

# Representasi budaya dalam iklan bodrex 2022 (Analisis semiotika)

Oleh:

Risdan Dwiki Habibi 192022000108

**Dosen pembimbing :**

Dr. Didik hariyanto, M.Si

Program studi ilmu komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

# Latar belakang

Indonesia memiliki keberagaman dalam budaya, salah satunya dalam pakaian adat. Pakaian adat merupakan simbol budaya dari setiap daerah dan memiliki motif dan desain beranekaragam berdasarkan tempat asalnya dan memiliki makna tersendiri di setiap daerahnya. Dalam iklan bodrex tahun 2022 ini juga menampilkan pakaian adat dari daerah-daerah yang ada di Indonesia dan dalam iklan bodrex ini juga menunjukkan bentang alam indonesia dengan menampilkan kekayaan alamnya. Indonesia memiliki bentang alam yang luas dan indah, Terdapat gambaran pegunungan dan hamparan lautan yang menunjukkan bahwasanya Indonesia adalah negara kepulauan, ditambah lagi iklan bodrex 2022 ini melakukan pembaharuan pada video pemasarannya berupa iklan, sedangkan obat-obat yang populer di Indonesia antara lain oskadon, paramex, dst belum mengeluarkan iklan trobosan terbaru.

# Rumusan Masalah

- Pada penelitian kali ini peneliti ingin mengetahui unsur apa saja dalam video iklan bodrex 2022 yang mengandung representasi budaya Indonesia.
- Peneliti akan mencoba mencari tahu detail dari adegan-adegan yang di tampilkan dalam iklan bodrex 2022, detailnya antara lain asal budaya dan naman pakaian adat di daerah yang ditampilkan.

# Manfaat dan tujuan penelitian

- Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui unsur budaya yang digunakan pada iklan bodrex 2022
- Untuk mengetahui asal budaya dan nama pakaian adat yang ditampilkan
- **Manfaat**
- Untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya yang memiliki kemiripan tema
- Penelitian ini juga bermanfaat sebagai acuan/ bahan evaluasi bagi instansi terkait.

# Metode

penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan disiplin teori analisis semiotika oleh Roland Barthes. . Pemilihan analisis semiotika ini dilakukan karena metode ini dapat mengkaji berbagai fenomena budaya, termasuk sistem mode pakaian, menu makanan, bidang arsitektur, lukisan, film, iklan, dan karya sastra. Pendekatan semiotika *Roland Barthes* secara khusus membahas fenomena sehari-hari yang sering terabaikan, seperti representasi iklan Bodrex tahun 2022.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi terhadap video iklan bodrex 2022

# Hasil dan pembahasan

Pada tahun 2022 yang lalu bodrex mengeluarkan iklan yang bertemakan nusantara, pada iklan tersebut bodrex mencantumkan unsur budaya yang merupakan representasi dari budaya Indonesia. Berikut adalah adegan yang ada di iklan bodrex tersebut.

## Gambar



## keterangan

Menunjukkan pakaian adat dari Bali, pakaian adat ini biasa di gunakan untuk kepura dan acara-acara keagamaan lainnya. Pakaian adat ini terdiri dari kebaya dan selendang. Untuk sesaji yang biasa disebut canang, canang biasa dibawa saat acara-acara keagamaan. Makna dari pakaian adat Bali yang identik dengan warna-warna cerah memiliki nilai filosofi yaitu keceriaan serta keanggunan wanita Bali (denotasi). Makna dari warna-warna cerah pada baju adat Bali juga menggambarkan kesucian dan kesakralan, makna dari warna tersebut supaya masyarakat Bali selalu menjaga kesuciannya (konotasi). Makna sesajen dari daerah Bali memiliki arti berserah diri atas materi dan waktu dari yang diberikan oleh yang maha kuasa. mitos dari sesajen sendiri adalah berterimakasih kepada sang Hyang Widhi Wasa.

Menunjukkan baju adat dari Sumatra utara yang bernama Olos. Baju adat ini biasa digunakan dalam kegiatan upacara adat, pernikahan, dan upacara pemakaman. Merupakan pakaian adat Melayu Riau yang dikenakan oleh laki-laki. Pakaian adat ini memiliki bentuk yang mirip dengan busana Teluk Belanga. Hal ini bisa dilihat dari modelnya yaitu model baju berkerah, tidak berkancing dan pada bagian leher sebelah ke bawah sepanjang kurang lebih 5 cm. Tergantung pada konteksnya, Olos dapat menunjukkan beberapa hal yang berbeda. Olos adalah cara orang tua untuk mengekspresikan cinta mereka kepada anak-anak mereka dengan memberikan pemberkatan Hula-hula kepada mereka (denotasi). Dalam masyarakat Batak Toba, Olos juga merupakan representasi dari status janda atau duda bagi mereka yang telah kehilangan pasangan hidupnya (konotasi). Olos memiliki makna yang sangat dalam bagi kehidupan manusia. Menurut kepercayaan tradisional masyarakat Batak, keberadaan manusia didukung oleh tiga faktor: darah, nafas, dan panas.



# Kriteria Judul

## Gambar

## Keterangan



Menunjukkan baju adat dari provinsi Kalimantan utara yang bernama Ta'a. Baju adat ini biasa digunakan dalam upacara adat dan festival kebudayaan. Pakaian Ta'a adalah kain sarung yang diberi anyaman manik kecil berwarna-warni dengan motif khusus. Untuk membuat sarung menjadi panjang, bagian bawah Ta'a ditambah potongan-potongan kain aneka warna dan berbentuk segi empat kecil. Di mana dipasang berselang-seling. Ta'a Pakaian ini mencerminkan arti sederhana dan kemegahan. Ta'a juga melambangkan sifat perempuan Dayak yang penuh keberanian serta keyakinan diri. Pakaian Ta'a memiliki kesan anggun nan unik (denotasi). Pakaian ini bermaksud untuk menunjukkan bawah wanita Dayak adalah wanita yang mandiri (konotasi). Ta'a memiliki banyak hiasan, dimana semua itu mengartikan keberagaman (mitos).



Menampilkan betapa indahnya bentang alam di Indonesia. Gambar diatas menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara kepulauan dengan banyaknya pulau-pulau yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Bentuk wilayah Indonesia yang merupakan negara kepulauan menyebabkan banyaknya ragam suku dan budaya yang tersebar di seluruh nusantara (denotasi). Gambar pegunungan dan lautan pada gambar 4 merepresentasikan bahwa Indonesia terdiri dari banyaknya pegunungan dan lautan yang luas (konotasi).



# Siapkan tools ini

## Gambar

## keterangan



Mengambarkan bahwasanya Indonesia adalah negara kepulauan. Dengan adanya gambar di atas ini merepresentasikan bahwa kapal adalah salah satu alat transportasi tradisional yang umum digunakan di Indonesia. Jenis kapal yang digunakan dalam gambar 5 adalah sampan, sampan adalah kapal kecil yang biasanya digunakan untuk menyebrangi sungai maupun danau (denotasi). Sampan juga biasa digunakan untuk nelayan mencari ikan (konotasi). Dalam adegan di gambar 5 kapal memiliki motif gelombang yang memiliki makna lembut, luwes, dan dinamis, dan warna merah yang merepresentasikan cinta, berani, dan kuat (mitos).



Batik tritik sasingan berasal dari kata *sirang* atau *manyirang* yang dalam bahasa Banjar berarti menjelujur atau teknik menjahit menggunakan tangan. Motifnya dibuat dengan jahitan dengan teknik jelujur. Batik ini berasal dari daerah Kalimantan. Batik adalah karya produksi Indonesia yang merupakan kombinasi antara seni dan teknologi oleh nenek moyang bangsa Indonesia (denotasi). Pada gambar 6 diunjukkan salah satu jenis batik tritik yang memiliki motif garis, dimana garis lurus memiliki artian tegas dengan warna merah yang bermakna cinta, berani, dan kuat (konotasi). Batik tritik sasingan berasal kata Jawa 'tritik' yang menggambarkan proses menolak untuk mati di mana pola disimpan pada tekstil dengan mengikat dan daerah menjahit sebelum mati, serupa dengan teknik mengikat celup (mitos).

## Gambar

## Keterangan

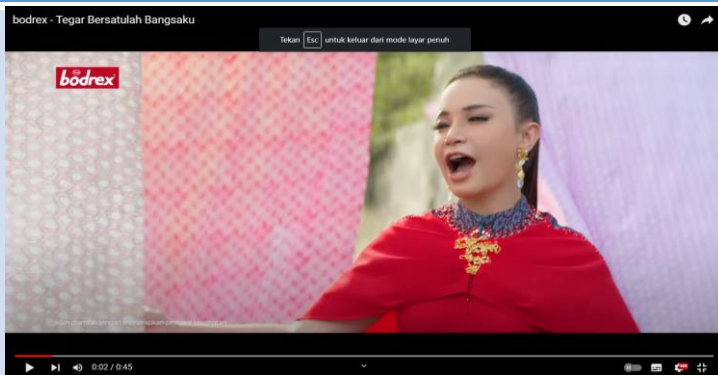


Baju adat Jawa piwulan sinandhi tengah yang biasa digunakan untuk acara pernikahan untuk kaum priyan. Pada zaman dulu pakaian ini sering digunakan oleh abdi dalam keraton. Seiring berjalannya waktu kegunaan pakaian ini biasa digunakan dalam acara-acara formal seperti hari Kartini. Dalam pakaian adat ini terdapat hiasan berupa keris, desain asimetris pada bagian depan dan belakang bawah baju Jawa memiliki tujuan untuk menyimpan keris di bagian belakang. Penempatan keris di bagian belakang ini memiliki makna bahwa manusia memiliki kemampuan untuk menolak berbagai godaan yang berasal dari setan, karena keris dianggap sebagai simbol perlawanan (denotasi). Keris juga menjadi salah satu senjata tradisional khas Jawa (konotasi). Keris memiliki fungsi sebagai alat tikam khas Jawa yang seiring berjalannya waktu keris menjadi salah satu benda pusaka dan memiliki daya spiritual yang tinggi (mitos),



Tarian Merak yang berasal dari Jawa Barat memiliki makna sebagai ekspresi pengaguman terhadap keindahan burung merak yang ada di alam liar (denotasi). Tarian ini umumnya ditampilkan oleh penari perempuan yang mengenakan busana yang sangat memukau, estetik, eksotis, dan memiliki gerakan yang komposisinya sangat menarik secara kinestetik. Dengan demikian, Tari Merak Sunda memiliki daya tarik yang unik bagi siapa pun yang menari maupun penonton (konotasi). Tari Merak adalah rasa kagum terhadap burung merak dalam habitat alaminya. Tarian ini terinspirasi dari perilaku burung merak jantan yang berusaha memikat perhatian burung merak betina (mitos).

## Gambar



## Keterangan

Ciri khas kain itu terletak pada motifnya yang cantik. Mayoritasnya bercorak cengkeh, pala, ikan dan karang. Nama Tubo berasal dari daerah penghasil pertamanya yakni di Tubo, Ternate Utara. Warna kain batik bervariasi namun didominasi warna-warna mencolok seperti merah, oranye, hijau dan kuning. Batik ini memiliki corak yang cerah untuk menggambarkan keceriaan dan kebahagiaan bagi penggunanya (konotasi). Motif bunga cengkeh dan pala yang ada pada batik Tubo memiliki makna atau penggambaran dari hasil alam yang ada di daerah tersebut (denotasi). Batik Tubo juga memiliki motif ikan dan karang, motif ini memiliki makna jika orang Maluku utara memiliki kedekatan dengan alamnya (mitos).

# Pembahasan

Hasil pembahasan dari penelitian ini adalah bodrex produk obat sakit kepala yang mengangkat budaya Indonesia dalam iklannya, berdasarkan paparan deskripsi dan gambar analisis semiotika di atas dapat dilihat bahwasanya iklan bodrex terbaru 2022 ini mengangkat tema nusantara yang mengedepankan kekayaan suku, budaya yang ada di negara Indonesia. Kebudayaan Indonesia sangatlah beragam, termasuk dalam bentuk pakaian adat yang menjadi salah satu wujud kekayaan budaya. Indonesia sebagai negara kepulauan dengan banyak suku, budaya, dan ras, memiliki keragaman pakaian adat yang khas dari setiap daerah. Pakaian adat ini merupakan simbol budaya dari masing-masing daerah, dengan motif dan desain yang beragam sesuai dengan tempat asalnya, dan memiliki makna tersendiri di setiap daerah,

Dalam iklan Bodrex tahun 2022, terlihat pakaian adat dari berbagai daerah di Indonesia. Iklan ini juga menampilkan keindahan alam Indonesia, dengan gambaran pegunungan dan hamparan lautan yang menunjukkan karakter negara kepulauan. Pakaian adat menjadi salah satu aspek yang diangkat dalam iklan tersebut, menggambarkan keanekaragaman budaya Indonesia.



# Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah iklan bodrex 2022 menggunakan tema nusantara yang mengedepankan kekayaan ragam budaya yang ada di Indonesia, bodrex membuat iklan bertema nusantara karena kebudayaan Indonesia sangatlah beragam, termasuk dalam bentuk pakaian adat yang menjadi simbol budaya dari setiap daerah di Indonesia. Iklan Bodrex tahun 2022 menggambarkan keberagaman pakaian adat dari berbagai daerah di Indonesia serta keindahan alam negara kepulauan ini. Budaya Indonesia mencakup beragam budaya lokal yang merupakan hasil dari perpaduan budaya daerah yang semakin kuat. Pakaian adat juga sering digunakan dalam upacara adat dengan tujuan yang berbeda-beda. Iklan Bodrex tahun 2022 merepresentasikan keanekaragaman budaya Indonesia dan menggunakan metode analisis semiotika untuk mengungkap makna dan simbol yang terkandung.. Penelitian tentang representasi budaya dalam iklan Bodrex tahun 2022 menggunakan pendekatan analisis semiotika untuk memahami cara iklan merepresentasikan budaya Indonesia. Kesimpulan ini menekankan pentingnya keberagaman budaya Indonesia dan iklan Bodrex sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan budaya serta menggambarkan identitas dan keindahan alam negara kepulauan ini.

# Referensi

- [1] D. R. Aprilia, "Iklan dan Budaya Popular : Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan ( Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene )," pp. 41–65, 2002.
- [2] Harli Brata Wardhana and D. Hariyanto, "Identitas suatu kebudayaan dapat dilihat dari bentuk interaksi sosial maupun hal yang berupa fisik, misalnya pakaian, arsitektur / bentuk bangunan, alat bantu kehidupan, dan lain-lain."
- [3] Didik Hariyanto and Ferry Adhi Dharma, *Buku Ajaran Komunikasi Lintas Budaya*.
- [4] H. M. . Nahak, "Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi," *J. Sociol. Nusant.*, vol. 5, no. 1, pp. 65–76, 2019, doi: 10.33369/jsn.5.1.65-76.
- [5] K. Fathoni, J. A. Nur Hasim, and M. Z. Fathony, "Pengenaln Pakaian Adat Indonesia Menggunakan Teknologi Kinect," *SCAN - J. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 10, no. 2, pp. 7–14, 2015, [Online]. Available: <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/scan/article/view/602>
- [6] N. Aeni, "Upacara Adat Dalam Perawatan Maternal Di Desa Jrahi Dan Desa Pakem," *J. Litbang Media Inf. Penelitian, Pengemb. dan IPTEK*, vol. 11, no. 1, pp. 56–64, 2018, doi: 10.33658/jl.v11i1.61.



- [7] E. Suwangsih, U. P. Indonesia, K. Purwakarta, and A. Pendahuluan, "Penelitian Relevan\_Misel dan Erna," vol. 10, no. 2, pp. 27–36, 2016.
- [8] S. Maharsi, "Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 2, pp. 127–137, 2000, doi: 10.9744/jak.2.2.pp.127-137.
- [9] R. Gora, "REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI (Studi Analisis Semiotika Iklan Beng Beng Versi 'Great Date')," *J. Semiot.*, vol. 10, no. Juni, pp. 151–179, 2016.
- [10] A. Pratiwi, "Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai Perindo)," *Profetik J. Komun.*, vol. 11, no. 2, p. 17, 2018, doi: 10.14421/pjk.v11i2.1426.
- [11] Lukitaningsih Ambar, "IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta," *J. Ekon. Dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 2, pp. 116–129, 2013, [Online]. Available: <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670>
- [12] H. Handoyo, "Pengaruh Pengalaman, Kepercayaan, Citra Terhadap Loyalitas Merek Dan Dampaknya Terhadap Sikap Konsumen Pada Perluasan Merek Obat Flu Dan Batuk," *JEBI | J. Ekon. Bisnis Indones.*, vol. 13, no. 1, pp. 12–24, 2018, doi: 10.36310/jebi.v13i1.92.
- [13] U. Islam, N. Maulana, and M. Ibrahim, "SAKIT KEPALA Fayola Issalillah , Rafadi Khan Khayru Pendahuluan," vol. 2, no. 1, pp. 33–42, 2022.
- [14] N. Fadillah and S. N. Sounvada, "Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita 'Kita Tak Sendiri' Episode 4," *Vis. Herit. J. Kreasi Seni dan Budaya*, vol. 2, no. 03, pp. 201–214, 2020, doi: 10.30998/vh.v2i03.855.
- [15] B. S. S. Wijaya, L. S. M. W. Kurniawan, R. F. Marta, D. Dimiyati, and E. Hidayat, "Menarasikan Pencak Silat Pada Iklan Marjan 2011 Dan 2018 Dari Perspektif Chatman," *Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 9, no. 2, pp. 130–140, 2021, doi: 10.14710/interaksi.9.2.130-140.
- [16] F. D. Yuliyanti, "Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond 's Men," *J. Komun.*, vol. 9, no. 1, pp. 16–30, 2017, [Online]. Available: <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/180/645>
- [17] U. M. Bone, "SEMIOTIK," no. January, 2019, doi: 10.13140/RG.2.2.21963.41767.

