman, dan merasa lebih dekat kepada sang ibu. Dalam gambar ini sang ibu juga menunjukkan rasa kasih sayangnya secara verbal. Dengan menasihati dan mengingatkan anak perempuannya ini untuk selalu kuat. Dengan memberikan nasihat dan mengingatkan anaknya, ini salah satu cara orangtua untuk mendidik sang buah hati dengan cara memberi tahu akan pengetahuan dan pengalaman yang sudah dirasakan oleh sang ibu

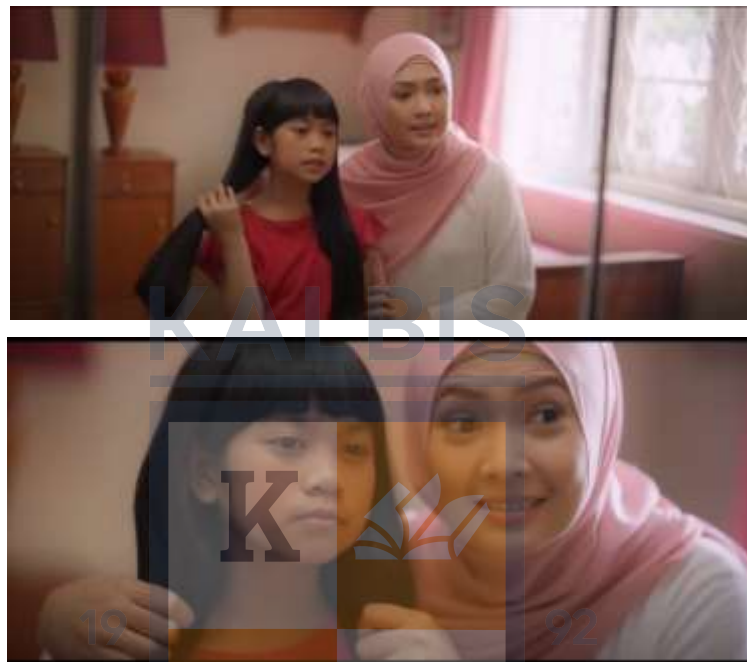
kepada anaknya. Pada scene ini hubungan ibu dan anak digambarkan sebagai perasaan keterikatan dan keakraban, karena tidak terbatas pada jarak georgafis antara ibu dan anak (Nurmala, 2005). Pada scene ini juga, kita disuguhkan dengan banyaknya pemakaian hal-hal yang berwarna merah muda, seperti kerudung yang dikenakan sang ibu, furnitur yang ada di kamar sang anak, dan hal ini untuk menggambarkan rasa kasih sayang, rasa lembut, dan cinta sang ibu kepada anaknya.



4.2.2 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 2

Table 4. 2 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 2

SIGN



Gambar 4. 5 Seorang wanita dewasa yang sedang mengingatkan anak perempuan untuk selalu kuat sambil memegang rambut sang anak

(Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy)

Durasi 0:08 - 0:17

Objek	Interpretant
Pada gambar 4.5 ini terlihat seorang wanita dewasa memegang rambut sang anak perempuan dan menasihatinya. Saat mengatakan kata kuat, terlihat tangan wanita tersebut memegang rambut sang anak, perempuan menarik seolah rambut anak perempuannya ini kuat, namun anak perempuan ini terlihat bingung atas nasihat wanita dewasa	Pada gambar 4.5 terlihat sang ibu tersebut yang memegang dan menarik rambut rambut anak perempuan sambil mengatakan kuat, dan secara tidak langsung bahwa iklan ini mengatakan juga bahwa rambut dari anak perempuan itu memiliki rambut yang sehat dan kuat. Pada gambar 4.5 kita dapat melihat bahwa rambut anak perempuan tersebut memiliki rambut

ini, dan bertanya arti dari kata kuat itu apa.

Pada gambar 4.5 terdapat dialog antara wanita dewasa dan anak perempuan itu:

“Nak, semakin kau dewasa, semakin banyak rintangan.”

“Jadi, kamu harus selalu kuat!”

Dan di akhir *scene*, kita diperlihatkan bahwa anak perempuan itu tidak mengerti apa yang dibicarakan oleh wanita dewasa tersebut. dan terlihat atas jawaban dari anak perempuan itu:

“Tapi, kuat itu apasih?”

Terlihat juga pada gambar 4.5 ini, anak perempuan itu menggunakan

baju yang sama yaitu berwarna merah, dan wanita dewasa memakai baju berwarna putih, dengan kerudung yang berwarna merah muda.

Pada gambar 4.5 ini juga terlihat menggunakan teknik pengambilan gambar medium close up *shot* dengan eye-level *angle*, untuk mengambil ekspresi wajah kedua tokoh di iklan ini dengan baik.

Pada gambar 4.5 juga terdengar suara

yang lurus, mudah diatur, tidak tampak kusam. Dan dengan menarik rambut dan rambut tidak rontok maka, rambut tersebut sehat dan kuat (Lestari, 2022)

Pada gambar 4.5 terlihat bahwa anak perempuan itu mengerutkan dahinya, setelah sang ibu tersebut mengingatkan untuk harus selalu kuat. Dengan ekspresi yang mengerutkan dahinya ini dapat diartikan sebagai ekspresi wajah yang menunjukkan kebingungan. Secara sosial, mengerutkan dahi ini juga dapat menjadi tanda atas ketidaksepakatan atau ketidakmengertian terhadap apa yang sedang dibicarakan (Matsumoto & Hwang, 2013).

Pada gambar 4.5 kedua tokoh ini memakai pakaian yang sama, anak perempuan ini memiliki pakaian yang berwarna merah, yang memiliki artian emosi yang kuat, energy keberanian, perjuangan dan kemauan keras, hal ini diartikan menurut psikologi warna (Hendratman, 2023, pp. 37–39) Dan sosok ibu pada gambar ini, juga memakai pakaian yang sama, kombinasi warna merah muda dan warna putih, warna merah ini memiliki

denting piano yang dimainkan dengan irama yang pelan.

artian menurut psikologi warna sebagai warna yang sebagai merepresentasikan kasih sayang, pengasuhan, cinta, dan lembut. Warna merah muda juga secara psikologis dapat mengurangi perasaan marah, agresif dan penelataraan (Hendratman, 2023, pp. 51–52). Pada gambar 4.5 juga terlihat sang ibu tersebut menggunakan pakaian berwarna putih, dan secara psikologi warna, warna putih ini dapat diartikan positif sebagai suci, bersih, tepat, tidak bersalah dan sederhana, sedangkan menurut arti negatifnya ini yaitu tidak tegas, kosong, tanpa ekspresi, kurang usaha, dan santai (Hendratman, 2023, p. 58).

Pada gambar 4.5 teknik dalam pengambilan gambar pada gambar ini adalah menggunakan teknik medium closeup, teknik ini bertugaskan untuk menegaskan “profil” seseorang sehingga penonton merasa puas (Suhara, 2024, p. 35). Dan pada gambar ini juga memakai teknik dengan *angle* kamera *eye-level*. Dengan *angle* pengambilan gambar seperti ini adalah sudut pengambilan gambar yang sejajar dengan objek. Teknik ini juga tidak memberikan kesan yang dramatis

karena visualisasi yang terkesan biasa saja (Suhara, 2024, p. 33). Namun pengambilan gambar dengan *angle* seperti ini hal ini menggambarkan kesetaraan antara sang anak dan sang ibu, dengan pengambilan gambar ini, maka kita melihat bahwa sang ibu sejajar dengan anak perempuannya dan ini memiliki makna ini merupakan cara sang ibu dalam melakukan pendekatan kasih sayang antara anak, saling menghormati, menghargai. Maka dengan ini sang anak akan merasa nyaman. Dengan rasa nyaman ini, maka sang anak akan memiliki emosi yang stabil dan membentuk karakter anak yang baik (Andhika, 2021).

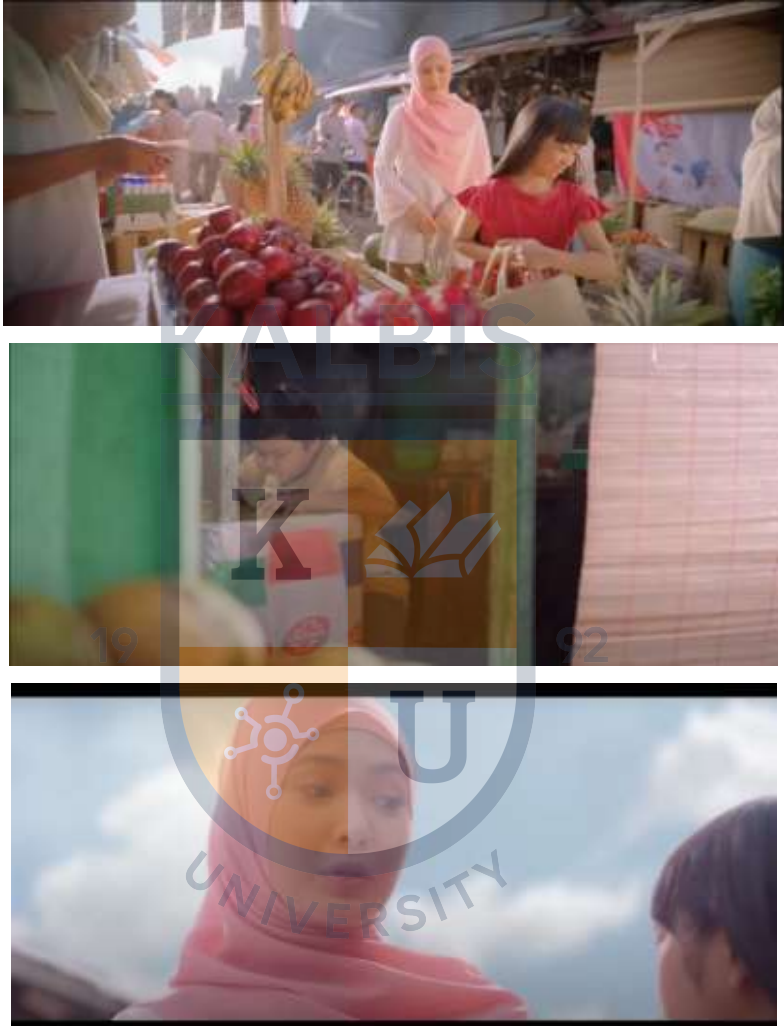
Pada gambar 4.5 terdengar suara denting piano dengan irama yang pelan mengisi latar suasana, dengan adanya peran musik ini, maka hal ini menambah pengalaman penonton, mengkomunikasikan emosi, mendukung narasi. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara pandang penonton, dengan musik yang sedih dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Kesimpulan pada gambar 4.5 dalam

Iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci, hubungan ibu dan anak dalam iklan ini digambarkan sebagai ibu yang baik hati, lemah lembut, ini bisa kita dengar dari intonasi ketika sang ibu menasihati anak perempuannya. Dan sang ibu menggunakan komunikasi secara verbal dan nonverbal dalam memberi rasa kasih sayangnya kepada anaknya ini. Secara verbal sang ibu menasihati, mengingatkan dan mendidik anaknya untuk selalu kuat kedepannya. Pada scene ini hubungan ibu dan anak digambarkan sebagai perasaan keterikatan dan keakraban, karena tidak terbatas pada jarak geografis antara ibu dan anak (Nurmala, 2005). Pada gambar ini juga kita mengetahui, dengan pengambilan gambar menggunakan teknik *eye level* ini kita dapat melihat sebuah kesamarataan antara sang anak dan ibu dengan hal ini memiliki makna yang saling menghargai, saling menghormati, maka dengan ini sang anak akan merasa nyaman dengan sang ibu.

4.2.3 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 3

Table 4. 3 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 3

SIGN	
	

Gambar 4. 6 Seorang wanita dewasa yang sedang mengawasi anak perempuan di suatu pasar

(Sumber: Youtube Lifebuoy ID)

Durasi 0:42 - 0:46

Objek	Interpretant
Pada gambar 4.6 terlihat ada Seorang Anak perempuan yang sedang ada di suatu pasar yang hendak berbelanja dan melihat seorang anak laki-laki yang sedang memakan hidangan mie,	Pada gambar 4.6 terlihat ada seorang Ibu yang sedang mengingatkan anaknya untuk selalu kuat, hanya dengan menggunakan kalimat “kuat, kuat” dan sang anak perempuan ini, melihat

dan karena sang anak perempuan ini sedang melaksanakan ibadah puasa, setelah melihat anak laki-laki yang sedang makan mie itu, anak perempuan ini merasa tergoda untuk membatalkan puasanya, lalu wanita dewasa ini mengingatkan kepada anak perempuan ini, bahwa dia harus kuat dalam menahan godaan tersebut. kearah sang ibu, dan tersenyum dan mengikuti perintah sang ibu untuk kuat menahan rasa laparnya itu. Dengan sang ibu mencontohkan perilaku yang baik, maka Ibu sejatinya merupakan teladan bagi anak-anaknya tumbuh sebagai pribadi yang baik, maka dari itu seorang ibu harus mempunyai perilaku yang baik supaya dapat dicontohkan kepada anak-anaknya (Muslih, 2021).

Pada gambar 4.6 juga terdapat dialog dari wanita dewasa ini yang mengingatkan anak perempuan seperti:

“Kuat! Kuat!”

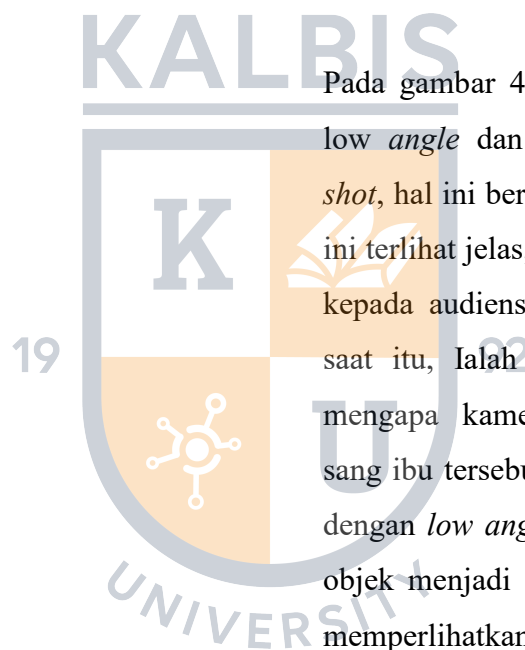
Sang anak perempuan ini juga terlihat mengenakan pakaian berwarna merah, wanita dewasa terlihat memakai pakaian berwarna putih dan terlihat memakai kerudung berwarna merah muda.

Scene ini berlatar di sebuah pasar tradisional, dan kondisi latar yang terlihat panas yang menyengat, dengan backsound suara latar pasar yang ramai dan suara lantunan piano yang pelan.

Pada gambar 4.6 ini menggunakan

Pada gambar 4.6 kedua tokoh ini memakai pakaian yang sama, anak perempuan ini memiliki pakaian yang berwarna merah, yang memiliki artian emosi yang kuat, energy keberanian, perjuangan dan kemauan keras, hal ini diartikan menurut psikologi warna (Hendratman, 2023, pp. 37–38). Dan sosok sang ibu pada gambar ini, juga memakai pakaian yang sama, kombinasi warna merah muda dan warna putih, warna merah ini memiliki artian menurut psikologi warna sebagai warna yang sebagai merepresentasikan kasih sayang, pengasuhan, cinta, dan lembut. Warna merah muda juga secara psikologis dapat mengurangi perasaan marah, agresif dan penelataraan (Hendratman, 2023, pp. 51–52). Pada gambar 4.6 juga terlihat sang ibu

pengambilan gambar menggunakan tersebut menggunakan pakaian teknik *medium shot* dengan *low angle*, berwarna putih, dan secara psikologi dengan pengambilan seperti maka, warna, warna putih ini dapat diartikan kedua tokoh terlihat dan masuk positif sebagai suci, bersih, tepat, tidak kedalam frame, jika pengambilan bersalah dan sederhana, sedangkan gambar menggunakan *eye level*, menurut arti negatifnya ini yaitu tidak mungkin salah satu akan tidak terlihat tegas, kosong, tanpa ekspresi, kurang dan ekspresi dari wanita dewasa tidak usaha, dan santai (Hendratman, 2023, p. terlihat. 58).



Pada gambar 4.6 menggunakan teknik *low angle* dan menggunakan *medium shot*, hal ini bertujuan agar kedua tokoh ini terlihat jelas, dan untuk memberi tau kepada audiens bahwa yang berbicara saat itu, ialah sang ibu tersebut, itu mengapa kamera menghadap kearah sang ibu tersebut. Pengambilan gambar dengan *low angle* juga membuat kesan objek menjadi lebih besar, dan hal ini memperlihatkan kesan yang dramatis yaitu keagungan (*prominence*) (Suhara, 2024, pp. 33–35). Dengan ini maka sosok ibu digambarkan seperti sosok yang diagungkan oleh anaknya atau sosok yang puja oleh anaknya.

Pada gambar 4.6 terdapat musik latar yang mengiringi *scene* ini, terdapat suara denting piano yang berirama pelan, dan suara latar suasana yang

mengisi dan memberitahu kepada audiens bahwa latar tempat sedang berada di pasar tradisional dan terdengar cukup ramai. Musik ini sangatlah berperan penting, walaupun terkadang kehadiran musik dalam film ini tidak sepopuler atau seni lainnya, banyak music untuk film telah disusun dengan pehaman bahwa itu tidak akan dihadiri secara sadar (Supiarza, 2022). Musik ini juga dapat memberikan isyarat deskriptif tertentu yang meningkatkan pemahaman kita tentang sesuatu narasi dalam sebuah film (Supiarza, 2022).

Kesimpulan dalam gambar 4.6 ini, dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” ini hubungan ibu dan anak dalam iklan ini digambarkan, ibu sebagai contoh telada bagi sang anak. Ibu harus memiliki perilaku yang baik agar dapat dicontohkan oleh anaknya. Dalam iklan ini, sang ibu hanya mengingatkan untuk tetap kuat, dan sang anak hanya meresponnya dengan senyuman dan tidak ada respon yang kesannya tidak sopan dan melawan kepada orangtuanya. Ini juga dapat terjadi karena didikan dari orang tua yang baik. Sang ibu juga digambarkan

sebagai sosok yang dipuja atau menjadi panutan oleh anaknya ini, hal ini digambarkan melalui pengambilan gambar dengan teknik *low angle*. Maka pada scene ini, hubungan ibu dan anak digambarkan sebagai kedekatan, yang dimana adanya perasaan keterikatan dan keakraban dalam hubungan tersebut, karena hal ini tidak terbatas pada jarak. Dengan adanya keakraban atau *intimacy* ini maka sang anak akan merasa mencontoh perbuatan sang ibu.



4.2.4 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 4

Table 4. 4 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 4

SIGN	
	
Gambar 4. 7 Seorang anak perempuan yang tergoda dengan es buataannya sendiri (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 0:49 - 0:59	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.7 terlihat seorang anak perempuan yang sedang mempersiapkan makanan untuk dibagikan kepada orang-orang yang sedang berpuasa. Namun saat selesai selesai dipersiapkan anak perempuan ini, merasa tergoda untuk menyantapnya. Dengan tangan yang mengusap kemulutnya, terdengar suara yang mengingatkan untuk harus tetap kuat, dan kamera pindah kearah wanita dewasa ternyata suara yang mengingatkan anak perempuan itu	Pada gambar 4.7 kita melihat anak perempuan yang sedang mempersiapkan makanan untuk dibagikan kepada orang-orang. Hal ini dilakukan oleh anak perempuan tersebut, karena hal ini sudah menjadi kegiatan yang biasa dilakukan oleh ibu dari anak perempuan tersebut. Ini merupakan dampak yang positif bagi anak-anak, hal ini dapat menanamkan nilai-nilai rasa kepedulian dan nilai empati kepada mereka. Hal ini dapat terjadi karena adanya peran orang tua

adalah suara dari wanita dewasa yang mengajarkan nilai moral kepada tersebut. Kemudian anak perempuan anaknya, baik secara sikap atau itu melihat kearah wanita dewasa dan perbuatan atau perkataan. Namun hal tersenyum. ini harus di kontrol dan dilakukan secara efektif oleh orang tua agar

Pada gambar 4.7 juga terdapat dialog anaknya mendapatkan nilai moral yang baik. Dengan kehadiran orang tua yang dari wanita dewasa yang baik. Dengan kehadiran orang tua yang mengingatkan sang anak seperti: mengontrol, hal ini dapat membantu

“Kuat! Kuat!”

Scene ini terlihat berlatar di ruang Melakukan ini secara efektif juga dapat makan dengan terlihat ada beberapa memberikan dampak yang positif objek yang terlihat berwarna merah. terhadap perilaku sosial dalam Terlihat juga pada *scene* ini, anak menyikapi stressor perkembangan. perempuan ini masih memakai Pendidikan moral kepada anak dapat pakaian yang sama yaitu berwarna berhasil dengan metode atau pola merah, dan terlihat juga wanita dewasa komunikasi yang tepat pada remaja yang memakai pakaian berwarna putih (Darmawan & Setyaningrum, 2021). dengan kerudung berwarna merah muda.

Pada *scene* pengambilan gambar yang makanan yang ia buat, dengan diambil yaitu *medium shot* dan *angle* mengusap mulutnya. Hal ini dapat dengan *eye level* ditambah dengan terjadi karena refleks fisik, refleks ini lantunan piano dengan rima yang terjadi secara otomatis ketika kita pelan. merasa lapar, dan juga hal ini dapat

terjadi karena adanya kebiasaan dari budaya yang mempengaruhi lingkungan tempat tumbuh kembang. Dan tindakan seperti mengusap mulut ini merupakan tindakan yang refleks menandakan akan

lapar dan ini karna adanya hormon ghrelin atau hormon lapar yang meningkatkan nafsu makan (Dianingsih et al., 2022).

Pada gambar 4.7 ini kita melihat bahwa anak perempuan tersebut, diingatkan oleh orang tuanya, untuk harus tetap kuat, dan respon dari anak perempuan itu hanya lah tersenyum. Hal ini bisa terjadi karena, adanya hubungan emosial yang terjadi pada anak-anak yang merasa dekat dengan orang tuanya secara emosional, maka dari itu respon yang diberikan oleh sang anak tersenyum jika berinteraksi dengan mereka. Maka dengan pola komunikasi yang baik ini, kita dapat melihat bagaimana respon anak ketika sedang berinteraksi kepada orang tua nya (Ratumakin¹ et al., 2023).

Pada gambar 4.7 kedua tokoh ini memakai pakaian yang sama, anak perempuan ini memiliki pakaian yang berwarna merah, yang memiliki artian emosi yang kuat, energy keberanian, perjuangan dan kemauan keras, hal ini diartikan menurut psikologi warna (Hendratman, 2023, pp. 37–39). Dan sosok ibu pada gambar ini, juga

memakai pakaian yang sama, kombinasi warna merah muda dan warna putih, warna merah ini memiliki artian menurut psikologi warna sebagai warna yang sebagai merepresentasikan kasih sayang, pengasuhan, cinta, dan lembut. Warna merah muda juga secara psikologis dapat mengurangi perasaan marah, agresif dan penelataran

(Hendratman, 2023, pp. 51–52). Pada gambar 4.7 juga terlihat sang ibu tersebut menggunakan pakaian berwarna putih, dan secara psikologi warna, warna putih ini dapat diartikan positif sebagai suci, bersih, tepat, tidak bersalah dan sederhana, sedangkan menurut arti negatifnya ini yaitu tidak tegas, kosong, tanpa ekspresi, kurang usaha, dan santai (Hendratman, 2023, p. 58).

Pada gambar 4.7 ini menggunakan teknik kamera dengan *medium shot*, dengan *eye level angle*. Dengan menggunakan *medium shot* kamera ini memperlihatkan tubuh manusia dari pinggang keatas. Gesture, ekspresi akan terlihat jelas dan subjek lebih dominan didalam *frame* (Pratista, 2020, p. 147). Sedangkan dengan penggunaan *eye level* ini, tidak memberikan visual yang

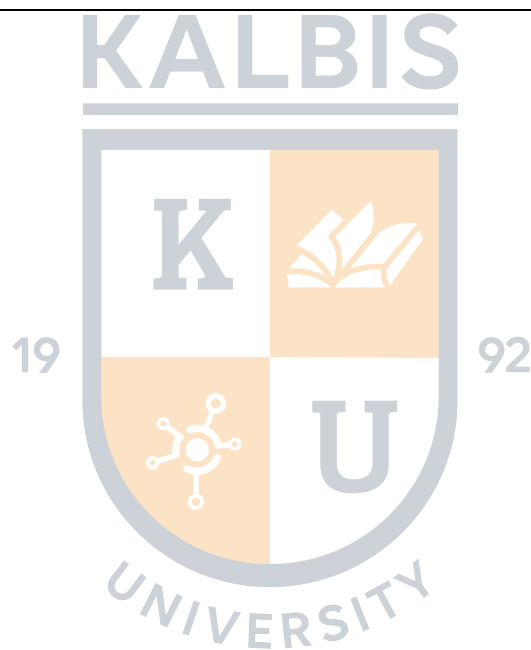
dramatis, hanya saja dengan pengambilan gambar ini, maka *angle* kamera akan sejajar dengan mata dari objek kita (Suhara, 2024, p. 33).

Pada gambar 4.7 kita melihat cahaya dari pantulan jendela yang sangat terang, dan hal ini menandakan latar waktu terjadi di siang hari pada *scene* ini. *Scene* ini menggunakan teknik pencahayaan *hard light* yang menyinari sang ibu, dan hal ini memiliki makna yang dimana keberadaan suatu tokoh yang dimana pada *scene* ini adalah sang ibu, memiliki pengaruh yang besar (Box, 2020, pp. 49–51)

Pada gambar 4.7 terdapat musik latar yang mengiringi *scene* ini, terdapat suara denting piano yang berirama pelan. Musik ini sangatlah berperan penting, walaupun terkadang kehadiran musik dalam film ini tidak sepopuler atau seni lainnya, banyak music untuk film telah disusun dengan pemahaman bahwa itu tidak akan dihadiri secara sadar (Supiarza, 2022). Musik ini juga dapat memberikan isyarat deskriptif tertentu yang meningkatkan pemahaman kita tentang sesuatu narasi dalam sebuah film (Supiarza, 2022).

Kesimpulan dalam gambar 4.7 ini, dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci”, penggambaran hubungan ibu dan anak ini digambarkan hubungan mereka memiliki ikatan emosional yang cukup kuat, dilihat ketika sang ibu mengingatkan sang anak untuk tetap kuat dan respon dari sang anak hanya tersenyum. Hal ini dapat terjadi karena pola komunikasi mereka yang baik. Pola komunikasi yang baik ini bisa dilakukan dengan seringnya berkomunikasi antar sesama, tidak boleh menggunakan emosi ketika menegur sang anak. Maka dengan cara ini, sang anak juga tidak akan meniru sikap yang buruk orangtuanya dan justru meniru sikap baiknya ketika merespon suatu teguran atau sekedar mengingatkan. Kita juga melihat didikan orangtua dalam mendidik dan menanamkan nilai moral kepada sang anak perempuannya, kita dapat melihat bahwa sang anak sedang mempersiapkan makanan untuk dibagikan untuk orang-orang sekitar, dan hal ini adalah hal yang biasa dilakukan secara rutin oleh ibunya. Hal ini dapat terjadi karena adanya hubungan dalam dimensi kedekatan,

yang dimana hal ini adanya *intimacy* yang ada pada hubungan ibu dan anak. Dan dengan teknik pencahayaan *hard light* yang menyorot ke ibu, maka hal ini memiliki dapat diartikan sebagai sang ibu memiliki peranan atau pengaruh yang lebih besar, itu lah mengapa sang anak merespon dengan baik teguran dari sang ibu.



4.2.5 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 5

Table 4. 5 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 5

SIGN	
	
Gambar 4. 8 Seorang wanita dewasa yang sedang bermain dengan anak perempuan, lalu memeluk anak perempuan tersebut (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 1:24 - 1:37	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.8 terlihat gambar pada <i>scene</i> ini, terlihat wanita dewasa sedang bercanda dan bermain dengan anak perempuan dengan memegang pipi dan menjulurkan lidah, lalu di akhir <i>scene</i> kitra diperlihatkan wanita dewasa memeluk sang anak, dan terlihat senyuman dari sang anak perempuan itu mulai memudar seperti teringat sesuatu yang sedih. Pada gambar 4.8 ini terlihat perubahan	Pada gambar 4.8 ini diperlihatkan bahwa anak perempuan sedang bercanda dengan sang ibu tersebut, dengan memegang pipi dan menjulurkan lidahnya. Gestur seperti memegang pipi dan menjulurkan lidah memiliki berbagai makna tergantung konteksnya. Gestur seperti ini biasanya diungkapkan oleh seseorang sebagai tanda keintiman, keakraban, kelembutan antara dua orang. Dan hal

ekspresi dari kedua tokoh diatas, ini juga dapat menjadi rasa antara wanita dewasa dan si anak pengungkapan kasih sayang. Namun perempuan. Pada gambar pertama gestur ini juga menjadi ekspresi yang terlihat, mereka berdua sama-sama tidak sopan dan kesannya mengejek. sedang bercanda dan saling tukar Namun hal yang tidak sopan atau tawa. Dan pada gambar kedua, kita menjijikan tersebut, akan mempunyai diperlihatkan wanita dewasa yang makna yang berbeda ketika kita sedang meluk sang anak melakukan hal tersebut kepada perempuannya, namun dilihat tatapan seseorang yang spesial, dan bahkan hal wanita dewasa yang terlihat kosong, tersebut akan mempunyai makna dan senyuman dari sang anak mulai sebagai suatu ungkapan rasa sayang memudar. (Enkman, 2005, pp. 180–185).

Pada gambar ini juga, kita Pada gambar 4.8 juga kita diperlihatkan diperlihatkan bahwa mereka perubahan ekspresi yang secara tiba-tiba mengenakan pakaian ibadah atau tiba dari anak perempuan tersebut. Pada mukena, yang memiliki warna yang gambar pertama kita diperlihatkan sama dari kedua tokoh ini yaitu merah mereka saling bertukar tawa, dan pada muda. gambar kedua senyuman dari anak

Pengambilan gambar yang digunakan dapat terjadi karena bagi beberapa pada gambar 4.8 menggunakan teknik orang ketika mereka merasakan atau pengambilan *medium shot* dengan eye mengingat kembali pengalaman dari level *angle*, untuk mendapatkan ingatan mereka yang penting, atau gambar dari ekspresi yang jelas antar sebuah perasaan emosi seseorang. wanita dewasa dan anak Maka dengan ini, seseorang bisa saja perempuan. Dan dalam teknik secara mendadak menjadi sangat pencahayaan dalam *scene* ini yaitu emosional (Enkman, 2005, pp. 39–42).

menggunakan *soft light* berwarna biru yang terlihat pada jendela dan hal ini Pada gambar 4.8 juga diperlihatkan menandakan latar waktu di malam bahwa anak perempuan tersebut yang

hari.

Dengan backsound lantunan piano yang terdengar samar-samar lalu seketika lantunan piano itu tiba-tiba terdengar kencang kemudian terdengar suara dari seorang pria dewasa dari luar *frame* yang memanggil dan mengajak sang anak perempuan itu untuk melakukan ibadah.

sedang dipeluk oleh ibunya, pelukan ini dapat diartikan sebagai suatu simbol

kasih sayang terhadap sang anak. Dengan pelukan ini, sang anak mendapatkan kehangatan dari orang tuanya dan dalam hal ini adalah ibu, maka dengan demikian sang anak akan cenderung merasakan aman. Pelukan ini juga masuk kedalam keadaan yang dinamakan sebagai *maternal warmth*.

Maternal warmth ini adalah suatu keadaan dimana sang anak mengetahui dan merasakan dicintai (Annisa, 2022).

Komunikasi yang baik terhadap orang tua dengan anaknya ini sangat lah penting untuk membantu tumbuh kembang sang anak, dengan memberikannya dukungan secara emosional dan kalimat positif. Hal ini dapat menyenangkan hati sang anak dan dapat juga meningkatkan kepercayaan diri sang anak. Selain komunikasi secara verbal, ibu juga bisa memberikan komunikasi nonverbal seperti pelukan sebagai bentuk dukungan kepada anaknya. Dengan adanya sentuhan ini, maka sang anak merasakan adanya rasa kepedulian, perhatian, cinta dan kenyamanan antar keluarga (Rakhmawati, 2021).

Pada gambar 4.8 ini terlihat kedua dari tokoh pada gambar ini, menggunakan pakaian yang sama, yaitu pakaian ibadah atau mukena, mukena ini digunakan berwarna merah muda. Menurut psikologi warna, warna merah muda ini dapat berarti sebagai kasih sayang, pengasuhan, lembut, cinta. Dan secara psikologis warna merah muda dapat menenangkan dan meyakinkan energi emosional kita (Hendratman, 2023, pp. 51–52).

Pada gambar 4.8 terlihat menggunakan teknik *medium shot* dengan *eye level angle*, dengan teknik ini akan terlihat jelas objek dan ekspresi dari kedua tokoh pada *scene* tersebut. Dengan menggunakan *medium shot* kamera ini memperlihatkan tubuh manusia dari pinggang keatas. Gestur, ekspresi akan terlihat jelas dan subjek lebih dominan didalam *frame* (Pratista, 2020, pp. 147–149). Dan dengan penggunaan *eye level* ini, tidak memberikan visual yang dramatis, hanya saja dengan pengambilan gambar ini, maka *angle* kamera akan sejajar dengan mata dari objek kita (Suhara, 2024, p. 33).

Pada gambar 4.8 terlihat pada scene ini

menggunakan teknik pencahayaan *soft light* atau *soft key* yang dimana terlihat pada jendela ruangan ini yang berwarna biru, hal ini menandakan latar waktu pada *scene* ini terjadi pada malam hari. Selain memberikan info mengenai latar waktu, hal ini juga biasanya dapat memberi kesan yang lebih dramatis dalam suatu cerita, dan memberi kesan yang dingin dalam suatu cerita (Box, 2020, pp. 66–67). Namun kita juga melihat pada *scene* ini menggunakan pencahayaan dari atas yang menyorot kedua tokoh yang dengan pencahayaan yang *warm* atau hangat, biasanya hal ini digunakan untuk memberikan kesan kehangatan dalam suatu cerita, dan pada cerita ini memberikan makna bahwa hubungan ibu dan anak ini memiliki kehangatan (Box, 2020, pp. 66–67).

Pada gambar 4.8 terdapat musik yang mengisi latar pada *scene* ini, terdengar suara denting piano yang dimainkan dengan rima pelan, dan terkesan dramatis. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat menambah pengalaman dan memperkuat cerita dari iklan ini. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara

pandang penonton, dengan musik yang sedih dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Kesimpulan pada gambar 4.8 ini, pada iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” ini menggambarkan hubungan ibu dan anak digambarkan dengan memiliki hubungan yang intim, hal ini didasari karena sang ibu dan anak tidak adanya perasaan canggung ataupun tidak nyaman ketika sedang bercanda. Dan ada gestur-gestur yang dikeluarkan sang ibu dan anak yang memiliki makna ejekan, namun sang ibu dan anak merasa nyaman dengan hal tersebut dan hal ini dapat dilakukan karena mereka memiliki hubungan yang akrab atau *intimacy*. Hal ini dapat dianggap biasa saja ataupun justru ini merupakan gestur ungkapan kasih sayang ketika gestur ini diunjukkan kepada orang yang kita sayangi. Dan dengan menggunakan teknik cahaya *warm* yang memberikan makna kehangatan dalam hubungan mereka.

4.2.6 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 6

Table 4. 6 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 6

SIGN	
	
Gambar 4. 9 Terlihat pria dewasa yang menghampiri anak perempuan yang sedang menangis dan memegang wajah anak perempuan tersebut (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy)	
Durasi 1:37 - 2:10	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.9 terlihat pria dewasa yang menghampiri sang anak perempuan untuk melihat keadaannya. Terlihat sang anak perempuan tersebut	Pada gambar 4.9 terlihat sang ayah menghampiri dan melihat keadaan anaknya, hal ini merupakan suatu wujud perhatian dan sikap peduli dari

sedang berada di depan cermin, sambil melihat dirinya sendiri dengan tatapan yang sedih hingga meneteskan air matanya.

Pada gambar 4.9 ini juga pada *scene* ini, kita mengetahui bahwa sang anak sedih karena ia rindu atau kangen kepada sang ibu, dan anak perempuan ini mengatakan ini kepada pria dewasa, dan pria dewasa pun berlutut di depan sang anak.

Pada gambar 4.9 ini kita diperlihatkan sang anak yang menggunakan pakaian ibadah atau mukena yang berwarna merah muda. Dan pria dewasa kita diperlihatkan menggunakan kemeja tanpa kerah atau baju koko berwarna putih dan terlihat menggunakan sarung berwarna merah.

Pada *scene* ini terlihat menggunakan teknik pengambilan gambar *medium shot* dan *wide shot* dan karena menggunakan teknik *wide shot* dan teknik *eye level* dan *over the shoulder*,

kita diperlihatkan suasana dari kamar ini, terlihat bahwa ada pantulan cahaya dari luar jendela yang berwarna biru, dan biasanya digunakan untuk memberi tahu latar waktu bahwa

orang tua kepada anaknya. Dengan sikap peduli ini, maka sang anak akan nyaman, hal ini seperti mengeluhkan dan menceritakan masalahnya. Anak pun akan belajar bersikap peduli dari apa yang dia amati langsung dari perilaku orang tuanya (Irmalia, 2020).

Pada gambar 4.9 ini juga terlihat sang anak perempuan tersebut menangis ini karena rindu akan kehadiran ibunya, kita mengetahui ini dari dialog pada *scene* ini dimana sang anak perempuan tersebut, menyebut bahwa Ia rindu akan ibunya. Rasa sedih ini dapat terjadi disebabkan oleh masalah cinta, kehilangan teman, atau orang yang dicintai. Ciri dari seseorang yang sedang bersedih adalah 1) Kelopak mata dan ujung alis terasa dibebani (sedikit turun), 2) Ujung bibir tertarik sedikit ke bawah, 3) sudut bibir turun atau bibir bergetar, 4) sudut-sudut bagian dalam alis dinaikkan dan mungkin dinaikkan ke arah dalam (Pramistawari, 2015, p. 161).

Pada gambar 4.9 juga diperlihatkan seorang ayah yang berlutut kepada anaknya, makna dari seorang ayah yang berlutut kepada anaknya ini, bisa

sudah malam pada suatu suasana atau sebuah *scene*. Kita juga diperlihatkan ada partikel lampu yang digunakan seperti lampu tidur yang menggunakan lampu yang berwarna warm dan terlihat menyala dari pantulan cermin. Terlihat juga latar suasana kamar yang didominasi furniture yang di dominasi dengan warna merah.

dimaknai sebagai sebuah kesetiaan dan pengorbanan. Hal ini menggambarkan bagaimana kesiapan seorang ayah untuk mendukung, melindungi, dan membimbing anaknya. Dengan memberikan kasih sayang dan perhatian, hal ini dapat mendukung perkembangan emosional anak agar menjadi individu yang lebih percaya diri

(Sari & Susanto, 2023)

Pada *scene* ini juga, music yang digunakan lantunan piano yang sebelumnya ada, mulai berhenti dan digantikan dengan suara string seperti viola dan cello dengan lantunan yang pelan dan membuat suasana pada *scene* ini terasa emosional, selain music latar yang mengisi *scene* ini terdapat dialog antara sang anak dan sang ayah :

“Ayah... tifa kangen ibu.”

“Ayah juga tifa... Ayah juga.”

Pada *scene* ini ketika pria dewasa mengucapkan dialog akhirnya, sang pria dewasa tersebut mengangkat tangannya dan memegang sambil mengelus kepala anak perempuan itu. Dan berkata

*“Kamu sudah berbuat baik hari ini,
ibu pasti bangga sama kamu.”*

Pada gambar 4.9 juga kita melihat bahwa anak perempuan ini menggunakan pakaian ibadah atau mukena berwarna merah muda, warna merah muda ini dapat diartikan menurut psikologis warna yang berarti kasih sayang, pengasuhan, lembut, cinta dan asmara (Hendratman, 2023, pp. 51–52).

Dan pakaian yang dikenakan ayah adalah kemeja berwarna putih, dan warna putih ini memiliki artian yaitu suci, bersih, tepat, sederhana dan tidak bersalah. Dan terlihat juga ayah memakai bawahan berwarna merah, dan merah memiliki artian emosi yang kuat, energy keberanian, perjuangan, dan kemauan yang keras (Hendratman, 2023, pp. 37–58).

Pada gambar 4.9 terlihat juga sang ayah

yang memegang wajah dari anak perempuannya yang terlihat sedih. Hal ini mempunyai beragam makna, yaitu dapat dimaknai sebagai ekspresi kasih sayang atau kebahagiaan, keintiman antar seseorang sebagai cara menunjukkan perasaannya secara fisik. Hal ini juga menunjukkan sikap sebagai peindung dan penyedia kebutuhan anak, dengan menunjukkan sikap ini, maka ini akan membentuk karakter anak seperti memberikan rasa aman, baik fisik, emosional, mental atau spiritual (Fadli, 2022).

Pada gambar 4.9 ini terdapat dialog seperti:

“kamu sudah berbuat baik hari ini, ibu pasti bangga sama kamu”

dengan dialog seperti ini pada *scene* ini, kita mengetahui bahwa Tifa sebagai anak perempuan itu, telah melakukan hal-hal yang biasa dilakukan oleh ibunya, seperti membagikan makanan kepada orang-orang. Hal ini berunjuk kepada rasa kepedulian anak kepada lingkungan dan hal ini berkaitan dengan didikan orang tua mengenai moral kepada anaknya. Orang tua memiliki posisis yang strategis untuk mengajarkan akan nilai-nilai sosial,

tradisi, prinsip, keterampilan, dan pola perilaku dalam segal aspek (Arliman et al., 2022).

Pada gambar 4.9 juga terdengar music latar yang menambah rasa pada *scene* ini, seperti suara dari lantunan string seperti violin dan cello, dan terdapat suara dari dentingan piano yang pelan dan dari ketiga kombinasi alat musik ini yang dimainkan dengan rima yang pelan, dan hal ini membuat pengalaman dari iklan ini menjadi lebih sedih. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara pandang penonton, dengan musik yang sedih dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Pada *scene* diatas, menggunakan teknik pengambilan gambar yang beragam yaitu, *wide shot*, *medium shot*, dan *medium closeup*. Pengambilan *angle* kamera pada *scene* ini juga menggunakan *angle* yang beragam, seperti *eye level* dan juga *over the shoulder*. Dengan pengambilan gambar yang beragam ini, memiliki peran dan makna yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesannya. *Wide shot* ini biasa digunakan dengan tujuan untuk

menggambarkan disekitar secara luas, dan keadaan dari aktor. *Medium close up* ini biasanya digunakan untuk melihat keadaan aktor secara jelas dan diambil dari dada hingga kepala. *Eye level* ini diambil sejajar dengan mata dari sang aktor dan untuk pengambilan dengan teknik *over the shoulder* ini biasanya diambil dari belakang bahu salah satu objek dan biasanya digunakan ketika saat dua objek yang sedang berbincang (Dewandra & Islam, 2022). Dengan pengambilan *eye level* ini dan gestur dari sang ayah menunduk dan menyamaratakan atau sejajar dengan sang anak, ini memiliki makna bahwa seseorang tersebut tidak padang hormat, dan saling menghargai kepada seseorang. Maka pada *scene* ini dimana sang ayah menunduk dan mesejajarkan tingginya dengan sang anak, maka sang ayah ingin menghargai dan sikap yang selalu ada kepada sang anak, dan sang anak akan merasa nyaman dengan hal ini (Andhika, 2021).

Kesimpulan pada gambar 4.9 ini, pada Iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” hubungan ibu dan anak pada iklan ini digambarkan bahwa hubungan ibu dan anak ini sangatlah

baik. Hal ini karena pada *scene* ini terdapat dialog bahwa kedua tokoh kita sama-sama merindukan sosok ibu. Dan ketika kita rindu dengan seseorang, dipastikan kita mendapat kenangan atau orang tersebut memiliki komunikasi yang baik. Dan ini sangat berpengaruh terhadap hubungan emosional seseorang, hingga dapat merasakan rindu dengan seseorang. Pada *scene* ini juga kita melihat bahwa menggunakan teknik *eye level* dan terlihat gesture yang dilakukan sang ayah, memiliki makna yaitu kesetaraan, maka pada *scene* ini dimana sang ayah menunduk dan menyejajarkan tingginya dengan sang anak, maka sang ayah ingin menghargai dan sikap yang selalu ada kepada sang anak, dan sang anak akan merasa nyaman dengan hal ini. Dan dengan adanya lantunan musik yang sesuai, maka perasaan atau *feel* dari *scene* ini menyentuh para audiens. Pada *scene* ini juga kita mengetahui bahwa sang anak rindu, hal ini dapat terjadi karena sang anak merasa kehilangan tiga dimensi utama dalam hubungan ibu dan anak, yang dimana yaitu kedekatan, kepercayaan dan kolektivisme.

4.2.7 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 7

Table 4. 7 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 7

SIGN	
	
Gambar 4. 10 Terlihat anak perempuan yang sedang menangis di pelukan pria dewasa (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 2:11 - 2:35	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.10 ini terlihat sang anak perempuan yang sedang menangis di pelukan pria dewasa tersebut dan bercerita bahwa anak perempuan itu tidak pernah lupa akan kata-kata dari sang ibunya. Pada <i>scene</i> ini juga kita diperlihatkan kejadian-kejadian yang sudah terjadi sebelumnya. Dan pada <i>scene</i> ini terdapat dialog: <i>“Ayah... Tifa gak pernah lupa kata-</i>	Pada gambar 4.10 terlihat anak perempuan yang terlihat menangis di pelukan ayahnya, dan bercerita rindu akan ibunya. Dengan kita diperlihatkannya bahwa anak perempuan itu bercerita dan mengeluhkan apa yang dirasakannya dipelukan ayahnya, ini sebagai pertanda orang tua memberikan kasih sayang kepada anaknya (Susilia et al., 2021).

<i>kata ibu.”</i> <i>“Walau ibu udah gak ada...”</i> <i>“Tifa akan selalu ngerti maksud ibu, untuk selalu Kuat.”</i>	Pada gambar 4.10 memiliki dialog yang penuh makna dalam iklan ini, dengan dialog seperti: <i>“Ayah... Tifa gak pernah lupa kata-kata ibu.”</i>
Pada gambar 4.10 ini juga terlihat anak perempuan ini menggunakan pakaian yang bervariasi, pada saat diawal gambar, sang anak menggunakan pakaian ibadah atau mukena yang berwarna merah muda. Dan ketika dipertengahan <i>scene</i> saat mengulang kejadian masa lalunya, anak perempuan terlihat memakai <i>T-shirt</i> yang berwarna merah. Pria dewasa pada <i>scene</i> ini terlihat menggunakan kemeja tidak berkerah berwarna putih.	<i>“Walau ibu udah gak ada...”</i> <i>“Tifa akan selalu ngerti maksud ibu, untuk selalu Kuat.”</i> Dengan dialog ini kita mengetahui bahwa sosok ibu dalam iklan ini hanya bayangan dari Tifa, hal ini memang dapat terjadi ketika kehilangan orang yang dicinta. Hal ini di sebut dengan halusinasi duka atau halusinasi <i>bereavement</i>. Hal ini dapat terjadi ketika seseorang mengalami kehilangan yang mendalam, dan kehadiran dari orang yang meninggal tersebut, punya dampak yang cukup besar dari fisik maupun emosional. Dengan dampak yang besar ini maka bisa saja gambar yang bervariasi, yaitu menciptakan pengalaman secara visual pengambilan gambar dengan teknik <i>closeup shot</i> dan <i>medium shot</i>. Begitu nyata (Shear, 2012). Maka pada iklan ini Tifa melihat dan mendengar suara dari sang ibu, walaupun ibunya sudah tidak ada. Pada gambar 4.10 ini juga diperlihatkan seperti reka ulang dari kejadian hari itu yang dialami Tifa namun sosok ibu pada reka ulang ini tidak ada.
Pada gambar 4.10 ini terlihat menggunakan teknik pengambilan gambar yang bervariasi, yaitu pengambilan gambar dengan teknik <i>closeup shot</i> dan <i>medium shot</i>. Gambar ini juga diambil dengan <i>angle</i> yang berbeda-beda, pada gambar pertama diambil menggunakan <i>angle eye level</i> dan gambar kedua dengan <i>angle low angle</i>. Pada gambar 4.10 juga terdengar latar	tidak ada.

musik yang mengisi pada *scene* ini suara string seperti viola dan cello dengan lantunan dan juga terdengar suara dentingan piano yang pelan dan membuat suasana pada *scene* ini terasa emosional.

Pada gambar 4.10 juga kita melihat bahwa anak perempuan ini menggunakan pakaian ibadah atau mukena berwarna merah muda, warna merah muda ini dapat diartikan menurut psikologis warna yang berarti kasih sayang, pengasuhan, lembut, cinta dan asmara (Hendratman, 2023, pp. 51–52).

Dan pakaian yang dikenakan ayah adalah kemeja berwarna putih, dan warna putih ini memiliki artian yaitu suci, bersih, tepat, sederhana dan tidak bersalah. Dan terlihat juga ayah memakai bawahan berwarna merah, dan merah memiliki artian emosi yang kuat, energy keberanian, perjuangan, dan kemauan yang keras (Hendratman, 2023, pp. 37–39). Kita juga melihat pada reka ulang dari anak perempuan tersebut yang menggunakan t-shirt yang berwarna merah, secara teori warna dalam penerapan fashion, warna merah ini juga dapat merangsang denyut nadi, dan warna merah ini dapat menarik perhatian orang-orang (Cholilawati, 2021, pp. 11–12).

Pada gambar 4.10 menggunakan *angle* dan teknik pengambilan gambar yang beragam, gambar pertama kita

diperlihatkan dengan pengambilan gambar dengan *closeup shot* dengan *angle eye-level angle*. Dengan *closeup shot* ini maka kita dapat mengetahui secara lebih detail lagi dari objek yang kita tangkap dan setara dengan mata dari objek yang kita ambil (Suhara, 2024, pp. 33–35), maka dengan *closeup shot* ini kita melihat lebih detail ekspresi dari pemeran pada iklan ini. Dan pada gambar ke-dua, pengambilan gambar ini menggunakan teknik *medium shot* dengan *low angle*, Pengambilan gambar dengan *low angle* juga membuat kesan objek menjadi lebih besar, dan hal ini memperlihatkan kesan yang dramatis yaitu keagungan (*prominence*) (Suhara, 2024, pp. 33–35).

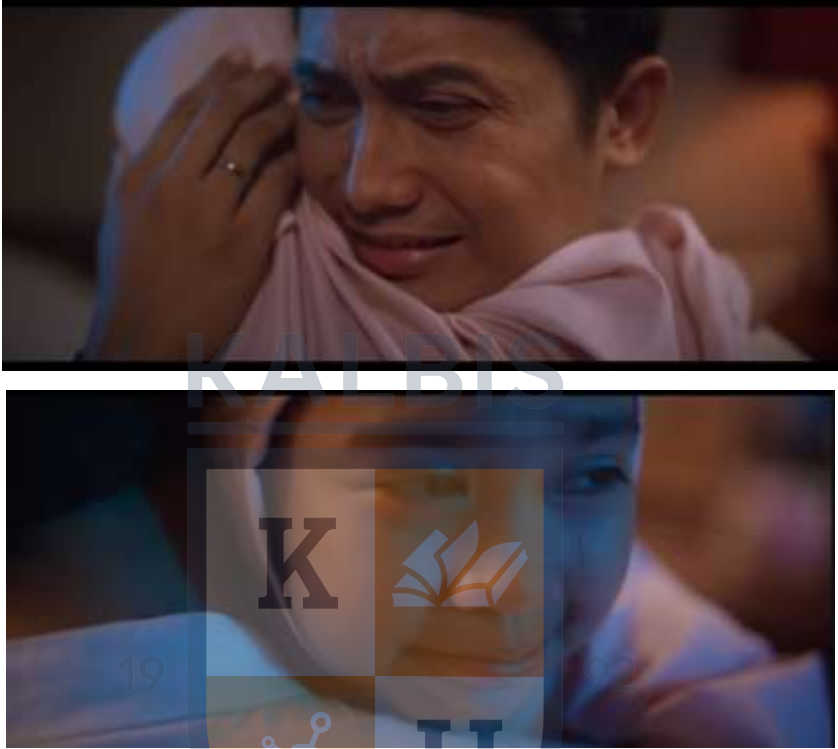
Pada gambar 4.10 juga terdengar music latar yang menambah rasa pada *scene* ini, seperti suara dari lantunan string seperti violin dan cello, dan terdapat suara dari dentingan piano yang pelan dan dari ketiga kombinasi alat musik ini yang dimainkan dengan rima yang pelan, dan hal ini membuat pengalaman dari iklan ini menjadi lebih sedih. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara pandang

penonton, dengan musik yang sedih dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Kesimpulan pada gambar 4.10 ini, pada iklan Lifebouy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” menggambarkan hubungan ibu dan anak digambarkan hubungan ibu dan anak ini memiliki hubungan emosional yang cukup baik, dan anak pada *scene* ini digambarkan sebagai orang yang mengalami halusinasi duka, karena pada *scene* ini kita mengetahui bahwa sosok ibu pada iklan ini hanyalah bayangan atau proyeksi dari halusinasi dari anak perempuan yang melihat ibunya. Seseorang yang dapat berhalusinasi seperti ini biasanya, ketika mereka ditinggal seseorang yang mempunyai dampak yang besar secara fisik ataupun emosional. Hal ini menandakan bahwa pada *scene* ini sang anak merasakan bahwa dia telah kehilangan Dan dengan adanya lantunan musik yang sesuai, maka perasaan atau *feel* dari *scene* ini menyentuh para audiens.

4.2.8 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 8

Table 4. 8 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 8

SIGN	
	
Gambar 4. 11 Pria dewasa yang sedang memeluk anak perempuan yang terlihat menangis (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 2:38 - 2:45	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.11 terlihat seorang pria dewasa yang sedang memeluk anak perempuan dengan raut wajah yang terlihat sedih, dan terlihat juga pada jari manis pria dewasa ini memakai cincin. Pada <i>scene</i> terdapat dialog: “Kuat.” Dialog tersebut diucapkan oleh pria dewasa tersebut dengan suara yang terdengar merintih sedih, seolah kata	Pada gambar 4.11 terlihat seorang ayah yang sedang memeluk anak perempuannya dengan wajah yang sedih, seakan mengingat seseorang yang ia cintai, dan hal ini dapat dilihat dari raut wajah yang terlihat kelopak mata dan alis yang turun, sudut bagian dalam dinaikkan ke arah dalam. Dengan ciri-ciri diatas dapat dipastikan bahwa sang ayah sedang merasa sedih

tersebut mempunyai makna lain. Dan di akhir *scene* kita diperlihatkan perubahan raut wajah dari (Pramistawari, 2015, p. 161). Hal ini dapat terjadi karena Ayah juga merasa kehilangan dengan orang yang ia cintai yaitu istrinya. Pada gambar 4.11 juga terlihat sang ayah memakai sebuah cincin yang dikenakan di tangan kanan pada jari manisnya. Cincin yang dikenakan di jari manis ini merupakan simbol pernikahan yang melambangkan cinta yang abadi, pada Yunani Kuno mengenakan di jari manis melambangkan lambang cinta karena pada gambar 4.11 menggunakan pembuluh darah vena terhubung ke teknik pengambilan gambar *closeup*, jantung. Cincin ini juga memiliki arti dengan pengambilan gambar dengan tidak terputus sama seperti lingkaran teknik ini, maka raut wajah dari kedua yang terdapat pada cincin. Cincin ini tokoh di gambar ini terlihat jelas. juga biasanya dikenakan saat memasuki hubungan yang serius yaitu pernikahan (Yohanis & Dwivayani, 2024).

Pada kedua gambar diatas, memiliki pencahayaan *highlight* yang cukup berbeda, dari sisi sang pria dewasa Pada gambar 4.11 juga terdapat dialog didominasi pencahayaan yang terlihat ayah yang mengatakan kepada anak perempuan itu perempuannya, dan dialognya didominasi oleh pencahayaan *cool*. berbunyi:

"Kuat!"

Pada *scene* ini juga, terdengar suara Kata ini merupakan kata-kata yang musik yang mengisi latar suasana. biasa diucapkan oleh istrinya, dan Terdengar dentingan piano dan ketika seorang ayah mengucapkan kata beberapa jenis alat *strings* seperti viola ini, terdengar suara menghayati sedih, dan cello dengan lantunan nada yang hal ini dapat terdengar karena seseorang pelan yang membuat iklan ini terasa yang sedang sedih, intonasi dari

lebih emosional.

bagaimana dia berbicara akan berubah suara dengan nada yang lebih rendah dengan kepala yang rata-rata tertunduk lesu (Manurung & Megarini, 2020).

Pada gambar 4.11 juga kita melihat bahwa anak perempuan ini menggunakan pakaian ibadah atau mukena berwarna merah muda, warna merah muda ini dapat diartikan menurut psikologis warna yang berarti kasih sayang, pengasuhan, lembut, cinta dan asmara (Hendratman, 2023, p. 58). Dan pakaian yang dikenakan ayah adalah kemeja berwarna putih, dan warna putih ini memiliki artian yaitu suci, bersih, tepat, sederhana dan tidak bersalah. Dan terlihat juga ayah memakai bawahan berwarna merah, dan merah memiliki artian emosi yang kuat, energi keberanian, perjuangan, dan kemauan yang keras (Hendratman, 2023, pp. 37–58).

Pada gambar 4.11 ini menggunakan teknik pengambilan gambar dengan *closeup shot* dengan *eye level angle*. Dengan pengambilan *close-up shot* ini biasa digunakan untuk mempersempit kepala dari subjek, dan biasa digunakan untuk pengambilan ekspresi dari subjek

(Compesi, 2015, p. 239).

Pada gambar 4.11 terlihat menggunakan beberapa teknik pencahayaan dan menggunakan warna yang berbeda. Pada sisi sang ayah, kita melihat bahwa wajah sang ayah didominasi dengan pencahayaan warna yang *warm* atau hangat, dan dengan menggunakan pencahayaan *warm* ini biasanya bertujuan untuk memberikan informasi mengenai latar waktu, suhu ruangan ataupun emosi yang dibangun dalam sebuah cerita. Namun hal ini juga dapat dimaknai dengan hal lain, seperti kehangatan. Dan pada sisi sang anak perempuan di dominasi dengan warna biru atau teknik pencahayaan *cool* hal ini biasanya digunakan untuk menunjukkan emosi sedih (Box, 2020, p. 67). Pada gambar 4.11 maka disimpulkan bahwa kedua tokoh ini memiliki emosi dan perasaan yang berbeda, sang ayah walaupun merasakan kesedihan yang sama, namun sang ayah harus tetap tegar dan memberikan kehangatan bagi sang anak. Dan sang anak merasakan kesedihan yang mendalam.

Pada gambar 4.11 juga terdengar musik

latar yang menambah rasa pada *scene* ini, seperti suara dari lantunan string seperti violin dan cello, dan terdapat suara dari dentingan piano yang pelan dan dari ketiga kombinasi alat musik ini yang dimainkan dengan rima yang pelan, dan hal ini membuat pengalaman dari iklan ini menjadi lebih sedih. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara pandang penonton, dengan musik yang sedih dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Kesimpulan pada gambar 4.11 ini, pada iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” menggambarkan hubungan ibu dan anak pada iklan ini digambarkan secara non verbal, walaupun sosok ibu pada *scene* ini sudah tidak ada, namun kata yang biasa digunakan oleh sang ibu kepada anaknya ini, digunakan oleh si ayah. dan ketika sang ayah mengucapkan kata tersebut sang anak lalu tersenyum. Hal ini terjadi karena adanya hubungan spesial secara emosional antara anak dan ibu. Dan dengan penggambaran dua pencahayaan yang berbeda dari setiap tokoh, kita mengetahui bahwa sang anak perempuan itu sedang

mengalami kesedihan yang mendalam, itulah mengapa pencahayaan pada wajah sang anak didominasi dengan warna yang *cool*, sedangkan sang ayah terkena pencahayaan ada sedikit warna *cool* yang mengenai wajahnya namun didominasi dengan pencahayaan yang *warm*, ini lah mengapa walaupun sang ayah sedang merasakan kesedihan, namun sang ayah harus tetap tegar dan memberikan kehangatan kepada sang anak yang sedang bersedih. Dan dengan adanya lantunan musik yang sesuai, maka perasaan atau *feel* dari *scene* ini menyentuh para audiens.



4.2.9 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 9

Table 4. 9 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 9

SIGN	
	
Gambar 4. 12 Terlihat bingkai foto dengan berisikan tiga orang yaitu, satu wanita dewasa, satu pria dewasa dan satu anak perempuan, dan terlihat di depan bingkai terdapat sisir berwarna merah muda dan terlihat samar-samar seorang pria dewasa yang sedang memeluk anak (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 2:45 - 2:48	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.12 terlihat ada satu bingkai yang berisi dengan foto keluarga, terlihat pada foto keluarga tersebut terdapat satu wanita dewasa, satu pria dewasa dan satu anak perempuan. Terlihat juga disamping bingkai tersebut terdapat sisir berwarna merah muda yang digunakan pada <i>scene</i> sebelumnya, yang dimana sisir tersebut digunakan wanita dewasa, untuk menyisir rambut anaknya. Pada gambar 4.2.9 juga pada latar belakang <i>scene</i> ini terlihat seorang ayah yang sedang memeluk anaknya yang terlihat samar-samar dari pantulan cermin.	Pada gambar 4.12 terlihat ada bingkai foto dengan foto keluarga, yang terlihat foto keluarga dari Tifa. Kita juga melihat terdapat sisir yang berwarna merah muda digunakan oleh ibu untuk menyisir rambut Tifa sebelumnya. Bagi sebagian orang, suatu barang memiliki nilai sendiri seperti kenangan yang mengingatkan pada orang yang kita sayang atau kenangan yang telah dilalui sebelumnya. Maka barang-barang tersebut memiliki nilai emosional dan simbolis yang kuat (Widya Putri & Indriastuti, 2022). Menyimpan atau memajang foto keluarga ini ada yang percaya hanya

untuk pajangan dan kenang-kenangan. Namun dengan memajang foto keluarga dalam budaya di Mexico percaya, jika kita memajang foto keluarga, roh keluarga mereka dapat mengunjungi dan hal ini sangatlah penting (Putri et al., 2022). Pada gambar ini juga terlihat sang ayah yang memeluk anaknya dari pantulan cermin. Pelukan orangtua ini memiliki banyak arti bagi pertumbuhan emosional anak. Pelukan orangtua juga jika didapatkan secara konsisten membantu mereka tumbuh menjadi individu yang pandai anak perempuan yang menggunakan pakaian ibadah atau *mukena* yang berwarna merah muda.

Pada gambar 4.12 ini menggunakan teknik pengambilan gambar *medium shot* yang berfokus pada foto keluarga dan terlihat bias pada latar belakangnya dan terlihat pria dewasa dan anak perempuannya yang sedang berpelukan. *Scene* ini juga menggunakan teknik *eye level angle*.

Pada *scene* ini, kita masih mendengarkan lantunan musik yang sama, yaitu dengan iringan piano yang pelan dan juga iringan *strings* yang

Pada gambar 4.12 ini terlihat ayah memakai baju polo berwarna cokelat, cokelat ini memiliki makna kenyamanan, daya tahan, antik, kekuatan, solidaritas, membumi, tenang, matang dan handal. Cokelat ini juga dianggap sebagai warna yang netral, dan pria menyukai warna coklat ini karena kemanan, kekuatan dan kepraktisan. Namun warna coklat ini dianggap kuno (Hendratman, 2023, pp. 54–55). Sedangkan sang ibu terlihat memakai kerudung atau penutup kepala

berkolaborasi dengan senada dengan suara pianonya.

berwarna krem atau biasa disebut dengan coklat muda, dan memakai baju berwarna putih. Krem ini adalah warna yang sederhana, dan warna ini tidak ingin terlihat menonjol. Sedangkan warna putih ini memiliki makna suci, bersih sederhana dan tidak bersalah (Hendratman, 2023, p. 55). Dan anak perempuan itu terlihat mengenakan kaos berwarna merah tua, warna ini memiliki makna kehangatan, dan warna merah ini juga dapat merangsang denyut nadi. Ketika warna merah ini dikenakan, maka warna ini akan menarik perhatian orang-orang (Cholilawati, 2021, pp. 11–12).

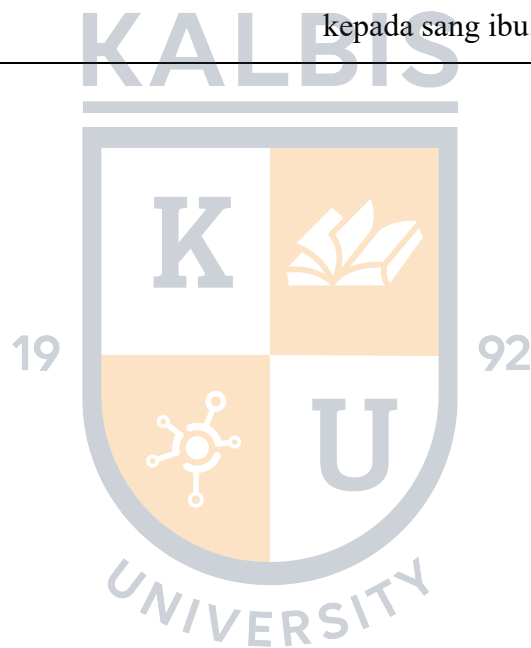
Pada gambar 4.12 ini terlihat menggunakan teknik *medium shot* dalam pengambilan gambarnya dan terlihat menggunakan bukaan lensa yang besar, agar memberikan aksen blur pada belakang objek, dan pada gambar ini objek yang difokuskan adalah foto keluarga dan sisir berwarna merah muda. Dalam gambar ini, menggunakan *shot*, agar kita sebagai *audience*, dapat berfokus pada apa yang disajikan, tidak terganggu dengan objek atau subjek lainnya. Dengan menggunakan *medium shot* kamera ini

memperlihatkan tubuh manusia dari pinggang keatas. Gesture, ekspresi akan terlihat jelas dan subjek lebih dominan didalam *frame* (Pratista, 2020, p. 147). Dan dengan penggunaan *eye level* ini, tidak memberikan visual yang dramatis, hanya saja dengan pengambilan gambar ini, maka *angle* kamera akan sejajar dengan mata dari objek kita (Suhara, 2024, p. 33).

Pada gambar 4.12 juga terdengar musik latar yang menambah rasa pada *scene* ini, seperti suara dari lantunan *string* seperti violin dan cello, dan terdapat suara dari dentingan piano yang pelan dan dari ketiga kombinasi alat musik ini yang dimainkan dengan rima yang pelan, dan hal ini membuat pengalaman dari iklan ini menjadi lebih sedih. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara pandang penonton, dengan musik yang sedih dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Kesimpulan pada gambar 4.12 ini, pada iklan Lifebouy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” ini, bahwa beberapa barang bagi sebagian orang memiliki nilai tersendiri bagi mereka, ada yang

menyimpan karena barang ini mengingatkan pada seseorang yang mereka sayangi. Dan kita melihat walaupun sosok ibu tidak hadir secara langsung pada *scene* ini namun, sang anak masih menyimpan barang yang mengingatkan barang ini kepada ibunya, dan hal ini dapat terjadi karena adanya hubungan yang emosional kepada sang ibu.



4.2.10 Analisis Semiotika Charles S. Peirce Scene 10

Table 4. 10 Analisis Sign, Object, Interpretant Scene 10

SIGN	
	
Gambar 4. 13 Teks berwarna putih yang berlatarkan warna merah (Sumber: Screenshot YouTube Iklan Lifebuoy) Durasi 2:50 - 2:53	
Objek	Interpretant
Pada gambar 4.13 terlihat teks yang bertuliskan. <i>“Anak yang kuat berakar dari ibu yang kuat.”</i> <i>Kuatkan diri di bulan yang suci ini.”</i>	Pada gambar 4.13 kita melihat teks yang bertuliskan <i>“Anak yang kuat berakar dari ibu yang kuat.”</i>
Pada gambar 4.13 juga terlihat pada latar dari tulisan ini, terdapat pola seperti bunga yang berwarna putih samar dengan latar yang berwarna merah dengan efek vignete yang berwarna hitam disekeliling gambar latar.	Pada tulisan ini berujuk bahwa didikan orang tua yang baik, akan menurun kepada anaknya, dan pada konteks ini adalah seorang ibu harus memberikan contoh yang baik kepada anak-anaknya agar mereka tumbuh menjadi orang yang baik. Anak-anak akan melihat perilaku orang tua ini dalam tindakan mereka, terutama jika ibunya adalah orang yang paling dekat dan lembut.
Pada gambar 4.13 terdapat musik yang mengiringi pada gambar ini. Terdengar suara dari denting piano dengan irama yang pelan, dan diiringi juga dengan beberapa kombinasi string seperti	Oleh karena itu, seorang ibu yang bijak pandai mendidik anak-anaknya dengan cara yang lebih baik untuk menyiapkan generasi berikutnya yang lebih baik (Muslih, 2021).

cello dan viola yang mengiringi dengan irama yang pelan, dengan hal ini maka pada *scene* ini terasa emosional.

Dan pada tulisan:

“Kuatkan diri dibulan yang suci ini”

Tulisan ini berujuk pada bulan Ramadhan, karena iklan ini memang dikeluarkan oleh Lifebuoy untuk merayakan bulan Ramadhan. Dalam agama islam, ibadah puasa ini dilakukan pada bulan Ramadhan, bulan Ramadhan ini adalah waktu yang penuh berkah dan saat bulan puasa ini, adalah saat Al-Quran diturunkan pada bulan Ramadhan (Riswanto, 2007, p. 43).

Pada gambar 4.13 kita juga terlihat pada latar dari tulisan tersebut, terlihat terdapat pola dengan motif bunga yang berwarna putih samar. Pola dengan motif bunga ini adalah motif bunga samobo yang diberi lingkaran. Dan motif ini memiliki struktur yang alam dari empat arah mata angin yaitu: Utara, Timur, Barat, Selatan, dan terdapat satu titik pusat yang menjadi titik pertemuan arah mata angin. Sudut lancip yang ada pada tiap bentuk, merupakan suatu isyarat bahwa kedudukan dan tempat paling tinggi tetap berada pada ketuhanan yang dipercayai masyarakat yakni Allah SWT. Motif bunga samobo yang berarti bunga sekutum ini diharapkan dari

pemakainya, agar senantiasa berakhlak mulia dan selalu berperilaku indah seperti semerbak sekuntum bunga (Suwandi & Sunarya, 2021).

Pada tulisan dan warna motif tersebut memakai warna putih, yang mempunyai arti suci, bersih, tepat dan sederhana (Hendratman, 2023, p. 58). Dan memiliki latar berwarna merah, dan warna merah ini memiliki arti dengan energy keberanian, perjuangan, gairah dan kemauan keras. Ketika warna merah ini dikombinasikan dengan warna putih, maka memiliki makna yang berbeda, yaitu kebahagiaan di budaya oriental (Hendratman, 2023, p. 39).

Pada gambar 4.13 juga terdengar musik latar yang menambah rasa pada *scene* ini, seperti suara dari lantunan string seperti violin dan cello, dan terdapat suara dari dentingan piano yang pelan dan dari ketiga kombinasi alat musik ini yang dimainkan dengan rima yang pelan, dan hal ini membuat pengalaman dari iklan ini menjadi lebih sedih. Dengan musik yang tepat, maka hal ini dapat mengubah cara pandang penonton, dengan musik yang sedih

dapat penonton dapat merasakan kesedihan (Brown, 2023).

Kesimpulan pada gambar 4.13 ini, pada iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci”, dengan teks yang terdapat pada gambar ini, kita mengetahui bahwa anak yang baik dan kuat berakar dari ibu yang kuat. Dengan didikan orangtua yang baik dan benar kepada anaknya, maka anak-anak mereka akan tumbuh dengan baik dan benar juga mengikuti akar mereka yaitu ibu. Dan kita melihat terdapat pola yang diharapkan pemakainya, agar senantiasa berakhlak mulia dan selalu berperilaku indah.

4.3 Pembahasan

Setelah melakukan analisis teks menggunakan *sign*, *object*, dan *interpretant*, maka peneliti mendapatkan sepuluh konstruksi hubungan ibu dan anak yang dibangun pada iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci”, yaitu:

1. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan seorang ibu dalam menunjukkan kasih sayangnya kepada anaknya tidak hanya bisa dilakukan secara efektif dengan verbal, namun bisa dilakukan juga secara nonverbal, dan seorang ibu dalam menunjukkan kasih sayangnya secara nonverbal ini bisa dilakukan seperti melakukan belaian, memeluk anaknya, menyisiri rambut sang anak dan melakukan sentuhan secara fisik. Dengan melakukan hal ini sang ibu dapat

menciptakan hubungan emosional yang dalam antar ibu dan anak. Pada gambar 4.4 ini juga selain ibu menggunakan komunikasi nonverbal, namun di *scene* ini juga ditunjukkan komunikasi verbal, pada *scene* ini sang ibu terlihat sedang menasihati dan mengingatkan anaknya untuk selalu kuat. Hal ini biasa dilakukan oleh orangtua sebagai salah satu cara untuk mendidik sang buah hati, dengan memberi pengetahuan dan pengalaman yang sudah dirasakan oleh sang ibu kepada anaknya. Dengan banyaknya dekorasi dan pencahayaan yang terjadi, maka pada *scene* ini menggambarkan kasih sayang, rasa lembut dan cinta sang ibu kepada anaknya dapat dilihat dari dekorasi dan furniture yang digunakan, dan kehangatan dari sang ibu kepada anaknya ditampilkan dari teknik pencahayaan yang didominasi *warm*.

2. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan seorang ibu harus menunjukkan sikap dan sifat lembut kepada anaknya, dalam gambar 4.5 kita dapat melihat bahwa sang ibu dalam menasihati dan mengingatkan kepada anaknya, untuk selalu kuat. Ketika sang ibu menasihati anaknya dengan secara baik-baik, dengan intonasi yang lembut maka ini menjadi sikap positif yang dapat ditiru oleh anaknya, ketika mereka nanti merespon seseorang yang sedang berbicara. Dengan melakukan hal yang baik secara perbuatan dan perkataan, maka sang anak pun akan melakukan hal yang sama dengan sang ibu. Dengan pengambilan gambar yang *eye level* maka adanya kesamarataan yang dibangun oleh sang ibu, maka dengan ini sang ibu dapat memahami dan saling menghargai sang anak. Dengan kesamarataan ini maka sang anak merasa nyaman dengan sang ibu.
3. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan seorang ibu yang menjadi contoh teladan bagi anaknya, seorang ibu harus berperilaku yang baik agar sang anak juga berperilaku yang baik ketika besar nanti. Pada gambar 4.6 kita diperlihatkan sang ibu yang mengingatkan anaknya

untuk kuat dalam menahan godaan dalam menjalani kewajibannya yaitu berpuasa. Pada gambar 4.6 juga kita melihat respon dari sang anak yang hanya membalas dengan senyuman ketika sang ibu datang untuk mengingatkannya. Hal ini dapat terjadi karena didikan orangtua yang baik dan lembut, hal ini bisa kita lihat pada gambar 4.6 dimana sang ibu menasihati dengan lemah lembut. Dalam pengambilan gambar pada 4.6 ini, dengan menggunakan teknik *low angle*, sosok ibu digambarkan sebagai sosok yang dipuja atau menjadi panutan oleh anak perempuannya.

4. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan bahwa hubungan ibu dan anak ini memiliki ikatan emosional yang cukup kuat, pada gambar 4.7 kita bisa melihat bahwa respon dari anak hanya tersenyum ketika diingatkan oleh sang ibu. Hal ini dapat terjadi karena pola komunikasi mereka yang baik, pola komunikasi yang baik ini dapat dilakukan dengan seberapa seringnya kita berkomunikasi, berinteraksi dan kita tidak boleh menggunakan intonasi yang tinggi yang dapat menyinggung orang lain. Dengan membiasakan menggunakan intonasi yang lembut dan bagaimana cara orangtua menegur anaknya, hal ini akan membuat sang anak akan meniru hal yang sama. Pada gambar 4.7 ini juga kita melihat didikan sang ibu dalam mendidik dan menanamkan nilai moral kepada anaknya, kita dapat melihat bahwa pada gambar 4.7 ini, sang anak sedang menyiapkan makanan untuk dibagikan untuk orang-orang sekitar, hal ini adalah kegiatan yang biasa dilakukan secara rutin oleh ibunya, dan anak perempuannya melanjutkan kegiatan berbagi makanan ini dengan semangat. Dan pada *scene* ini digambarkan sang ibu memiliki peranan yang lebih besar, dan hal ini digambarkan dari teknik pencahayaan yang digunakan pada *scene* ini.
5. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan pada gambar 4.8 bahwa

hubungan ibu dan anak ini memiliki hubungan yang intim, hal ini diperlihatkan dari bagaimana cara mereka bercanda, saling ledek satu sama lain dan hal ini tidak membuat mereka berdua tersinggung. Gestur-gestur yang mereka lakukan ini, dianggap untuk sebagian orang sebagai gestur yang tidak sopan, namun hal ini dianggap biasa saja, dan justru ini merupakan tanda keintiman, keakraban dan kelembutan dan ini adalah ungkapan kasih sayang mereka. Pada *scene* ini juga kita melihat bagaimana rasa hangat yang diberikan kepada anaknya, hal ini ditampilkan dari bagaimana teknik pencahayaan yang digunakan pada *scene* ini yaitu *warm*.

6. Penggambaran Hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan bahwa hubungan ibu dan anak ini memiliki hubungan yang sangat baik, hubungan baik ini tidak hanya antara sang ibu dan anak, hubungan baik ini juga antara sang ibu dan juga sang ayah atau suaminya. Hal ini diungkapkan pada dialog yang terdapat pada gambar 4.9 yang dimana kedua tokoh, yaitu anak perempuan dan juga sang ayah, sama-sama meresa rindu dengan sosok ibu. Pada umumnya ketika kita merindukan seseorang, maka dipastikan kita mempunyai kenangan atau orang tersebut sangatlah berkesan bagi kita, dari secara fisik atau secara emosional, dan hal ini dapat terjadi jika kita memiliki komunikasi yang baik terhadap orang tersebut secara verbal ataupun nonverbal.
7. Penggambaran Hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan bahwa hubungan ibu dan anak ini memiliki hubungan emosional yang sangat kuat, hal ini diperlihatkan pada *scene* yang terjadi pada gambar 4.10, yang dimana sang anak perempuan ini masih dapat melihat ataupun mendengar suara dari sang ibu, walaupun kita mengetahui bahwa pada *scene* ini, dijelaskan bahwa, sang ibu telah tiada. Dan fenomena ini dapat terjadi kepada seseorang yang kehilangan orang yang dicintainya, dan fenomena ini disebut dengan halusinasi duka atau halusinasi

bereavement. Seseorang yang kehilangan mendalam, dan kehadiran orang yang meninggal tersebut, punya dampak yang cukup besar bagi fisik maupun emosional. Dengan dampak ini maka, bisa saja bagi seseorang menciptakan pengalaman secara visual ataupun audio yang begitu nyata.

8. Penggambaran Hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” digambarkan bahwa secara nonverbal, walaupun sosok ibu pada gambar 4.11 sudah tidak ada, namun pada *scene* kata-kata yang biasa digunakan atau diucapkan oleh sang ibu masih terus digunakan, dan pada *scene* ini kata-kata “*Kuat*” digunakan oleh sang ayah untuk mengingatkan anak perempuannya ini. Dengan kata yang diucapkan oleh sang ayah kepada anak perempuannya ini, sang anak terlihat adanya perubahan ekspresi yang sebelumnya sedih, dan setelah mendengar kata tersebut, sang anak perempuan ini tersenyum. Ini dapat terjadi karena adanya hubungan spesial secara emosional antara ketiganya, jadi tidak hanya sang ibu dengan sang anak, namun hubungan ini juga berpengaruh kepada sang ibu dengan sang ayah. Pada *scene* ini kita melihat bahwa ada dua teknik pencahayaan yang berbeda, perbedaan ini digunakan pada kedua tokoh pada *scene* ini, seperti sang ayah yang didominasi dengan pencahayaan yang *warm* dan ada sedikit siluet pencahayaan yang *cool*, hal ini karena sang ayah walaupun sedang merasakan kesedihan yang sama dengan sang anak, namun sang ayah harus tegar, dan memberikan kehangatan yang sebelumnya diberikan oleh sang ibu. Sedangkan sang anak didominasi dengan pencahayaan dengan warna yang *cool*.
9. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” ini, bahwa untuk sebagian orang, setiap barang itu memiliki nilainya sendiri bagi mereka, ada yang menyimpan karena barang ini mengingatkan pada seseorang yang mereka sayangi. Pada gambar 4.12 ini kita diperlihatkan bahwa terdapat sisir berwarna merah muda yang digunakan oleh sang ibu untuk menyisir rambut

sang anak perempuannya, dan barang tersebut memiliki *sentimental value* bagi sang anak. Suatu barang bisa mengingatkan pada seseorang ini, dapat terjadi karena orang tersebut memiliki hubungan yang emosional sebelumnya.

10. Penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” ini pada gambar 4.13, kita diperlihatkan teks yang bertuliskan “*Anak yang kuat berakar dari ibu yang kuat. Kuatkan diri di bulan yang suci ini.*” Dengan teks seperti ini, hal ini memiliki artian, dengan didikan orangtua yang baik dan benar kepada anaknya, maka anak-anak mereka akan tumbuh dengan baik dan benar juga mengikuti akar mereka yaitu ibu mereka.

Penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial di Media Massa, yang dimana pada teori ini melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi ini merupakan proses pertama yang dimana ini peneliti melihat bagaimana sang pembuat iklan mengkonstruksikan hubungan ibu dan anak dari awal hingga akhir cerita. Pada iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” dapat diketahui bahwa sang pembuat iklan melihat bagaimana penggambaran hubungan ibu dan anak sebagai hal yang sangat penting untuk tumbuh kembang anak, dan dengan didikan yang baik, maka sang anak pun akan melakukan hal-hal yang baik. Eksternalisasi ini juga dibagi menjadi dua tahapan yaitu, *frame of reference* dan *field of reference*.

- Pada tahapan *frame of reference* ini berasal dari pemikiran dari sang pembuat dalam mencerminkan bagaimana penggambaran hubungan ibu dan anak, bagaimana musik memengaruhi suatu iklan, bagaimana didikan ibu dan anak ini berpengaruh terhadap anak, dan semua ini disampaikan kepada *audience* iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” dengan jelas.
- Pada tahapan *field of reference* ini terinspirasi dari kuatnya Ibu yang menjadi akar kekuatan anak dalam menjalani bulan suci Ramadhan dengan sepenuh hati (Lifebuoy, 2023).

Pada proses kedua ini adalah objektivasi. Pada tahapan ini menganggap bahwa *frame of reference* dan *field of experience* ini merupakan suatu kebenaran. Pada tahapan ini dalam iklan Lifebuoy Versi “Akar Kuat di Bulan Suci” sebuah realitas sosial terbentuk. Realitas sosial ini disampaikan kepada penonton melalui internalisasi. Internalisasi ini merupakan sebuah proses tahapan pemahaman yang maknawi dari kenyataan sosial. Dengan tersampainya realitas sosial ini kepada penonton, maka hadirilah sosok ibu sebagai ibu yang sudah tidak ada kehadirannya namun hal-hal yang sudah diajarkan kepada anaknya masih tetap diingat dan masih diyakinkan perkataannya dan hubungan yang terjadi pada ibu dan anak yang terjadi pada iklan ini digambarkan sebagai hubungan yang emosional. Maka hal ini dikonstruksikan melalui iklan ini. Para pembuat iklan ini tidak hanya menggambarkan tanda ini berupa visual, namun para pembuat iklan ini juga menggambarkan tanda berupa audio.

Pada proses ketiga adalah internalisasi. Pada tahapan ini peneliti melakukan penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan. Dalam pembuatan iklan ini, dilakukannya 3 tahapan produksi, yaitu dengan adanya pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam tahapan pra produksi, sang sutradara yaitu Ismael Kamarul sudah mendiskusikan kepada pihak Lifebuoy, mengenai ide pada iklan ini, dan dengan ditentukannya ide pada iklan itu adalah dengan mengangkat sosok ibu. Hal ini karena *Head* dari *Marketing Unilever*, Putri Paramita menyampaikan bahwa Lifebuoy memahami bagaimana peranan ibu dalam keluarga sebagai sosok yang penting dalam membentuk pribadi yang kuat, khususnya bagi anak. Maka dengan sudah ditentukannya ide dasar pada iklan ini, sang sutradara mendiskusikan dengan timnya, yang dimana menghasilkan ide iklan yang sudah tayang ini. Dengan menghadirkan sosok ibu yang sudah tidak ada, namun sang anak masih merasakan keberadaanya.

Pada proses produksi, dimana konsep dan ide cerita yang sudah tersusun ini dibuat menjadi dalam bentuk audio dan visual. Dengan teknik pengambilan gambar, teknik pencahayaan, baju yang dikenakan, dan berkat hal ini, maka adanya pesan-pesan yang dapat disampaikan secara tidak langsung. Lalu pada

tahapan terakhir yaitu pasca produksi, yang dimana iklan ini melakukan tahapan penyutungan sesuai dengan ide cerita konsep yang telah dibentuk pada tahapan awal yaitu pra produksi.

