BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Produk dan Merk

PT AXIS Telekom Indonesia setelah bergabung dengan XL pada 30 Maret 2015 menawarkan gaya hidup baru dalam menggunakan layanan telekomunikasi melalui penyediaan layanan yang *simple*, terutama untuk sekedar menelpon, SMS, dan internet sesuai kebutuhan dengan tarif irit. Pengenalan kembali Axis kali ini ditandai dengan peluncuran program gaya hidup "Iritology" yakni penawaran layanan Ngobrol Irit, Ngenet Irit dan Awet Irit.

Semakin meningkatnya tarif menelpon, SMS dan internet saat ini membuat Axis mencari solusi untuk pelanggan dan masyarakat pengguna telepon agar tetap dapat menggunakan fasilitas layanan nelpon, SMS dan internet tanpa harus khawatir mengenai biaya yang harus dikeluarkan. Selain itu Axis juga konsisten mengajak masyarakat untuk mengaplikasikan konsep Iritology (ilmu yang mempelajari gaya hidup irit) dikehidupan sehari-hari terutama pada saat berkomunikasi menggunakan telepon seluler.

Dengan jaringan yang luas pelanggan di seluruh Indonesia akan dimanjakan dengan berbagai paket irit dari Axis yang bisa ditemukan setiap minggunya.

(www.axisnet.id)

4.2 Deskripsi Seri Iklan

Iklan Axis versi ganteng dikit cekrek ini diperankan oleh siswa SMA dengan latar belakang masyarakat kalangan menengah kebawah lainnya seperti anak perempuan, tukang ojek, pedagang kaki lima dan laki-laki bertubuh kekar. Iklan ini berdurasi 30 detik. Tarif menelpon, SMS dan internet saat ini memang semakin meningkat, oleh karena itu Axis meluncurkan program gaya hidup irit yaitu "Iritology" dimana masyarakat pengguna telepon tetap dapat menggunakan fasilitas layanan telpon, SMS dan internet tanpa harus khawatir mengenai biaya yang harus dikeluarkan. Salah satu paket promo Iritology Axis yaitu paket BRONET 1 GB hanya dengan Rp. 14.900,- kita bisa upload 5000 kali foto, 300 kali download lagu dan 1000.000 kali chat.

4.3 Representasi Narsis Dalam Iklan Axis Versi Ganteng Dikit Cekrek

Sumber data yang digunakan adalah berbentuk iklan yang sudah divisualkan dalam bentuk screen print. Iklan ini dianalisis berdasarkan teori semiotika Roland Barthes, yang terdiri dari denotasi, konotasi dan mitos. Adapun cuplikan iklan pada tiap frame per segmen adalah sebagai berikut.

Frame Disegmen 2

Panjang durasi frame disegmen 2 ini adalah 5 detik

Denotasi	
Visual	Pelajar SMA sedang berada di dalam kelas. Keadaan kelas sangat gaduh karena pelajaran sedang kosong. Beberapa siswa sibuk membuat kegaduhan seperti naik ke atas meja, melempar buku dan berlarian. Nampak seorang siswa laki-laki sibuk berfoto dengan kamera handphonenya. Ia foto berkali-kali sampai seorang guru pun masuk ke dalam kelas.
Audio	**"**Nunggu guru selfie dulu, ganteng dikit cekrek, ganteng banyak cekrek, ganteng banget cekrek cekrek upload".
Konotasi	
Saat ini demam selfie telah menyebar di Indonesia. Tidak memandang bulu, selebriti maupun rakyat biasa terkena virus selfie. Begitupun seorang pelajar yang sedang berada di sekolah tak mau melewatkan kesempatan jam kosong pelajarannya untuk berselfie ria, mengabadikan moment ketika ia tengah berada di ruang kelas dengan seragam sekolahnya. Suara "nunggu guru selfie dulu, ganteng dikit cekrek, ganteng banyak cekrek, ganteng banget cekrek cekrek upload" menandakan bahwa siswa ini berusaha mendapatkan hasil selfie yang terbaik sehingga ia berkali-kali melakukan selfie tanpa menghiraukan suasana gaduh di sekelilingnya	

Mitos
Selfie (mengambil foto sendiri) berulang kali merupakan narsis.

Dalam frame disegmen 2 ini representasi narsis terlihat ketika seorang pelajar SMA mengambil foto pribadi (selfie) berulang kali. Kenarsisan yang terlihat tidak cukup dilakukan satu kali, setiap pergerakan perubahan raut muka diabadikan oleh siswa SMA tersebut menandakan bahwa siswa SMA ini sangat cinta terhadap dirinya sendiri.

Frame Disegmen 3

Panjang durasi frame disegmen 3 ini adalah 1 detik

Denotasi	
Visual	Sebuah tangan memegang handphone dengan tampilan akun media sosial di layar yaitu Line. Sebuah foto selfie diupload dan terdapat beberapa stiker emot ikon dibawahnya.
Audio	“Upload, upload”.
Konotasi	
Sebuah tangan yang memegang handphone dengan tampilan di layar adalah Line bertanda orang tersebut sedang melakukan aktifitas di akun media sosialnya.	

Mengapload foto di akun media sosial bertujuan untuk berbagi dengan teman, saudara maupun kerabat yang juga mempunyai akun di media sosial, selain itu juga bertujuan untuk mendapatkan respon dari mereka terhadap foto yang telah di upload seperti komentar ataupun sekedar memberi stiker emot ikon, atau bisa juga disebut eksis. Suara “Upload, upload” menandakan bahwa si pelajar suka sekali mengupload foto-foto tentang dirinya di Line.
Mitos
Line merupakan media sosial yang digunakan untuk eksis.

Dalam frame disegmen 3 ini representasi narsis terlihat ketika sebuah foto pribadi atau foto selfie hasil dari kenarsisan diupload ke akun media sosial Line. Foto selfie yang diupload ke media sosial adalah bentuk kepuasan diri yang telah dicapai dan untuk mendapat pengakuan dari pengguna sosial media tentang eksistensinya. Segmen 4 tidak dianalis karena tanda-tanda yang muncul memiliki makna yang sama dengan segmen 7 dan 8 (hal. 61)

Frame Disegmen 5 dan 6

Panjang durasi disegmen 5 dan 6 ini adalah 3 detik

Denotasi	
Visual	Sekelompok pelajar SMA mengambil foto bersama (wefie) ketika pelajaran telah usai di halaman sekolah dengan raut wajah yang beda setiap kali mengambil foto seperti senyum, memonyongkan bibir, mengangkat tangan disamping kepala mirip posisi sedang hormat. Foto wefie diupload ke akun media sosial Line. Nampak komentar bertuliskan “4j4k D0nGs!” dan juga emot ikon menampakkan ekspresi takjub.
Audio	“Pulang sekolah ngumpul bareng, senyum bebek cekrek, salam hormat cekrek, upload upload”
Konotasi	
Narsis tidak hanya dapat dilakukan sendiri atau satu orang namun juga dapat dilakukan beramai-ramai atau lebih dari satu orang bersama-sama dan dapat dilakukan kapanpun dan dimana saja termasuk disekolah. Beberapa pelajar SMA mengambil foto bersama-sama dengan raut wajah yang berubah-ubah dengan	

maksud mengikuti trend pose yang sedang marak di unggah oleh pengguna sosial media lainnnya. Komentar bertuliskan “4j4k D0nGs!” dan juga emot ikon yang menampakkan ekspresi takjub menandakan foto wefie yang telah diupload mendapat respon dari pengguna sosial Line lainnnya yang bermaksud meminta untuk diajak foto bersama dengan pelajar SMA tersebut. Suara “Pulang sekolah ngumpul bareng, senyum bebek cekrek, salam hormat cekrek, upload upload” menandakan bahwa para pelajar SMA ini sangat percaya diri akan keterbatasan yang mereka miliki dengan membuat raut wajah mereka menjadi tidak menarik lagi untuk beberapa foto yang akan mereka share ke media sosial demi untuk bisa eksis di Line.
Mitos
Keterbatasan diri bukan penghalang narsis

Dalam frame disegmen 5 ini representasi narsis terlihat ketika beberapa pelajar SMA mengambil foto bersama (wefie). Dalam segmen ini, terlihat bahwa keterbatasan (wajah yang tidak terlalu menarik) yang mereka miliki tidak menghalangi mereka untuk tetap narsis.

Frame Disegmen 7 dan 8

Panjang durasi disegmen 7 dan 8 ini adalah 1 detik

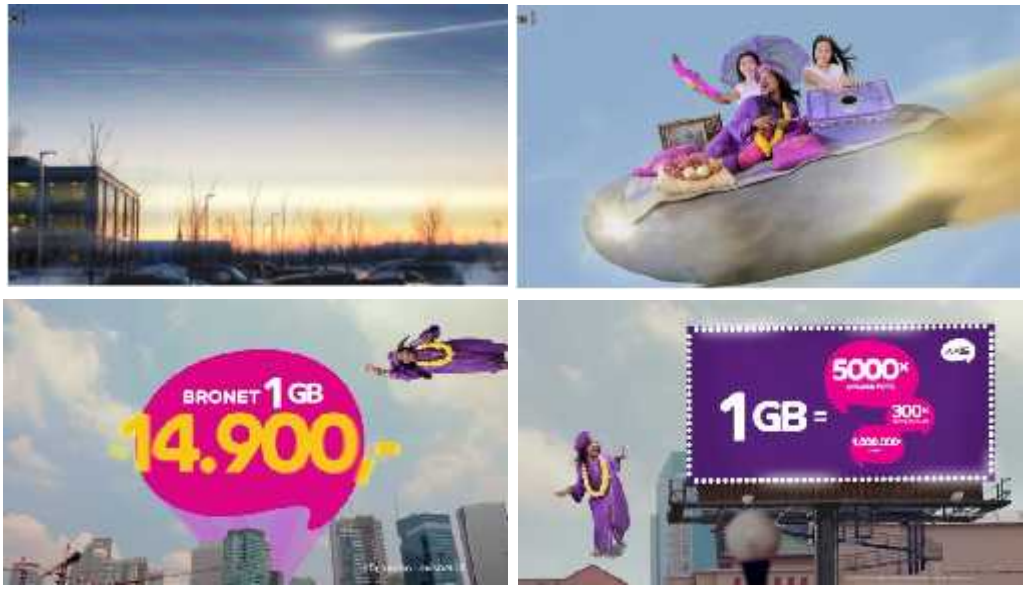
Denotasi	
Visual	Seorang laki-laki bertubuh kekar dengan rambut gondrongnya yang diikat memakai kaos oblong tangan kirinya memegang gayung yang didalamnya terdapat beberapa alat mandi sedangkan tangan kanannya mengangkat jempolnya. Terlihat sumur dibelakang lelaki itu dengan wanita yang sedang menimba air. Dan seorang tukang ojek yang sedang berada dipinggir jalan duduk di atas sepeda motornya dengan rambut yang dicat coklat terang dengan ekspresi wajah sedih.
Audio	"Budi belagu like this, Budi baper like this"
Konotasi	
Narsis tidak mengenal kelas hidup seseorang, masyarakat kelas atas, kelas bawah, pejabat, pegawai, pelajar bahkan tukang ojek juga bisa narsis. Suara "Budi belagu like this, Budi baper like this" menandakan bahwa masyarakat ini juga bisa mengekspresikan gaya mereka ketika di foto.	
Mitos	
Sumur dan pekerjaan menjadi simbol "status sosial" bagi seseorang	

Dalam frame disegmen 7 dan 8 ini representasi narsis terlihat seorang lelaki bertubuh kekar dan seorang tukang ojek difoto berpose dengan gaya mereka masing-masing. Dan dalam frame ini dapat dikatakan bahwa narsis itu ternyata tidak mengenal kelas hidup seseorang. Masyarakat kalangan menengah keatas ataupun masyarakat kalangan menengah kebawah sekalipun boleh narsis. Segmen 9 tidak dianalisis karena tanda-tanda yang muncul memiliki makna yang sama

dengan segmen 5 dan 6. (hal. 59)

Frame Disegmen 10

Panjang durasi frame disegmen 10 ini adalah 4 detik



Denotasi	
Visual	Terlihat seperti cahaya yang jatuh dari langit dengan latar belakang langit ketika pagi buta dan keramaian kota dengan kendaraan yang berdesakan di jalan raya serta gedung-gedung tinggi. Terlihat juga dari jauh pepohonan yang daunnya meranggas karena musim kemarau. Aladin memakai baju dan topi ungu memegang terompet kecil yang terbuat dari bahan logam dengan rangkaian bunga berwarna kuning dilehernya duduk diatas karpet yang terbang diatas benda luar angkasa dengan persembahan buah-buahan disampingnya dan dua dayang-dayang yang memakai kaos putih

	lengan pendek. Dayang-dayang tersebut sibuk melayani si aladin, dayang satu memegang payung dan mengipasi aladin, dayang yang lain memainkan alat musik. Balon teks berwarna merah muda agak keunguan melayang diudara dengan tulisan di dalamnya yaitu BRONET 1 GB Rp. 14.900,-, dengan latar belakang perkotaan dengan gedung-gedung tinggi di siang hari dan seorang aladin terbang disekitar balon teks dengan rambut gimbalnya sekilas mirip penyanyi reggae. Baliho berwarna ungu dikelilingi lampu-lampu berwarna putih bertuliskan 1 GB = 5000x upload foto, 300x download lagu, 1.000.000x chat dengan latar belakang gedung-gedung tinggi di siang hari yang cerah. Aladin juga terbang disekitar baliho.
Audio	Aladin mengatakan “Aaaaaaaa!! Ayo cekrek upload sepuasnya pakai AXIS juara iritnya”. “Bronet 1 GB Rp. 14.900,- bisa upload 5000 foto atau keuntungan lainnya”.
Konotasi	
Cahaya yang jatuh dari langit adalah perwujudan aladin dan dayang-dayangnya yang datang dari luar angkasa dan berkata “Aaaaaaaa!! Ayo cekrek upload sepuasnya pakai AXIS juara iritnya” menandakan bahwa si aladin membawa kabar baik kepada khalayak yang suka eksis di media sosial bahwa dengan AXIS khalayak bisa upload foto sepuasnya karena AXIS adalah salah satu produk kartu GSM yang konsisten memberikan fasilitas internet yang relatif irit.	

Bentuk balon teks menggunakan bentuk balon teks logo AXIS, hanya saja warnanya tidak sama. Warna balon teks logo AXIS adalah ungu, sedangkan balon teks yang bertuliskan BRONET 1 GB Rp. 14.900,- ini adalah merah muda keungu-unguan. Bertujuan menunjukkan kepada khalayak bahwa paket BRONET 1 GB Rp. 14.900,- adalah layanan paket internet yang hanya disediakan oleh AXIS. Aladin terbang yang menggunakan jubah ungu dengan kalung rangkaian bunga di leher dan rambut gimbalnya bertujuan menunjukkan kepada khalayak bahwa aladin ini adalah ikon PT AXIS Telekom Indonesia karena aladin ini kerap muncul disetiap versi iklan AXIS. Baliho dengan latar berwarna ungu yang bertuliskan 1 GB = 5000x upload foto, 300x download lagu, 1.000.000x chat bertujuan memberitahu khalayak bahwa layanan paket BRONET 1 GB yang disediakan oleh pihak AXIS ini adalah paket hemat dan juga irit. Dikatakan irit karena dengan hanya 14.900,- khalayak sudah bisa eksis di media sosial seperti upload 5000 foto, mendownload lagu sebanyak 300 kali dan chat sebanyak 1.000.000 kali dengan kuota 1 GB dalam jangka waktu 30 hari/ 1 bulan.
Mitos
Murah namun banyak keuntungan yang didapat.

Dalam segmen diframe 10 ini representasi narsis terlihat ketika aladin memaparkan kelebihan Axis bahwa dengan pake BRONET masyarakat bisa mengupload foto narsisnya ke media sosial sebanyak mungkin tanpa rasa khawatir akan biaya yang akan dikeluarkan.

Jadi keseluruhan iklan Axis versi ganteng dikit cekrek disini menggambarkan sekelompok masyarakat dari kalangan menengah kebawah yang sangat mencintai dirinya sendiri dengan segala keterbatasan yang mereka miliki yang diapresiasikan melalui mengambil foto sendiri atau bisa disebut selfie dan juga mengambil foto bersama atau bisa disebut wefie, dan kemudian menguploadnya ke media sosial Line sebagai bentuk kepuasan diri yang telah dicapai dan untuk mendapat pengakuan dari sesama pengguna media sosial Line atas eksistensinya.

Dan dalam iklan ini menampakkan gaya hidup masyarakat kalangan menengah kebawah, tetapi bukan berarti produsen Axis hanya memfasilitasi masyarakat kalangan menengah kebawah saja yang bisa menggunakan produk ini, melainkan masyarakat kalangan menengah atas juga bisa menggunakan produk ini dan apresiasi tersebut tampak pada harga yang diberikan. Hanya dengan Rp. 14.900,- dan kuota 1 GB masyarakat dapat eksis di media sosial dengan mengupload foto-foto narsisnya sebanyak mungkin, chat sesering mungkin setiap harinya, dan juga mendownload lagu sebanyak-banyaknya dalam jangka waktu 30 hari.