

## ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN TV BENG-BENG 'MAKAN LANGSUNG VS MAKAN DINGIN'

Dian Wulandari

Fakultas Sastra dan Budaya, Universitas Gunadarma

### Article History

Received : 20-05-2023

Revised : 20-05-2023

Accepted : 14-07-2023

Published : 14-07-2023

### Corresponding author\*:

Dian Wulandari

### No. Contact:

[dianwulandarihp@gmail.com](mailto:dianwulandarihp@gmail.com)

### Cite This Article:

Dian Wulandari. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN TV BENG-BENG 'MAKAN LANGSUNG VS MAKAN DINGIN'. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(04), 182–188.

### DOI:

<https://doi.org/10.56127/jukim.v2i04.625>

**Abstract:** Advertising is one of the promotional media to promote products. Since then until now, advertising is still the favorite media for promoting and campaigning products. Promotion is carried out by a company both online and offline. Companies use various attractive promotional methods to persuade customers to be interested in buying their products. One of them is the Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' advertisement. In the Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' advertisement, there are symbols used by promotional media to attract consumers. Therefore, the purpose of this research is to analyze the symbols in the advertisement for Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' by using the semiotic theory of Roland Barthes. The problem of this research is how the symbols contained in the Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' advertisement are constructed. The research method used is a qualitative method. The results of his research can be concluded that the advertisement contains denotation, connotation and in some scenes, there is a myth in it.

**Keywords:** Semiotics, Advertisement, Symbol, Beng-Beng

**ABSTRAK:** Iklan merupakan salah satu media promosi untuk mempromosikan produk. Hingga saat ini, iklan masih menjadi media favorit untuk mempromosikan dan mengkampanyekan suatu produk. Promosi dilakukan oleh suatu perusahaan baik secara online maupun offline. Perusahaan menggunakan berbagai metode promosi yang menarik untuk membujuk pelanggan agar tertarik membeli produknya. Salah satunya adalah pada iklan Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin'. Dalam iklan Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' terdapat simbol-simbol yang digunakan oleh media promosi untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis simbol-simbol pada iklan Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' dengan menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana simbol-simbol yang terdapat pada iklan Beng-Beng 'Makan langsung vs makan dingin' dibangun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa pada iklan tersebut mengandung makna denotasi, konotasi dan pada beberapa scene terdapat mitos di dalamnya.

**Kata Kunci:** Semiotika, Iklan, Simbol, Beng-Beng

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi komunikasi dan ilmu pengetahuan memberikan pengaruh yang besar bagi kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi, manusia dapat dengan mudah saling berkomunikasi atau bertukar informasi satu dengan yang lainnya tanpa batasan ruang, jarak dan waktu. Salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang banyak diakses oleh masyarakat luas, baik masyarakat tingkat atas, menengah dan bawah adalah televisi.

Televisi merupakan media massa paling efektif dan banyak diminati masyarakat, karena melibatkan penerima pesan dalam jumlah banyak serta tersebar dalam wilayah geografis yang luas. Dalam televisi, pesan yang disampaikan dapat diterima secara serentak pada satu waktu yang sama. Pengiklanan di media televisi hingga saat ini masih dianggap menjadi salah satu cara yang paling efektif dalam mempromosikan produk terutama di Indonesia, dimana masyarakatnya masih beranggapan bahwa produk yang diiklankan di televisi akan lebih banyak digemari dibandingkan dengan produk yang tidak diiklankan di televisi. Di samping itu, berpengaruh tidaknya penonton akan penyajian iklan sangat ditentukan oleh sejauh mana iklan televisi mampu dikemas secara menarik untuk memperoleh minat penonton.

Salah satu iklan menarik yang ditayangkan di televisi adalah iklan cokelat Beng-Beng yang berjudul 'Makan Langsung vs Makan Dingin', dimana pada iklan tersebut terdapat beberapa scene dan adegan yang memiliki makna tersirat, sehingga diperlukan analisa yang mendalam untuk memahami makna iklan tersebut. Makna tersirat tersebut tercermin dalam sebuah simbol. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai simbol dan tanda yang terdapat dalam iklan Beng-Beng 'makan langsung vs makan dingin'

Pengertian simbol itu sendiri adalah sebuah tanda dari sebuah benda sehingga benda tersebut memiliki makna yang diketahui dan digunakan di masyarakat. Dalam ilmu humaniora, ilmu yang mempelajari tentang simbol dan tanda disebut semiotika. Ada banyak ahli semiotika dalam bidang humaniora, salah satunya adalah Roland Barthes. Barthes berpendapat bahwa sistem tanda mempengaruhi bahasa yang berpengaruh pada persepsi dan pemikiran manusia.

Berdasarkan fakta-fakta yang telah disebutkan di atas, maka rumusan masalah yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana semiotika tersebut dibangun pada iklan *Beng-Beng 'makan langsung vs makan dingin'*. Selain itu, tujuannya adalah untuk mengetahui semiotika yang dibangun dalam iklan tersebut. Di samping itu, manfaat teoritis penelitian ini adalah diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang semiotika khususnya dalam mengartikan simbol dan tanda. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan makna yang tersirat pada iklan *Beng-Beng 'makan langsung vs makan dingin'*.

#### METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dan analisis dari Roland Barthes. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi dan situasi. Sumber data penelitian ini adalah video pada *youtube* iklan *Beng-Beng 'Makan Langsung vs Makan Dingin'*. Data pada penelitian ini bersifat kualitatif. Data kualitatif adalah data yang ditampilkan dalam bentuk verbal, interpretatif, menekankan pada persoalan kontekstual dan tidak terikat secara ketat dengan hitungan, angka dan ukuran yang bersifat empiris.

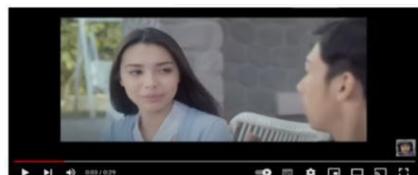
Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi dengan cara menonton videonya pada kanal *youtube*. Kegiatan observasi dimulai dengan menonton iklan *Beng-Beng* pada kanal *youtube* secara seksama dan mendokumentasikannya dengan melakukan tangkapan layar pada adegan-adegan yang dapat dianalisa menjadi sebuah data.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Data 1



0:00



0:03



0:04

##### Dialog:

Wanita : Kita udahan aja ya?

Pria : Kenapa?

##### Makna Denotasi:

Pria dan wanita sedang duduk sambil mengobrol. Dan si pria sedang menikmati sebuah cokelat *Beng-Beng*, lalu diikuti dengan ekspresi terkejut.

**Makna Konotasi:**

Dari percakapan mereka diketahui bahwa si wanita meminta untuk mengakhiri hubungan mereka. Namun, si pria terkejut dan tidak mengetahui alasannya.



0:07



0:08



0:10



0:11

**Dialog:**

Wanita : Kamu sukanya makan *Beng-Beng* langsung,tapi papaku setujujnya *Beng-Beng* dingin.

**Makna Denotasi:**

Ayah si wanita mengambil coklat *Beng-Beng* dingin di kulkas sembari melihat ke arah anaknya yang sedang mengobrol bersama kekasihnya, kemudian memakan coklat itu dengan pandangan mengintai.

**Makna Konotasi:**

Ayahnya sedang menikmati sebuah coklat *Beng-Beng* dingin yang dia ambil langsung dari kulkas. Dari percakapan diketahui bahwa ayahnya lebih menyukai *Beng-Beng* yang dimakan dalam kondisi dingin, sedangkan kekasihnya menyukai *Beng-beng* yang dimakan secara langsung. Pakaian yang dikenakan ayahnya pun berwarna putih merepresentasikan selera makan *Beng-Beng* yang dia sukai yaitu *Beng-Beng* dingin. Situasi dingin disimbolkan dengan warna putih atau biru.

**Data 3**



0:12



0:13

**Dialog:**

Wanita : Maafin aku....

**Makna Denotasi:**

Si wanita masuk ke dalam rumah sembari mengucapkan maaf dan menangis, sedangkan arah pandangan si pria mengikuti gerak si wanita masuk ke dalam rumah dengan muka yang masih tidak mengerti dengan apa yang dia alami.

**Makna Konotasi:**

Si wanita merasa sedih karena telah menyudahi hubungan mereka berdua. Dan si pria hanya diam dan masih terkejut dengan apa yang dialaminya.



0:15



0:16

**Narator Iklan:**

*Beng-Beng*, empat kelezatan dalam satu gigitan.

**Makna Denotasi:**

Pada video, terdapat tayangan wafer dengan krim karamel kenyal di dalamnya dan terdapat krispi kemudian dilapisi oleh lapisan cokelat. Terdapat juga tulisan di bagian atas tentang apa saja komponen-komponen yang terdapat dalam satu cokelat *Beng-Beng*.

**Makna Konotasi:**

Wafer yang renyah dibalut dengan krim karamel lembut di dalamnya dan ditaburi oleh krispi yang renyah di atasnya dan dibalut dengan lapisan cokelat yang tebal dan manis, menghasilkan empat kelezatan dalam sekali gigitan, sama dengan tagline nya *Beng-Beng* yaitu *empat kelezatan dalam sekali gigitan*. Penggambaran sebuah cemilan cokelat yang sangat lezat.

**Data 5**



0:18



0:19

**Dialog:**

\*Menyanyi

Pria : *Beng-beng* memang satu.

**Makna Denotasi:**

Si pria berdiri di jalan sambil bernyanyi dan menikmati sebungkus cokelat *Beng-beng*.

**Makna Konotasi:**

Seorang pria bernyanyi dengan sangat menghayati sebagai wujud pelampiasan kesedihannya diselingi dengan makan cokelat *Beng-Beng* favoritnya. Dari ekspresi mukanya pada gambar kedua menunjukkan bahwa si pria sangat menikmati makan *Beng-Beng* langsung.

**Mitos:**

Mengkonsumsi cokelat dipercaya dapat menenangkan perasaan dan memperbaiki perasaan yang sedang kacau.

**Data 6**



0:21



0:22



0:23

**Dialog:**

\*Menyanyi

Wanita : Makannya yang beda.

**Makna Denotasi:**

Si wanita bernyanyi dan mengambil coklat *Beng-Beng* dingin dari dalam kulkas serta merobek dan memakannya dengan wajah sedih. Sedangkan ayahnya memperhatikannya dari jauh.

**Makna Konotasi:**

Pada waktu bersamaan, di lain tempat, si wanita pun bernyanyi sambil makan coklat *Beng-Beng*, dengan wajah yang sedih. Dilihat dari lirik lagunya, diketahui bahwa mereka memiliki selera makan *Beng-Beng* yang berbeda.

**Mitos:**

Mengonsumsi coklat dipercaya dapat menenangkan perasaan dan memperbaiki perasaan yang sedang sedih.

**Data 7**



0:24



0:26



0:29

**Dialog:**

\*Menyanyi bersama

Pria dan Wanita : Haruskah kita, lantas pisah, meski sama-sama suka *Beng- Beng*.

**Makna Denotasi:**

Pada gambar pertama, si pria sedang bernyanyi di jalan. Dan pada gambar kedua, mereka secara terpisah disatukan dalam gambar dengan situasi di lokasinya masing-masing dan sama-sama sedang makan *Beng-Beng*. Serta, pada gambar yang ketiga, video tersebut menunjukkan bahwa ada dua cara dalam mengkonsumsi coklat *Beng-Beng*.

**Makna Konotasi:**

Sepasang kekasih merasa sedih karena harus berpisah hanya karena perbedaan cara mengkonsumsi coklat *Beng-Beng*. Dari awal video hingga akhir, si pria memakai baju warna merah maroon yang menyiratkan bungkus *Beng-Beng*, dimana ada sedikit

warna merah pada bungkusnya serta mempresentasikan ukuran suhu normal sama seperti selera makannya. Sedangkan si wanita menggunakan baju kombinasi warna biru dan putih yang mempresentasikan suhu dingin sesuai dengan selera konsumsinya masing-masing. Begitu pula latar lokasi mereka masing-masing berwarna sesuai dengan penggambaran suhu normal dan suhu dingin.

**Mitos:**

Cokelat dipercaya dapat membantu mengurangi kesedihan dan memperbaiki perasaan yang buruk.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis semiotika Roland Barthes pada iklan *Beng-Beng* 'Makan Langsung vs Makan Dingin', dapat disimpulkan bahwa pada iklan tersebut mengandung makna denotasi, konotasi dan pada beberapa scene terdapat mitos di dalamnya. Makna denotasi dalam iklan tersebut adalah coklat *Beng-Beng* dapat dikonsumsi dengan dua cara yaitu dimakan langsung dan dimakan dingin. Sedangkan makna konotasi yang terkandung pada iklan tersebut adalah perbedaan cara mengkonsumsi *Beng-Beng* oleh sepasang kekasih. Mereka sama-sama menyukai *Beng-Beng* tetapi si pria lebih menyukai *Beng-Beng* yang dikonsumsi langsung, sedangkan si wanita lebih menyukai *Beng-Beng* yang dikonsumsi dalam keadaan dingin dengan menyimpannya di lemari pendingin terlebih dahulu. Dari awal hingga akhir video, pakaian yang mereka kenakan pun menyimbolkan selera makan mereka masing-masing. Mitos yang terdapat dalam iklan tersebut adalah bahwa coklat dipercaya dapat menenangkan diri dan memperbaiki perasaan yang sedang buruk.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Barthes, Roland. 1977. *Elements of Semiology*. London: Macmillan Ltd.
- [2] Barthes, Roland. 1988. *The Semiotics Challenge*. New York: Hill and Wang.
- [3] Fatihudin, D., & Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- [4] Jansz, Litza., Copley Paul. 2010. *Introducing Semiotics*. UK: Icon Books
- [5] Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan Cetakan Keempat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- [7] Peirce, Charles Sanders. 1982. *Logic as Semiotics: The Theory of Sign*. Bloomington: Indiana University Press.
- [8] Prasetya, Arif Budi. 2019. *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- [9] Saussure, Ferdinand de. 1996. *Pengantar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- [10] Sobur, A. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Rosda: Bandung.
- [11] [www.kbbi.co.id](http://www.kbbi.co.id)
- [12] [www.google.com](http://www.google.com)
- [13] <https://www.youtube.com/watch?v=h6vesaPdxu4>