

Representasi identitas budaya Papua dalam iklan

by Karen Allen

Submission date: 03-Jul-2024 10:53AM (UTC-0400)

Submission ID: 2409346629

File name: Representasi_identitas_budaya_Papua_dalam_iklan.docx (5.9M)

Word count: 4580

Character count: 31111

(Analisis Semiotika Roland barthes dalam iklan kuku bima)

M Fadillah Visianto, M Andi Fikri¹

⁵ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia²

Email Penulis Korespondensi:

Abstract. *This research aims to analyze the representation of Papuan culture in the Kuku Bima advertisement using a semiotic analysis approach. Through this research, researchers want to understand how Papuan culture is represented in advertisements, as well as how cultural symbols and signs are used in the context of these advertisements. The research method used is semiotic analysis, namely in-depth observation of the Kuku Bima advertisement. Based on this analysis, researchers will identify the semiotic elements used in advertising, such as images, words and music, and analyze the meaning contained therein. This research will reveal how the Kuku Bima advertisement represents Papuan culture, both through the use of traditional symbols, the use of language, and through story themes that depict the daily lives of Indonesian people. The research is entitled Representation of Papuan Culture in the Kuku Bima Advertisement. The results of this research will provide insight into how Papuan culture is presented in commercial advertising, as well as its impact on people's cultural perceptions and identity.*

Keywords - Cultural representation, advertising, semiotic analysis

19

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi budaya papua dalam iklan kuku bima dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika. Melalui studi ini, peneliti ingin memahami bagaimana budaya papua direpresentasikan dalam iklan tersebut, serta bagaimana simbol-simbol dan tanda-tanda budaya digunakan dalam konteks iklan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika, yang melibatkan pengamatan mendalam terhadap iklan Kuku bima. Berdasarkan analisis ini, peneliti akan mengidentifikasi elemen-elemen semiotik yang digunakan dalam iklan, seperti gambar, kata-kata, dan musik, serta menganalisis makna yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini akan mengungkap cara iklan Kuku bima merepresentasikan budaya papua, apakah melalui penggunaan simbol-simbol tradisional, penggunaan bahasa, atau melalui tema cerita yang menggambarkan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Kesimpulan dari penelitian ini adalah iklan kuku bima menggunakan tema nusantara yang mengedepankan kekayaan ragam budaya yang ada di indonesia, kuku bima membuat iklan bertema nusantara karena kebudayaan indonesia sangat beragam, termasuk dalam bentuk pakaian adat yang menjadi simbol budaya dari setiap daerah di indonesia.

Kata kunci - representasi budaya, iklan, analisis semiotika

I. PENDAHULUAN

Kebudayaan adalah perilaku yang diciptakan secara sistematis oleh manusia melalui proses berpikir dan belajar tentang lingkungan hidupnya. (Syam 2015) Kebudayaan adalah kebudayaan, yaitu keseluruhan proses pelestarian, penafsiran, dan pengelolaan suatu daerah agar makna budaya yang dikandungnya dapat tetap terjaga dengan baik. (Wirastari dan Suprihardjo 2012) Kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil kerja manusia dalam rangka kehidupan bermasyarakat yang menjadi milik manusia melalui pembelajaran. (Rahmawati 2015). Kebudayaan merupakan hasil kerja manusia. Sedangkan peradaban adalah perkembangan kebudayaan manusia yang mampu berkembang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. (Miftahul, Weding dan Demak 2019)

Pengertian Periklanan adalah publisitas adalah kondisi sejauh mana efek pesan iklan yang disampaikan dapat menarik perhatian, dipahami, dipahami, menggugah emosi dan memprovokasi sasaran untuk mewujudkan tujuan tersebut. hal-hal yang diinginkan. umpan balik (Effendy, 2002, hlm.32-33). (Gunawan 2014). Periklanan adalah segala bentuk presentasi nonpribadi yang dimaksudkan untuk mempromosikan gagasan atau memberikan informasi mengenai kelebihan dan manfaat produk yang disponsori oleh sponsor tertentu. (Solihin 2015). Periklanan adalah proses yang sangat penting untuk memasarkan produk suatu perusahaan karena merupakan urat nadi suatu bisnis. (Laïla 2017). Periklanan merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian masyarakat, karena tanpa perhatian tidak mungkin timbul minat. (Linguistik 2014). Periklanan merupakan suatu pesan penyediaan produk, barang atau jasa kepada masyarakat melalui media. (Nirmala 2020). Iklan merupakan cara yang tepat untuk memasarkan produk yang akan dibawa ke pasar. Rudika Herminingtyas

Fungsi periklanan Fungsi periklanan adalah periklanan merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi non-pribadi yang disampaikan oleh media dengan membayar ruang yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi persuasif kepada konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha, organisasi non-komersial, dan pihak-pihak yang berkepentingan individu. Demikian pula Wright (1978) yang dikutip oleh Liliweri (1992: 20) berpendapat bahwa periklanan adalah suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan besar sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan jasa dan ide atau pemikiran melalui saluran tertentu. dalam bentuk informasi persuasif. Peneliti tertarik untuk menulis penelitian ini karena membahas tentang iklan Nail Bima terbaru tahun 2023 karena media masa kini lebih mumpuni dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Pencarian tersebut berisi referensi dari jurnal.

Untuk mengetahui makna atau simbol yang ada dalam iklan kuku bima dengan menggunakan analisis semiotika dengan teori Roland Barthes. Menganalisis representasi budaya Indonesia dalam iklan kuku bima berdasarkan pendekatan analisis semiotika. Mengidentifikasi elemen-elemen semiotik yang digunakan dalam iklan tersebut, seperti gambar, kata-kata, dan musik, untuk memahami cara mereka merepresentasikan budaya Indonesia. Menjelaskan makna dan simbol-simbol budaya yang terkandung dalam iklan kuku bima, serta menginterpretasikan cara mereka berkontribusi terhadap representasi budaya. Memahami bagaimana penggunaan simbol-simbol tradisional, penggunaan bahasa, dan tema cerita dalam iklan kuku bima menggambarkan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Menganalisis dampak representasi budaya Indonesia dalam iklan kuku bima terhadap persepsi dan identitas budaya masyarakat, serta mempertimbangkan implikasi budaya yang mungkin timbul dari iklan tersebut. Memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang cara periklanan komersial merepresentasikan budaya Indonesia, dengan harapan dapat mendorong pengembangan iklan yang lebih responsif terhadap konteks budaya dan mempromosikan keberagaman budaya Indonesia.

Semiotika berasal dari kata Yunani “Semeion” yang berarti tanda. Dalam bahasa Inggris, semiotika berarti sistem simbol dari segala bentuk komunikasi dengan tanda, makna kebahasaan, film, gerak tubuh, ekspresi wajah dan karya sastra berupa musik atau kebudayaan manusia itu sendiri. Semiotika adalah ilmu sosial yang mempelajari dunia sebagai suatu sistem hubungan “simbolis” dengan suatu kesatuan yang mendasarinya (Sobur, 2006: 87). Semiotika dan semiotika mempunyai istilah dan makna yang sama. Istilah “semiotika” pertama kali diperkenalkan oleh filsuf Swiss Ferdinand de Saussure pada awal abad ke-20. Menurut Saussure, sebuah tanda terdiri dari dua komponen: penanda (yang membawa makna) dan petanda (yang membawa makna). Semiotika juga mempelajari bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan dalam konteks budaya, sosial, dan linguistik untuk menyampaikan pesan, makna, dan nilai. Semiotika juga berkaitan dengan analisis dan interpretasi tanda-tanda dalam konteks yang berbeda, seperti dalam seni, sastra, media, periklanan atau tanda-tanda kehidupan sehari-hari. Kajian semiotika berkaitan dengan pemahaman bagaimana tanda-tanda dibentuk, digunakan dan dipahami oleh masyarakat dan bagaimana tanda-tanda tersebut dapat digunakan untuk memahami budaya, identitas dan pemahaman masyarakat tentang dunia. Dalam semiotika, terdapat beberapa konsep-konsep penting, seperti denotasi (makna harafiah suatu tanda), konotasi (makna konseptual atau berdasarkan penafsiran pribadi), serta hubungan antar tanda dalam suatu sistem simbol kepala sekolah. Semiotika juga mempelajari struktur bahasa, ekspresi dan interpretasi tanda-tanda dalam berbagai budaya dan konteks komunikasi. Dengan demikian, semiotika merupakan ilmu yang membantu kita memahami bagaimana tanda dan makna diciptakan, dipahami, dan digunakan dalam komunikasi. Sebagai subjek ilmiah, semiotika digunakan dalam berbagai bidang, seperti linguistik, sastra, seni, media, antropologi dan komunikasi, untuk menganalisis dan memahami proses komunikasi, kontak manusia dalam berbagai bentuk. Semiotika juga dapat membantu mengungkap makna tersembunyi dari tanda-tanda yang kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Semiotika dapat membantu kita memahami bagaimana tanda-tanda membentuk pemahaman kita tentang dunia dan bagaimana tanda-tanda dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, nilai-nilai, dan identitas budaya. Kode Roland Barthes Ada lima kode Roland Barthes yang digunakan untuk menemukan kosakata yang dapat dijadikan tanda. Pertama, Kode Hermeneutik merupakan kode yang menampilkan teks dalam bentuk teka-teki untuk mencari kebenaran. Kode ini dapat memberikan solusi terhadap permasalahan atau jawaban dari permasalahan yang ada. Dua kode konotatif (kode semantik atau simbolik) merupakan kode simbolik dalam teks yang mempunyai makna kiasan dan biasanya dikaitkan dengan kata benda tertentu. Ketiga, Kode Simbolik merupakan kode yang memberikan “kontras” pada teks, seperti panjang dan pendek, maskulin-feminin, siang-malam. Istilah kode simbolik juga dapat dipahami sebagai lambang atau lambang personifikasi manusia dalam memahami makna kehidupan. Keempat, kode tindakan merupakan kode tindakan atau perbuatan seseorang. Kode ini adalah tambahan terpenting pada teks bagi pembaca. Realitas disajikan sebagai narasi berurutan dalam aksi atau dalam sejarah dan fiksi. Kelima, kode budaya (Cultural code atau reference code) adalah kode-kode yang dikaitkan dengan realitas budaya, karena konteks karya sastra berkaitan dengan budaya-budaya sebelumnya.

Salah satu bidang penting yang dieksplorasi Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Makna, meskipun merupakan ciri awal suatu tanda, tetap memerlukan aktivitas pembaca agar dapat berfungsi. Barthes melihat secara langsung apa yang sering disebutnya sebagai sistem makna tingkat kedua, yang dibangun di atas sistem-sistem lain yang sudah ada sebelumnya. Barthes menyebut sistem kedua ini sebagai konotasi, yang dalam Mitologinya ia bedakan dengan jelas dari sistem denotasi atau tingkat makna yang pertama. Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan tanda, yaitu tingkat denotatif dan tingkat konotatif. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan 39 hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Barthes berpendapat bahwa konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tatanan pertandaan kedua. Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung tatkala tanda bertemu dengan perasaan atau emosi

penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Ini terjadi tatkala makna bergerak menuju subjektif atau setidaknya intersubjektif. Semuanya itu berlangsung ketika interpretant dipengaruhi sama banyaknya oleh penafsir dan objek atau tanda. Bagi Barthes, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tatanan pertama merupakan tanda konotasi. Makna denotatif yang didapat pada semiosis tingkat pertama dan makna dekatan semiotik terletak pada tingkat kedua atau pada tingkat signified, makna pesan dapat dipahami secara utuh (Barthes, 1998: 172 - 173). Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan beroperasinya ideologi, yang disebutnya "mitos" dan digunakan untuk mengungkapkan dan membenarkan nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu era tertentu. Dalam mitos juga terdapat model tiga dimensi yaitu penanda, petanda, dan tanda. Namun sebagai suatu kesatuan sistem, mitos dibangun oleh serangkaian makna yang tersedia, atau dengan kata lain mitos juga merupakan sistem makna tingkat kedua. Dalam mitologi, sebuah tanda bisa memiliki banyak simbol. Pada dasarnya apapun bisa menjadi legenda, suatu hari suatu legenda muncul dan hilang di lain hari karena digantikan oleh legenda yang lain. Legends mengambil penghitung yang ada dan membuatnya berfungsi seperti penghitung di level lain. Penciptaan mitos dalam teks membantu pembaca menggambarkan situasi budaya dan sosial, mungkin politik, di sekitarnya. Namun mitos juga memiliki aspek tambahan yang disebut naturalisasi. Berkat itu, sistem makna menjadi masuk akal dan diterima sebagaimana adanya pada waktu tertentu, dan mungkin tidak pada waktu lain. Refleksi Barthes tentang mitos tampaknya memperluas lebih jauh apa yang diasumsikan Saussure tentang hubungan antara bahasa dan makna atau antara penanda dan petanda. Namun apa yang dilakukan Barthes sebenarnya melampaui apa yang dilakukan Saussure. Bagi Barthes, mitos terletak pada makna tingkat kedua atau tingkat konotasi linguistik. Jika Saussure berpendapat bahwa makna adalah apa yang diwakilkan oleh simbol-simbol, maka Barthes menambahkan makna tersebut pada makna pada tataran konotasi. Bagi Barthes, makna sebenarnya mengacu pada sesuatu yang dianggapnya sebagai mitos, dan mitos tersebut mempunyai implikasi ideologis tertentu.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali representasi identitas budaya Papua dalam iklan Kuku Bima. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana identitas budaya Papua direpresentasikan dalam iklan tersebut.

III. Pembahasan

KukuBima Ener-G ! C1000 adalah satu-satunya minuman energi dengan kandungan Vitamin C 1000 mg, ginseng, royal jelly, dan Vitamin B kompleks yang baik untuk menambah stamina dan memelihara daya tubuh sehingga tubuh menjadi sehat.



Gambar 1. Raja Ampat

<https://www.youtube.com/watch?v=hmMT5Yr8qMI>

Makna denotasi:

Raja Ampat adalah sebuah nama tempat yang memiliki denotasi sebagai sebuah gugusan pulau di Indonesia, tepatnya di Provinsi Papua Barat. Raja Ampat terkenal karena keindahan alam bawah lautnya yang memukau, terutama keberagaman hayati bawah lautnya yang kaya. "Raja Ampat" dapat diartikan sebagai "Empat Raja" dalam bahasa Indonesia. Nama tersebut diyakini berasal dari legenda lokal yang mengisahkan tentang empat putra raja yang mendiami daerah tersebut. Dengan demikian, denotasi "Raja Ampat" secara sederhana merujuk pada kawasan geografis yang terdiri dari banyak pulau di wilayah Indonesia, yang terkenal karena keindahan alamnya, terutama kekayaan biota lautnya yang luar biasa.

Makna konotasi:

Raja Ampat konotasinya meliputi kekayaan alam yang luar biasa, keindahan alam bawah laut yang menakjubkan, dan kemegahan dari keindahan alam Indonesia. Nama "Raja Ampat" sendiri telah menjadi sinonim untuk destinasi wisata alam yang eksotis dan menakjubkan di Indonesia. Konotasinya mencakup kekayaan terumbu karang, keanekaragaman hayati, dan keindahan lanskap laut yang menarik para penyelam dan wisatawan dari seluruh dunia. Selain itu, "Raja Ampat" juga mencerminkan kemewahan alam dan keindahan yang belum tersentuh oleh urbanisasi atau industri. Secara konotatif, "Raja Ampat" sering dihubungkan dengan kemegahan alam yang alami, eksotis, dan mempesona, menunjukkan kekayaan dan keindahan alam Indonesia yang masih asli dan alami. Dengan demikian, secara keseluruhan, konotasi "Raja Ampat" merujuk pada keindahan alam yang spektakuler, yang memberikan pengalaman tak terlupakan bagi para pengunjungnya.

Mitos:

Raja Ampat, selain terkenal dengan keindahan alamnya, juga memiliki beragam mitos dan legenda yang menjadi bagian dari budaya dan sejarah lokal. Salah satu mitos yang terkenal adalah tentang asal usul nama

"Raja Ampat" sendiri, yang berasal dari cerita rakyat setempat. Cerita tersebut menceritakan tentang empat putra raja yang mendiami daerah itu. Mereka diyakini sebagai pelindung alam dan sumber kekayaan alam Raja Ampat. Selain itu, ada juga mitos dan legenda seputar kekayaan alam yang ada di Raja Ampat, seperti tentang keberadaan harta karun yang tersembunyi di dalam gua atau terumbu karang. Beberapa mitos lokal mungkin juga berkaitan dengan makhluk-makhluk mitologis atau cerita-cerita tentang nenek moyang dan asal usul suku-suku yang mendiami daerah tersebut. Mitos dan legenda sering kali menjadi bagian integral dari budaya suatu tempat, menyampaikan nilai-nilai dan keyakinan masyarakat setempat. Mereka tidak hanya menghibur, tetapi juga menceritakan asal usul dan identitas suatu tempat, serta mencerminkan cara pandang dan hubungan manusia dengan alam sekitarnya. Mitos Raja Ampat menggarisbawahi pentingnya hubungan manusia dengan alam serta kekayaan alam yang harus dijaga dan dihormati.



Gambar 2. Telaga Bintang

<https://www.youtube.com/watch?v=hmMT5Yr8qMI>

Makna denotasi:

Telaga bintang mengacu pada sebuah telaga atau danau yang memiliki konotasi khusus terkait dengan bintang. Namun, telaga bintang sendiri mungkin merujuk pada berbagai tempat di berbagai budaya yang memiliki nama serupa, atau dalam konteks mitologi atau legenda tertentu. Dalam banyak budaya, bintang sering dikaitkan dengan hal-hal yang bersifat spiritual atau mistis, seperti keberuntungan, kejemihan, atau kesucian. Dengan demikian, "telaga bintang" dapat memiliki makna yang menggambarkan suatu tempat yang dianggap suci, magis, atau memancarkan keindahan tertentu yang terkait dengan keanggunan bintang. Namun, tanpa konteks yang spesifik, "telaga bintang" bisa memiliki arti yang berbeda tergantung pada sejarah, budaya, atau cerita rakyat yang terkait dengan tempat tersebut. Dalam konteks geografis, "telaga bintang" bisa merujuk pada nama geografis tertentu, misalnya sebuah danau atau tempat alam yang terkenal dengan keindahan alamnya atau memiliki karakteristik yang terkait dengan bintang atau langit.

Makna konotasi:

Telaga bintang bisa mencakup asosiasi-asosiasi yang berkaitan dengan kemegahan, keindahan, dan keajaiban. Kombinasi antara telaga dan bintang membawa gambaran tentang tempat yang indah, tenang, dan misterius, yang mungkin dihiasi dengan bintang-bintang gemerlap di langit malam. Konotasi telaga bintang juga dapat menggambarkan tempat yang dianggap suci, magis, atau keramat dalam suatu budaya. Mungkin saja ada kisah atau legenda lokal yang terkait dengan "telaga bintang," yang menambah dimensi mistis atau spiritual pada konotasi tersebut. Selain itu, telaga bintang juga bisa merujuk pada tempat yang dianggap sebagai sumber inspirasi atau kebijaksanaan spiritual, di mana orang-orang pergi untuk merenung atau mencari kedamaian dalam pikiran mereka. Dengan demikian, konotasi "telaga bintang" mencerminkan kedamaian, keindahan, dan kemisteriusan yang dapat ditemukan di tempat tersebut.

Mitos:

Telaga Bintang tidak memiliki cerita atau legenda spesifik yang dapat dihubungkan secara universal. Namun, dalam berbagai budaya dan tradisi, istilah "Telaga Bintang" dapat mengacu pada cerita atau legenda yang beragam tergantung pada latar belakang budaya atau sejarah masyarakat tertentu. Secara umum, mitos atau legenda yang terkait dengan Telaga Bintang mungkin berfokus pada aspek-aspek mistis atau spiritual, terutama yang terkait dengan keajaiban alam atau keberadaan makhluk gaib di sekitar telaga tersebut. Cerita-cerita semacam itu sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan moral atau mengajarkan nilai-nilai penting kepada generasi masyarakat setempat. Di banyak kisah, Telaga Bintang dapat menjadi tempat suci di mana dewa atau makhluk mitologis tinggal, atau mungkin dianggap sebagai tempat suci untuk melakukan ritual atau upacara tertentu. Mitos Telaga Bintang mungkin juga berkaitan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat, yang mungkin percaya bahwa air dari telaga tersebut memiliki kekuatan penyembuhan atau kekuatan magis lainnya. Namun, penting untuk diingat bahwa cerita-cerita mitos Telaga Bintang dapat berbeda-beda tergantung pada konteks budaya dan sejarah masyarakat yang menceritakannya. Cerita-cerita ini sering kali menjadi bagian integral dari warisan budaya suatu daerah, yang menandai pentingnya alam dan keajaiban yang ada di sekitar kita.



Gambar 3, Teluk Kabui

<https://www.youtube.com/watch?v=hmMT5Yr8qMI>

Makna denotasi:

Teluk Kabui adalah sebuah teluk yang terletak di Kepulauan Raja Ampat, Papua Barat, Indonesia. Teluk mengacu pada bagian dari laut yang menjorok ke daratan, memiliki perairan yang relatif tenang dibandingkan dengan lautan terbuka. Kabui sendiri mungkin merupakan nama yang berasal dari bahasa daerah setempat yang menggambarkan karakteristik geografis atau sejarah kawasan tersebut. Dengan demikian, denotasi Teluk Kabui merujuk pada suatu wilayah geografis yang merupakan bagian dari keindahan alam Raja Ampat, yang memiliki perairan tenang dan lanskap yang memukau. Teluk Kabui dikenal karena formasi karstiknya yang indah, dengan pulau-pulau kecil dan tebing-tebing batu kapur yang menciptakan pemandangan yang memukau. Teluk Kabui juga merupakan tempat populer bagi para wisatawan yang menyukai kegiatan seperti snorkeling, menyelam, dan menjelajahi keindahan alam. Wilayah ini menawarkan keindahan alam yang menakjubkan, termasuk air jernih, terumbu karang yang indah, dan pemandangan laut yang menakjubkan.

Makna konotasi:

Teluk Kabui mencerminkan keindahan alam yang menakjubkan dan eksotis. Kombinasi kata Teluk dan Kabui memberikan gambaran tentang tempat yang eksotis, tenang, dan mempesona, dihiasi dengan keajaiban alam yang luar biasa. Konotasi ini juga mengandung sentuhan misteri dan keanggunan, menunjukkan tempat yang memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri. Selain itu, konotasi Teluk Kabui mungkin juga mencerminkan kedamaian dan ketenangan, menandakan tempat yang cocok untuk relaksasi, meditasi, atau penyembuhan jiwa. Keindahan alamnya yang menakjubkan dapat menciptakan suasana yang menenangkan dan menyenangkan bagi pengunjungnya. Teluk Kabui juga dapat dihubungkan dengan keajaiban alam yang belum tersentuh oleh industrialisasi atau urbanisasi, menekankan keaslian dan keelokan alam. Konotasi ini memancarkan pesan tentang pentingnya melestarikan keindahan alam alami dan keberlanjutan lingkungan, serta kebutuhan untuk menjaga tempat-tempat indah seperti Teluk Kabui agar tetap terjaga dan dilestarikan bagi generasi mendatang.

Mitos:

Teluk Kabui sendiri merupakan sebuah tempat yang terkenal dengan keindahan alamnya, namun tidak banyak mitos atau legenda yang secara spesifik terkait dengan tempat ini. Meskipun demikian, dalam budaya setempat atau mitologi lokal, mungkin ada cerita-cerita yang beredar yang mengaitkan dengan keajaiban alam dan keunikan dari Teluk Kabui. Mungkin ada kisah-kisah lokal yang menceritakan tentang makhluk-makhluk gaib atau legenda sejarah tentang asal usul nama Kabui atau fenomena alam yang unik di teluk tersebut. Beberapa mitos mungkin juga berkaitan dengan kekuatan magis atau spiritual dari teluk tersebut, yang bisa termasuk kisah-kisah tentang perlindungan dari roh-roh atau kisah-kisah mistis lainnya yang terkait dengan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Mitos-mitos ini tidak hanya menjadi bagian dari warisan budaya suatu daerah, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk mengajarkan nilai-nilai budaya, menjaga lingkungan, atau menegaskan pentingnya melestarikan keindahan alam dan keajaiban alam di sekitar kita.



Gambar 4. Baju Kurung

<https://www.youtube.com/watch?v=hmMT5Yr8qMI>

Makna denotasi:

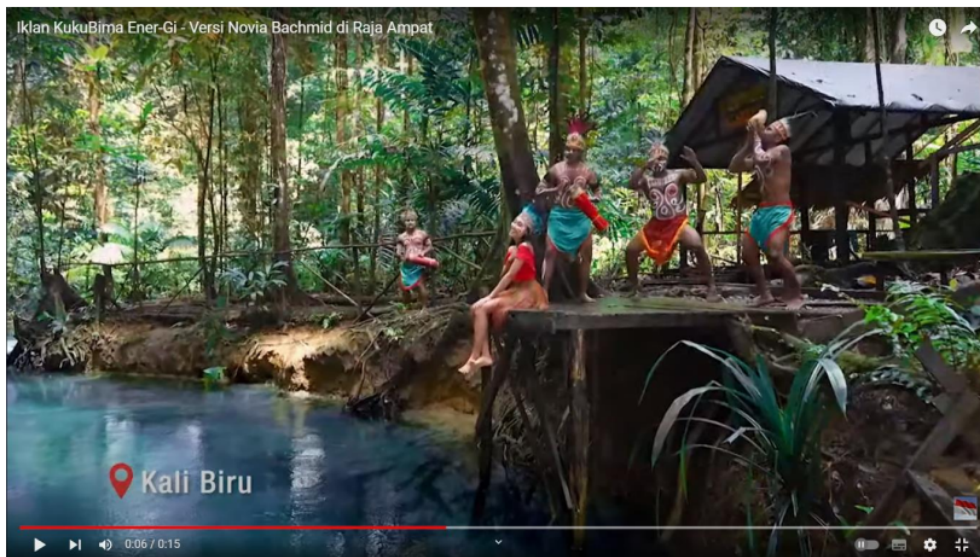
Baju kurung merujuk pada pakaian yang memiliki atasan longgar dan rok panjang yang melingkungi tubuh secara longgar. Baju sendiri adalah kata dalam bahasa Indonesia yang berarti pakaian, sedangkan kurung mungkin berasal dari kata dalam bahasa Melayu yang berarti membatasi atau membatasi gerakan. Dengan demikian, denotasi baju kurung secara sederhana merujuk pada pakaian tradisional yang terdiri dari baju longgar dan rok panjang, yang digunakan terutama oleh perempuan di negara-negara tersebut. Pakaian ini umumnya dipakai dalam berbagai acara formal, ritual, atau festival tradisional, dan sering kali bervariasi dalam desain, warna, dan hiasan tergantung pada budaya dan adat istiadat setempat. Selain itu, baju kurung juga bisa mengacu pada berbagai jenis desain dan variasi modern yang telah berkembang seiring waktu.

Makna konotasi:

Baju kurung mencerminkan nilai-nilai tradisional, kesopanan, dan keanggunan. Pakaian ini sering dihubungkan dengan kesederhanaan, keramahan, dan keramahan budaya, serta mencerminkan identitas budaya yang kuat. Konotasi ini juga mencakup elemen-elemen seperti keanggunan, ketenangan, dan ketertiban, menunjukkan nilai-nilai klasik dan ketenangan yang dikaitkan dengan pakaian tradisional. Selain itu, baju kurung juga dapat menggambarkan keindahan dan keanggunan dalam kesederhanaan, menunjukkan bahwa keelokan dan kemuliaan dapat dicapai melalui kesederhanaan dan ketertiban. Konotasi ini juga sering kali mencerminkan pemahaman yang mendalam terhadap warisan budaya dan identitas yang kuat, yang dijunjung tinggi dalam kehidupan sehari-hari dan perayaan kebudayaan. Pada level yang lebih luas, baju kurung juga bisa mencerminkan kesatuan dan keharmonisan, menunjukkan keragaman budaya yang ada di berbagai negara yang menggunakan pakaian ini. Konotasi ini menekankan pentingnya keragaman dan persatuan dalam masyarakat yang majemuk, di mana berbagai budaya dan tradisi dapat hidup berdampingan dalam harmoni dan saling menghormati.

Mitos:

Tidak ada mitos atau cerita khusus yang terkait dengan baju kurung dalam konteks mitologi atau legenda tertentu. Namun, pakaian tradisional seperti baju kurung sering memiliki sejarah yang kaya dan sering kali terkait dengan cerita-cerita sejarah atau mitos tentang asal usulnya. Meskipun demikian, mitos atau legenda terkait baju kurung mungkin berbeda-beda tergantung pada budaya dan tradisi masyarakat yang memakainya. Beberapa kisah atau legenda mungkin berkaitan dengan pembuatannya, asal usulnya, atau bagaimana pakaian tersebut menjadi simbol penting dalam budaya atau masyarakat tertentu. Mungkin ada kisah-kisah yang menjelaskan simbolisme atau makna mendalam dari setiap bagian atau motif yang terdapat dalam baju kurung. Selain itu, mitos atau legenda terkait baju kurung juga mungkin terkait dengan pemakaiannya dalam acara atau upacara adat tertentu, dan bagaimana pakaian ini menjadi bagian penting dari identitas budaya suatu komunitas. Kisah-kisah ini dapat menyoroti nilai-nilai penting seperti tradisi, persatuan, dan kebanggaan budaya yang diwariskan melalui penggunaan dan pembuatan pakaian tradisional seperti baju kurung.



Gambar 5. Baju Kain Rumput

<https://www.youtube.com/watch?v=hmMT5Yr8qMI>

Makna denotasi:

Baju kain rumput tidak termasuk dalam pakaian tradisional yang umum atau dikenal secara luas. Namun baju kain rumput dapat merujuk pada pakaian yang terbuat dari bahan serat tumbuhan yang mirip dengan rumput. Meskipun tidak umum digunakan dalam konteks sehari-hari, istilah ini mungkin mengacu pada jenis pakaian yang dibuat dari bahan alami yang tidak biasa. Namun, perlu dicatat bahwa istilah baju kain rumput mungkin mengacu pada produk pakaian yang khusus atau unik dari suatu daerah atau budaya tertentu, yang dikenal dengan pakaian yang terbuat dari serat tumbuhan tertentu yang mirip dengan rumput dalam tekstur atau penampilan. Namun, jenis pakaian semacam itu mungkin tidak umum ditemukan atau dikenal di sebagian besar masyarakat. Dalam beberapa konteks, baju kain rumput juga bisa merujuk pada desain pakaian yang memiliki motif atau tekstur yang terinspirasi oleh rumput atau alam, sering kali dengan tujuan mendukung keberlanjutan dan kesadaran lingkungan. Pakaian semacam itu mungkin dirancang untuk mempromosikan penggunaan bahan alami dan ramah lingkungan dalam industri pakaian.

Makna konotasi:

Konotasi baju kain rumput dapat mencerminkan asosiasi dengan alam, kesederhanaan, dan keberlanjutan. Kombinasi kata rumput dengan kain menunjukkan penggunaan bahan alami yang mungkin merujuk pada kepedulian terhadap lingkungan dan alam. Konotasi ini sering kali dihubungkan dengan kesadaran akan pentingnya penggunaan bahan ramah lingkungan dan praktik berkelanjutan dalam industri fashion. Selain itu, konotasi baju kain rumput juga dapat menggambarkan gaya atau desain pakaian yang unik, alami, dan ramah lingkungan. Hal ini dapat merujuk pada pakaian yang dibuat dari serat alami yang memberikan kesan yang hangat, nyaman, dan dekat dengan alam. Konotasi ini sering kali dihubungkan dengan gaya hidup yang sederhana, alami, dan ramah lingkungan. Penggunaan kain rumput dalam konotasi ini mungkin juga menyiratkan nilai-nilai keberlanjutan, kesadaran lingkungan, dan keterkaitan dengan alam. Konotasi ini dapat menandai

tren mode yang mengutamakan keberlanjutan dan kesadaran akan dampak industri fashion terhadap lingkungan, serta upaya untuk mempromosikan penggunaan bahan-bahan alami yang lebih ramah lingkungan.

Mitos:

Tidak ada mitos atau cerita legendaris khusus yang terkait dengan "baju kain rumput" dalam konteks mitologi atau warisan budaya tertentu. Namun, dalam beberapa budaya, mungkin ada cerita-cerita atau legenda yang berkaitan dengan penggunaan bahan alami, seperti kain yang terbuat dari serat tumbuhan, termasuk bahan yang menyerupai rumput. Dalam beberapa cerita atau legenda, penggunaan bahan-bahan alami mungkin dihubungkan dengan nilai-nilai keberlanjutan, kesederhanaan, atau keterhubungan manusia dengan alam. Beberapa cerita mungkin menekankan pentingnya menghargai alam dan menggunakan sumber daya alami secara bertanggung jawab. Dalam beberapa budaya, pakaian yang terbuat dari bahan alami juga dapat menjadi simbol dari kehidupan sederhana, kesederhanaan, atau kebebasan dari hambatan-hambatan modern. Oleh karena itu, mitos atau cerita-cerita terkait "baju kain rumput" mungkin bertujuan untuk mengilustrasikan pentingnya menghargai alam, keberlanjutan, dan kearifan lingkungan.

Pembahasan

Hasil pembahasan dari penelitian ini adalah kuku bima produk minuman energi yang mengangkat budaya indonesia dalam iklanya, berdasarkan paparan deskripsi dan gambar analisis semiotika diatas dapat dilihat bahwasanya iklan kuku bima terbaru 2023 ini mengangkat tema nusantara yang mengedepankan kekayaan suku, budaya yang ada di negara indonesia, antara lain;

IV. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah iklan kuku bima menggunakan tema nusantara yang mengedepankan kekayaan ragam budaya yang ada di indonesia, kuku bima membuat iklan bertema nusantara karena kebudayaan indonesia sangat beragam, termasuk dalam bentuk pakaian adat yang menjadi simbol budaya dari setiap daerah di indonesia. Iklan kuku bima tahun 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 di gunakan dalam upacara adat dengan tujuan yang berbeda-beda. Iklan kuku bima mempresentasikan keanekaragaman budaya indonesia dan menggunakan metode analisis semiotika untuk mengungkap makna dan simbol yang terkandung. Penelitian tentang representasi budaya dalam iklan kuku bima menggunakan pendekatan analisis semiotika untuk memahami cara iklan mempresentasikan budaya indonesia. Kesimpulan ini menekankan pentingnya keberagaman budaya indonesia dan iklan kuku bima sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan budaya serta menggambarkan identitas dan keindahan alam negara kepulauan ini.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya penelitian ini, tidak lupa penulis berterima kasih kepada:

1. Allah SWT atas taufik dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tulisan penelitian ini dengan baik.

2. Orang tua tercinta yang selalu memberi dukungan dan mendoakan dalam semua hal dengan tulus dan penuh kesabaran.
3. Bapak dan Ibu dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, terutama para dosen program studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing yang telah memberi wawasan dan pengetahuan yang insyaallah bermanfaat bagi peneliti
4. Dan untuk teman-teman yang membantu dan memberi dukungan terbaik hingga dapat terselesaikan penelitian ini.

VI. Refrensi

- 4 Asyhari, Ardian. 2017. "Literasi Sains Berbasis Nilai-Nilai Islam Dan Budaya Indonesia." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni* 6(1):137–48. doi: 10.24042/jpifalbiruni.v6i1.1584.
- 24 Bertin, Wandira. 2014. "Representasi Dalam Pembelajaran Matematike." *Jurnal Pendidikan Matematika* 1(2):33–44.
- 3 Giovani, Giovani. 2020. "Representasi 'Nazar' Dalam Film Insya Allah Sah Karya Benni Setiawan." *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif* 5(2):227–38. doi: 10.22303/proporsi.2.1.2016.59-70.
- 15 Gunawan, Lisa. 2014. "Efektivitas Iklan Televisi Suzuki Karimun Wagon R Di Masyarakat Surabaya." *Jurnal E-Komunikasi* 2(3):1–10.
- 2 Laila, Khotbatul. 2017. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Melanggar Tata Cara Periklanan." *Jurnal Cakrawala Hukum* 8(1):64–74. doi: 10.26905/idjch.v8i1.1732.
- Linguistik, Kajian. 2014. "Multimodal Iklan Sunsilk." (2):136–48.
- 3 Miftahul, M. T. S., Ulum Weding, and Bonang Demak. 2019. "VARIASI METODE PEMBELAJARAN SEJARAH KEBUDAYAAN ISLAM (SKI) DI MTS MIFTAHUL ULUM WEDING BONANG DEMAK Eni Riffriyanti Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang." | *Jurnal Studi Dan Penelitian Pendidikan Islam* 2(2):1–10.
- 25 Nirmala, Vita. 2020. "Gaya Bahasa Dalam Iklan Komersial Di Televisi." *Bidar* 10(2):1–12.
- 2 Normina, Normina. 2017. "Pendidikan Dalam Kebudayaan." *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan* 15(28):17–28.
- 2 Rahmawati, Yulfrida. 2015. "Pengenalan Budaya Melalui Bercerita Untuk Anak Usia Dini." *Jurnal Pendidikan Anak* 1(1). doi: 10.21831/jpa.v1i1.2908.
- 18 Rina Devianty. 2017. "Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan." *Jurnal Tarbiyah* 24(2):226–45.
- 11 Solihin, Olih. 2015. "Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban." *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi Volume V N(2):41–50.*

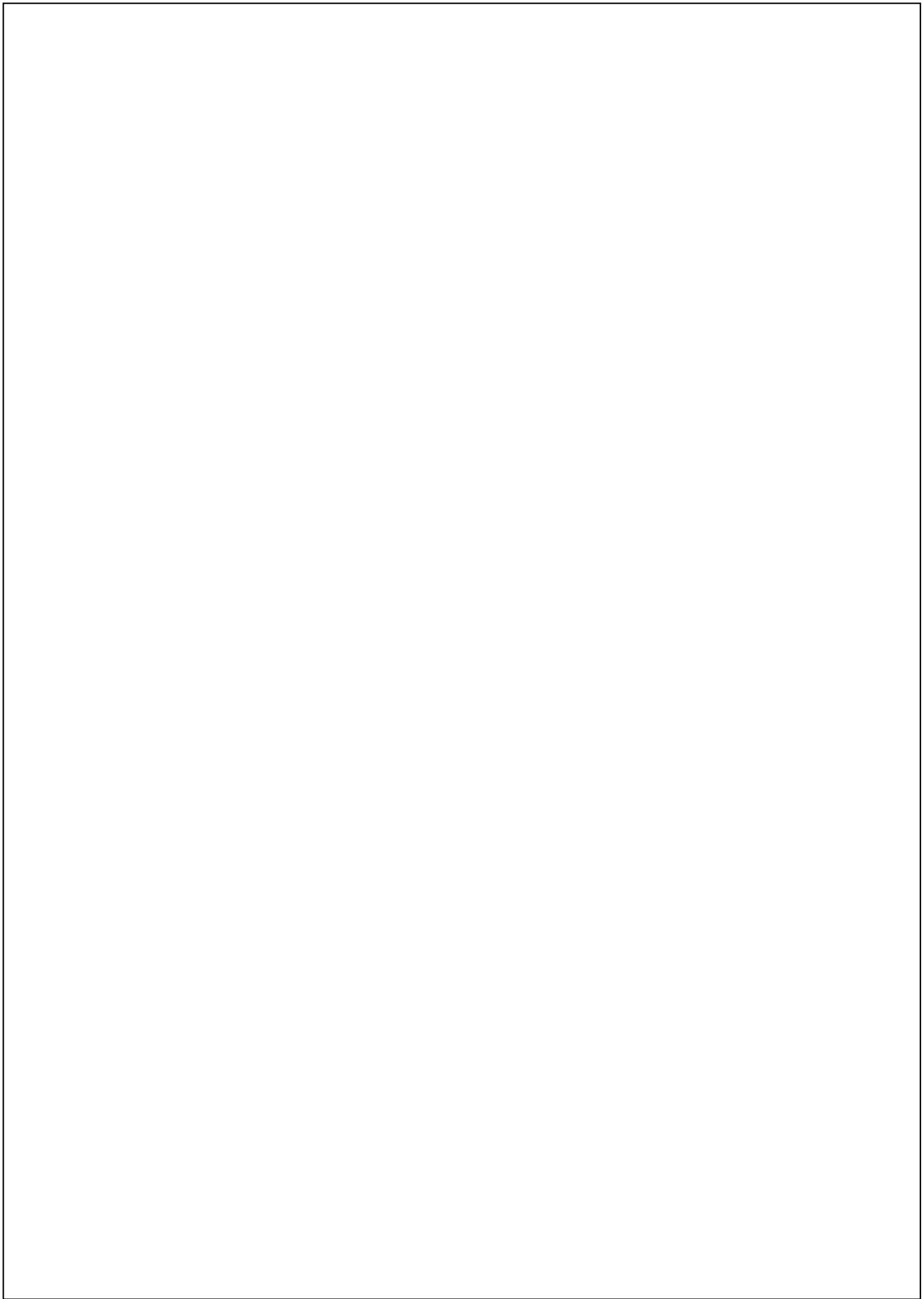
⁸ Syakhrani, Abdul Wahab, and Muhammad Luthfi Kamil. 2022. "Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal." *Journal Form of Culture* 5(1):1–10.

¹⁴ Syam, Hamdani M. 2015. "Kalangan Remaja Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3(1):54–70.

⁶ Wikayanto, A. (2018). Representasi Budaya Dan Identitas Nasional Pada Animasi Indonesia. In *International Conference ARTESH* (Vol. 2018, No. 3).

⁷ Fahrudin, P., & Suranto, S. (2019). REPRESENTASI BUDAYA BALI DALAM IKLAN YOU-C1000 VERSI "HARI BAHAGIA"(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES). *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(4).

Wirastari, Volare, and Rimadewi Suprihardjo. 2012. "Pelestarian Kawasan Cagar Budaya Berbasis Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus: Kawasan Cagar Budaya Bubutan, Surabaya)." *Jurnal Teknik ITS* 1(1):C63–67.



Representasi identitas budaya Papua dalam iklan

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

diksima.pubmedia.id

Internet Source

4%

2

www.researchgate.net

Internet Source

1%

3

repository.umsu.ac.id

Internet Source

1%

4

jurnal-tarbiyah.iainsorong.ac.id

Internet Source

1%

5

acopen.umsida.ac.id

Internet Source

<1%

6

bajangjournal.com

Internet Source

<1%

7

jiip.stkipyapisdompu.ac.id

Internet Source

<1%

8

repository.unsri.ac.id

Internet Source

<1%

9

adoc.pub

Internet Source

<1%

10	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
11	123dok.com Internet Source	<1 %
12	jurnal-umbuton.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.kertacendekia.ac.id Internet Source	<1 %
14	conference.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
15	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %
16	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
17	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %
18	jkm.my.id Internet Source	<1 %
19	journal.student.uny.ac.id Internet Source	<1 %
20	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
21	10thingstravel.info Internet Source	<1 %

22

docobook.com

Internet Source

<1 %

23

independensi.com

Internet Source

<1 %

24

jbasic.org

Internet Source

<1 %

25

e-journal.my.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Representasi identitas budaya Papua dalam iklan

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15
