

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi, Subjek, dan Objek

Subjek analisis dalam penelitian ini adalah iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, sedangkan untuk objek dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Roland Barthes, dan untuk melengkapi penyajian data dalam penelitian ini, peneliti menambahkan sedikit uraian tentang sejarah profil dari perusahaan Disney+ Hotstar, karena iklan tersebut dibuat untuk memberikan layanan *video streaming* bagi para penikmat film dari Indonesia maupun luar negeri.

1. Sejarah Disney+ Hotstar

Disney+ Hotstar (dikenal sebagai Hotstar di luar India dan Indonesia) adalah sebuah layanan video sesuai permintaan asal India yang dimiliki oleh star India, sebuah anak perusahaan dari *The Walt Disney Company*. Layanan ini diluncurkan sebagai Hotstar sejak tahun 2015, sebelum akuisisi Hotstar oleh layanan Disney+ pada bulan April 2020 lalu. Di India, layanan ini digunakan sedikitnya 300 juta pengguna aktif. Layanan Disney+ Hotstar juga tersedia di Negara di luar India, yakni Kanada, Amerika Serikat, Britania Raya, Singapura, Indonesia dan Malaysia Khusus

di Indonesia, layanan ini mulai beroperasi pada 5 September 2020 dengan mengedepankan konten dari Disney+ dan puluhan film dalam negeri.¹

Pada Februari 2020, setelah pembelian perusahaan induk Star India, 21st *Century Fox*, oleh Disney pada 2019, Disney mengumumkan rencana integrasi layanan video sesuai permintaan Disney+ dengan Hotstar pada April 2020, untuk memanfaatkan infrastruktur dan pengguna Hotstar. Pada 3 April 2020, *platform* tersebut digabungkan dengan Disney+.²

Tabel 4.1

1.	Jenis Usaha	Layanan OTT
2.	Markas	Los Angeles, California, Amerika Serikat
3.	Wilayah Operasi	Anerika Serikat, Australia, Austria, Belanda, India, Indonesia, Inggris, Irlandia, Isle of Man, Italia, Jepang, Jerman, Kanada, Kepulauan Channel, Monako, Prancis, Puerto Riko, Selandia Baru, Spanyol dan Swiss.
4.	Tokoh Penting	Ricky Strauss (Presiden, konten dan pemasaran), Joe Earley (EVP, pemasaran dan operasi), Anger Chu (SVP, konten), Kevin Swint (SVP, manajer umum).

¹ Disney+ Hotstar dalam https://id.m.wikipedia.org/wiki/Disney%2B_Hotstar diakses pada 23 Juni 2021, 18:43 WIB

² *Ibid*

5.	Perusahaan Induk	The Walt Disney Company (Walt Disney Direct-to-Consumer & International)
6.	Situs Web	Disneyplus.com
7.	Diluncurkan	12 November 2019

Layanan ini dibangun berdasarkan konten dari studio hiburan Disney. Termasuk *Walt Disney Pictures*, *Walt Disney Animation Studios*, *Pixar*, *Lucasfilm*, *Marvel Studios*, *National Geographic*, dan film-film tertentu dari 20th *Century Fox*, *Fox Searchlight Pictures*, *Hollywood Pictures*, dan *Touchstone Pictures*. Layanan akan beroperasi bersama Hulu, dimana Disney menjadi pemegang saham pengendali setelah pembelian 21st *Cebtury Fox*. Bob Iger mengatakan bahwa Disney+ bakal berfokus ke hiburan bertemakan keluarga (dan tidak berfokus ke film berating R (Restricted) atau TV-MA (Televisi-Mature Audience) dan Hulu akan tetap berorientasi pada hiburan umum. Hulu akan kemjadi layanan tambahan bagi Disney+.³

The Walt Disney Company (Disney) bekerja sama dengan Telkomsel untuk peluncuran perdana Disney+ Hotstar di Indonesia. Posisi Telkomsel sebagai operartor telekomunikasi terbesar menjadi salah satu alasan utama kolaborasi ini. *Regional Lead Emerging Markets The Walt Disney Company*

³ Disney+ Hotstar dalam <https://id/m/wikipediatorg/wiki/Disney%2B> diakses pada 23 Juni 2021, 19:20 WIB

APAC, Amit Malhotra, menjelaskan salah satu tujuan Disney+ Hotstar adalah untuk menghadirkan konten berkualitas sebagai bagian dari perkembangan inovasi digital di Indonesia. Hal ini juga sejalan dengan visi Telkomsel. Sebagai operator besar, Telkomsel dinilai memiliki infrastruktur dan jaringan *broadband* luas, sehingga memiliki akses lebih luas untuk menjangkau masyarakat.⁴

PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel menjadi operator selular yang digandeng oleh layanan Video Sesuai Permintaan (VoD), Disney+ Hotstar untuk bisa menonton tayangan film milik *The Walt Disney Company Asia Pacific*, mengungkapkan bahwa pihaknya senang bahwa Indonesia menjadi pasar pertama di Asia Tenggara yang menlucurkan Disney+. Disney+ Hotstar juga akan mendorong produser local untuk memindahkan beberapa judul teater mereka langsung ke steaming, yaitu Sabar Ini Ujian karya MD Pictures, Pelukis Hantu dan Bidadari Mencari Sayap, dan Rekening Kisah dan Malik & Elsa dari Falcon. Sekedar catatan, konten andalan Disney mencakup 500 film dan special, serta 7.000 episode konten dari *Disney, Pixar, Marvel, Star Wars*, dan *National Geographic*. Juga akan ada konten berbentuk pendek yang dibuat khusus untuk layanan tersebut.⁵

⁴ Andina Librianty <https://m.liputan6.com/teknoread/4348113/ini-alasan-kerja-sama-disney-dan-telkomsel> diakses pada 23 Juni 2021, 19:50 WIB

⁵ Akbar Evandio <https://m.bisnis.com/amp/read/20200811/101/1277535/telkomsel-jadi-operator-yang-digandeng-disney-plus-hotstar> diakses pada 23 Juni 2021, 19:40 WIB

2. Profil Disney+ Hotstar

Iklan adalah bagian terpenting dari serangkaian kegiatan untuk mempromosikan produk yang menekankan unsur citra. Dengan demikian, objek iklan tidak sekedar tampil dalam wajah utuh, akan tetapi melalui proses pencitraan sehingga citra produk lebih mendominasi jika dibandingkan dengan produk itu sendiri.

Iklan dikategorikan sebagai iklan non-komersial dan iklan komersial. Iklan non-komersial adalah iklan yang bersifat pelayanan masyarakat. Iklan komersial ditandai dengan syarat imajinasi dalam proses pencitraan dan pembentukan nilai-nilai estetika untuk memperketat citra terhadap objek iklan itu sendiri. Sehingga terbentuk image, semakin tinggi estetika dan citra objek iklan, maka semakin komersial pula objek tersebut.⁶

Disney+ Hotstar merupakan salah satu contoh sebuah layanan *video streaming* terbesar yang menyajikan film-film populer dari dalam negeri dan luar negeri dalam 1 aplikasi. Tentunya dengan kehadiran Disney+ Hotstar ini untuk menjadi *alternative* bagi penonton film atau serial televisi. Menariknya, layanan ini tidak menyediakan paket tahunan, melainkan hanya paket bulanan

⁶ Burhan Bungin. *Konstruksi Sosial Media Massa*. (Jakarta: Kencana, 2008). Hlm 65

saja.

Tak dapat dipungkiri dengan adanya Disney+ Hotstar bisa memudahkan para penikmat film untuk terus menonton serial televisi atau film favorit. Para penikmat film juga tidak perlu risau karena tidak bisa menonton film favorit, cukup dengan berlangganan dengan paket khusus streaming Disney+ Hotstar menggunakan Telkomsel dan nikmati paket harga termurah yang telah tersedia.

c. Sinopsis Iklan Disney+ Hotstar

Iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua yang berdurasi 31 detik dan terdapat beberapa *scene* yang bercerita tentang keluarga dengan beranggotakan enam orang. Dengan pembawaan yang terkesan unik dan santai, di dukung dengan lirik lagu dan tarian membuat iklan ini semakin menarik.

Iklan ini menceritakan seorang suami yang sedang mengelus sepeda yang baru saja dibelinya, dan diwaktu bersamaan si istri tiba-tiba muncul dari tembok yang merupakan tempat si istri bersembunyi. Sambil keluar lalu si istri bertanya kepada sang suami apa yang sedang ia beli dan kenapa sang

suami hanya membeli untuk dirinya sendiri sembari dengan nada bernyanyi. Sang suami kaget dan kebingungan sembari memutar badan sambil memegang pedang mainan dan melihat tingkah sang istri dan kedua anak mereka. Pada *scene* selanjutnya sang suami duduk di depan televisi yang menunjukkan logo dari Disney+ Hotstar sambil memegang *handphone* yang sudah siap untuk berlangganan dengan Disney+ Hotstar. Di waktu bersamaan pula istri, serta kedua anak, dan kedua orang tuanya pun keluar dari belakang televisi sambil bertanya "*memangnya kami semua suka?*" dengan nada bernyanyi yang membuat sang suami kaget. Pada pengambilan *scene* terakhir sang suami pun menunjukkan bukan hanya untuk dia saja melainkan untuk keluarga mereka juga.

B. Profil Walter Elias Disney Sebagai Pendiri The Walt Disney Company

Walt Disney merupakan seorang produser film, sutradara, animator, dan pengisi suara. Walt Disney merupakan pelopor film kartun yang cukup terkenal di dunia. Ia pendiri *Walt Disney Production* yang menjadi salah satu perusahaan produksi film bergerak paling terkenal di dunia. Walt Disney adalah animator inovatif dan menciptakan karakter kartun *Mickey Mouse*.

Disney lahir pada 5 Desember 1901 dengan nama lengkap Walter Elias Disney. Ia lahir di *Hermonas Chocago, Illinois, Amerika Serikat*. Walt Disney merupakan anak keempat dari Elias Disney yang keturunan Irlandia-Kanada

dan Flora Call Disney orang Jerman-Amerika.⁷ Dikutip situs *biography*, ia menghabiskan masa kecilnya di *Marceline*, Missouri. Di sana ia mulai menggambar, melukis, dan menjual foto ke tetangga dan teman keluarga.

Ketika berusia 16 tahun, Disney putus sekolah dan mencoba bergabung dengan Angkatan Darat tapi di tolak karena masih di bawah umur. Kemudian, Disney bergabung dengan Palang Merah dan sempat dikirim ke Prancis selama satu tahun untuk mengendarai ambulance. Saat di *Kansas City*, Disney bersama adiknya masuk ke *Benton Grammar School*, disitu bertemu Walter Pfeiffer yang memperkenalkan film. Ia juga mengambil kursus di *Kansas City Art Institute*.

Saat pindah ke *Kansas City*, Disney ingin mengejar karir sebagai artis surat kabar. Disney kemudian bertemu Kartunis muda Ubbe Eert Iwerks atau yang lebih dikenal Ub Iwerks di *Pesmen-Rubin Art Studio*. Dari situ Disney mulai bekerja di Perusahaan Iklan film *Kansas City*. Di sana juga ia membuat film berdasarkan animasi potongan. Disney dan Ub Iwerks kemudian bekerja sama dan memulai bisnis studia animasi kecil. Mereka membuat sketsa animasi yang masih hitam putih. Tapi perusahaan tersebut tidak berlangsung lama.⁸

⁷ Ari Welianto, *Biografi Walt Disney: Pelopor Film Kartun*
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/30/214000469/biografi-walt-disney-pelopor-film-kartun?page=all>, diakses pada 24 Juni 2021, 20:45 WIB

⁸ *Ibid*

Kemudian Disney membuka perusahaan sendiri bernama *Laugh-O-Gram*. Ia merekrut Herman sebagai karyawan pertamanya. Kartun-kartunnya sangat populer, Disney pun dapat memperoleh studionya sendiri, dimana ia memberikan nama yang sama. *Laugh-O-Gram* kemudian mempekerjakan sejumlah karyawan. Mereka melakukan serangkaian dongeng tujuh menit yang menggabungkan aksi langsung dan animasi yang disebut *Alice in Cartoonland*. Namun pada tahun 1923, studio tersebut menjadi terbebani dengan hutang. Disney pun terpaksa menyatakan kebangkrutan.

Pada tahun 1923, Disney bersama saudaranya Roy dan Ub Iwerks pindah ke Hollywood. Di sana mereka membuka Studio Kartun *Disney Brothers*. Kemudian mengubah namanya menjadi *Walt Disney Studios*. Awalnya, *Walt Disney Studio* membuat kesepakatan dengan distributor New York Margaret Winkler untuk mendistribusikan kartun *Alice*. Mereka juga menemukan karakter bernama *Oswald the Lucky Rabbit*. Hal ini membuat *Walt Disney Studios* menyelesaikan serangkaian film animasi berdurasi penuh selama lima tahun ke depan. Keberhasilan besar terakhir Disney yang dihasilkan sendiri adalah film *May Poppins*, yang keluar pada tahun 1964 dan memadukan aksi live dan animasi.

Pada 15 Desember 1966, Walt Disney meninggal dunia pada usia 65

tahun. Ia meninggal karena kanker paru-paru. Ia dimakamkan di pemakaman hutan *Lawn* di *Los Angeles, California*. Walt Disney memproduksi lebih dari 100 film fitur. Hingga kini film-film Walt Disney banyak digemari di dunia, tidak hanya anak-anak tapi orang dewasa dan orang tua.⁹

C. Identifikasi Temuan Data

Iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, merupakan salah satu diantara beberapa iklan yang tersedia pada akun *youtube* Indonesia yang publikasikan sejak 1 September 2020. Bergenre drama musical, iklan yang ditampilkan oleh Disney+ Hotstar ini telah mendapatkan banyak respon dari penonton, hingga saat ini tahun 2021 iklan ini sudah ditonton lebih dari 11.087.109 juta kali, 25.000 suka, dan 2.600 komentar. Akun *youtube* DisneyPlus Hotstar Indonesia memiliki 149.000 subscriber dan bergabung ke Youtube sejak 31 Agustus 2020.

Iklan ini menceritakan seorang suami yang sedang mengelus sepeda yang baru saja dibeli olehnya, dan diwaktu bersamaan sang istri tiba-tiba muncul dari dinding rumah yang merupakan tempat sang istri bersembunyi. Sembari memutar badan sang istri lalu bertanya kepada sang suami apa yang sedang ia beli dan kenapa sang suami hanya membeli untuk dirinya sendiri sambil dengan nada bernyanyi. Sang suami kaget dan kebingungan dengan tingkah laku sang istri dan kedua anak mereka.

⁹ Ari Welianto, *Biografi Walt Disney: Pelopor Film Kartun*. *Op.Cit*

Pada *scene* berikutnya sang suami duduk di depan televisi yang menunjukkan logo dari Disney+ Hotstar sambil memegang handphone yang sudah siap untuk berlangganan dengan Disney+ Hotstar . di waktu bersamaan pula, istri beserta kedua anak dan kedua orang tuanya pun keluar dari belakang televisi sambil bertanya “*memangnya kami semua suka?*” dengan nada bernyanyi yang membuat sang suami kaget. Pada pengambilan *scene* terakhir sang suami pun akhirnya menunjukkan yang dibeli bukan hanya untuk dirinya saja melainkan untuk istri, anak dan kedua orang tuanya juga.

Iklan yang disampaikan akan dianalisa penulis dalam 3 *scene* merupakan objek yang sering muncul dan diharapkan menjadikan suatu ingatan atau pemikiran untuk disampaikan kepada interpretan. Objek disini sudah merupakan simbol, yang mempunyai makna dari logo yang ditawarkan dan berusaha untuk menjadikan pemikiran yang dapat menjadi suatu argumen atau keputusan terhadap penawaran objek tersebut. Iklan adalah suatu alat yang berisikan tanda/lambang yang mempunyai makna sebagai suatu misi dari pesan yang dianjurkan.¹⁰

D. Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang Merepresentasikan Iklan

Disney+

Hotstar Versi Pilih Semaumu

¹⁰ Usnadibrata, *Makna Tanda Pada Iklan Sebagai Alat Komunikasi*, (dipublikasikan pada Jurnal Seni Rupa dan Desain Vol. 1 No.3 Agustus 2001), hlm 8-9.

Untuk Semua

Untuk menjelaskan identifikasi ini, 5 gambar tangkapan layar yang telah dipilih diatas harus dianalisis sesuai dengan model semiotika yang akan digunakan, yaitu semiotika Roland Barthes yang penulis mulai dari *scene* ke 1, identifikasinya adalah sebagai berikut:


Tabel 4.1 *Scene*

Visual	Audio/Dialog	<i>Type of shot</i>
--------	--------------	---------------------

	<p>(suara musik dan suara perempuan)</p> <p>Dum pap pap pap</p>	<p><i>Long Shot</i>, pengambilan secara keseluruhan. Shot ini hampir sama dengan Ekrtreme Long Shot akan tetapi di tipe shot ini objek diperlihatkan agak jelas.</p>
Denotasi	Konotasi	Mitos
<p>Gambar pertama menunjukkan Seorang laki-laki yang sedang berada di sebuah toko sepeda. Gambar ini menunjukkan bahwa laki-laki tersebut sangat menginginkan sepeda tersebut. Pada <i>scene</i> ini</p>	<p>Seorang laki-laki sedang melihat dan memegang sepeda berwarna hitam, dengan ekspresi wajah sedikit tersenyum sambil menatap sepeda yang</p>	<p>Pada <i>scene</i> ini diperlihatkan keadaan sepeda yang sedang berada di sebuah toko, dan laki-laki memegang sepeda yang penuh keyakinan dan</p>

<p>mulai terlihat logo/symbol Disney+ Hotstar pada pojok kiri atas.</p>	<p>ia pegang. Warna hitam sendiri dipercaya dengan kekuatan dan kekuasaan yang mengintimidasi untuk menunjukkan perbedaan diri antara yang mengenakannya dengan orang lain.</p>	<p>ekspresi tersenyum bahwasanya laki-laki tersebut sangat menginginkan sepeda itu dan akan segera membelinya. Artinya sesuatu hal yang kecil dan tidak terduga dapat membuat dampak keadaaan sekitar, seperti hal yang terjadi pada <i>scene</i> ini, laki-laki ini memegang dan tersenyum sambil melihat sepeda seolah-olah akan segera membeli sepeda tersebut.</p>
---	---	--

Tabel 4.2. *Scene*

Visual	Audio/Dialog	<i>Type of shot</i>
	Beli, beli buat siapa papa?	<i>Knee Shot</i> , pengambilan gambar objek dari kepala hingga lutut, ukuran gambar yang agak tanggung ini bertujuan untuk menampilkan apa yang sedang dilakukan oleh objek.
Denotasi	Konotasi	Mitos
Gambar kedua terlihat ada lima orang dalam suatu ruangan, yang di dominasi empat laki-laki dewasa dan satu orang perempuan dewasa.	Perempuan berbaju ungu muda tersebut berusaha mendekati laki-laki yang sedang memegang sepeda, sambil berjalan dan	Dalam hal ini menunjukkan bahwa mereka berdua adalah pasangan suami istri yang sedang melakukan

	<p>mendekati laki-laki tersebut, perempuan itu sambil bernyanyi dan melakukan gerakan di kedua tangannya, kemudian laki-laki yang menggunakan pakaian kemeja berwarna biru muda itu lantas mundur lantaran terkejut melihat kehadiran perempuan tersebut.</p>	<p>percakapan dalam ruangan yang berisikan beberapa sepeda, seolah ruangan tersebut adalah toko sepeda.</p>
--	---	---

Tabel 4.3. *Scene*

Visual	Audio/Dialog	<i>Type of shot</i>
--------	--------------	---------------------

	(suara pedang)	<p><i>Medium Shot</i>, pengambilan dari jarak sedang, jika objeknya orang maka yang terlihat hanya separuh badannya saja (dari perut/pinggang keatas), pengambilan shot ini bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas objek.</p>
Denotasi	Konotasi	Mitos
<p>Pada gambar ketiga ini menunjukkan seorang laki-laki yang sedang memegang salah satu mainan yang sering dimainkan oleh anak kecil, dan sangat ingin memiliki barang tersebut.</p>	<p>Pada <i>scene</i> ini laki-laki tersebut sedang memegang pedang mainan yang berwarna merah menyala, dengan memasang ekspresi</p>	<p>Dengan membawa pedang mainan terlihat seorang laki-laki ini sangat kekanak-kanakan, seharusnya seorang laki-laki dewasa harus</p>

	wajah yang sangat bahagia dan tersenyum lebar sambil melihat pedang mainan yang ia pegang. Warna merah sendiri memiliki arti tindakan, kekuatan, energy, dan gairah.	menunjukkan sisi maskulinitasnya sebagai pria. Laki-laki adalah makhluk kuat menjadi tulang punggung keluarga, pencari nafkah, dan bertanggung jawab. Laki-laki dewasa juga dikenal pantang menangis dan cenderung berpikir logis dibandingkan perempuan.
--	--	---

Tabel 4.4. *Scene*

Visual	Audio/Dialog	<i>Type of shot</i>
--------	--------------	---------------------

	<p>(suara mulut yang dibuat seolah-olah itu adalah suara musik)</p>	<p><i>Close up</i>, tipe ini biasanya digunakan untuk menekankan emosi subjek dengan mengambil hanya bagian kepada saja. <i>Close up</i> dapat menampilkan detail pada adegan sehingga penonton dapat ikut merasakan emosi yang ingin disampaikan.</p>
Denotasi	Konotasi	Mitos
<p>Pada gambar ini laki-laki tersebut menunjukkan aplikasi Disney+ Hotstar pada ponsel yang di lengkapi teks dengan bertuliskan Hiburan Hits Terbaik Dunia dan Indonesia Berkumpul di Sini,</p>	<p>Dalam iklan ini sosok laki-laki sebagai suami dan kepala keluarga yang diharapkan dapat memberikan suatu yang terbaik untuk</p>	<p>Dengan menggenggan handphone ditangan kirinya, laki-laki tersebut seolah akan segera menekan layar yang bertuliskan</p>

dan di bawahnya bertuliskan berlangganan dengan huruf kapital yang berlatarkan warna biru tua.	keluarga kecil mereka. Teks berlanggan yang ditulis dengan huruf kapital seluruhnya dan ditambah latar warna biru tua memiliki arti ketenangan, kedamaian, dan kesegaran.	Berlangganan.
--	---	---------------

Tabel 4.5. *Scene*

Visual	Audio/Dialog	<i>Type of shot</i>
	Buat aku, tapi buat kita semua juga!!	<i>Wide shot</i> , pada pengambilan ini wide shot subjek dapat teridentifikasi cukup jelas. Biasanya juga dikenal dengan istilah

		<p>long shot, full shot, dan biasanya subjek ditampilkan secara menyeluruh dengan adanya jarak di atas dan di bawah subjek.</p>
<p>Denotasi</p>	<p>Konotasi</p>	<p>Mitos</p>
<p>Pada gambar terakhir ini ada empat orang dewasa dan dua anak kecil, dua diantaranya adalah perempuan dewasa, perempuan lanjut usia, laki-laki dewasa, laki-laki lanjut usia, anak kecil laki-laki dan perempuan.</p>	<p>Enam orang dalam suatu ruangan, keluar dari belakang televisi sambil berlarian untuk mendekati laki-laki berbaju biru muda yang sedang bernyanyi dan</p>	<p>Di tunjukan sebagai suatu keluarga dengan kakek, nenek, ayah, ibu dan anak yang sedang melakukan suatu aktifitas di dalam rumah, di tunjukan</p>

	melakukan gerakan kecil seolah sedang menari.	dalam keluarga bahagia, ceria dan berani menghadapi apapun dengan menyatukan sebuah keluarga, meskipun dengan kesederhanaan.
--	---	--

Dari uraian diatas kita dapat menganalisis sebuah iklan yang dikemas dengan menarik. Secara tidak langsung mempromosikan untuk segera berlangganan pada aplikasi Disney+ Hotstar, dalam analisis yang menggunakan teknik semiotika ini perusahaan menginginkan agar penonton dapat menikmati iklan yang mereka publikasikan, melalui sebuah drama musikal yang dapat menghibur penonton sekaligus dapat menyampaikan pesan iklan yang ingin disampaikan.

Kita bisa mengetahui makna dan maksud penggunaan simbol ataupun tanda yang ditampilkan dalam iklan ini. Unsur iklan ini dimunculkan melalui gerakan yang memiliki makna konotasi atau pesan yang ingin disampaikan pengiklan, serta menggunakan simbol sebagai tanda bahwa iklan ini sebenarnya adalah mempromosikan perusahaan Disney+ Hotstar.

Seperti pada analisis diatas, cara yang dilakukan adalah dengan terus memunculkan simbol atau tanda secara berulang-ulang maka akan membentuk suatu ingatan kepada penonton. Sebagaimana diketahui iklan adalah suatu alat yang berisikan lambang/tanda yang memiliki makna sebagai suatu misi dari pesan yang dianjurkan.

1. Analisis Tahap Pertama : Denotasi

Peneliti akan melakukan analisis tahap pertama yaitu menganalisis makna denotasi pada iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua. Pada penggunaan makna denotasi merupakan makna yang sebenarnya dari sebuah tanda yang langsung terlihat jelas, dalam hal ini pula makna denotasi yang menunjukkan iklan Disney+ Hotstar adalah penggambaran yang dilakukan dalam cerita yang menampilkan simbol, tanda yang terdapat pada objek dan tempat iklan ini berlangsung. Pada *scene* yang dipilih oleh penulis untuk jadi bahan penelitian, adegan yang dipilih sudah menggambarkan hal sebenarnya yang ingin disampaikan secara jelas, sesuai dengan maksud dan tujuan.

Makna denotasi adalah makna yang paling nyata adanya hubungan antara petanda dan penanda, ini merupakan proses pemaknaan yang dijelaskan oleh De Saussure. Penanda adalah aspek material dari konsep mental (petanda). Menurut Barthes makna denotasi adalah merupakan

system signifikasi tingkat pertama dengan ketertutupan makna, dengan demikian dapat dimaksudkan sebagai sensor.¹¹ Pada signifikasi tahap pertama, makna denotasi dapat dilihat dari berbagai adegan scene dalam video iklan tersebut.

Jadi secara denotasi, keseluruhan visual iklan ini menggambarkan tentang kepala keluarga yang sedang ingin berlangganan pada aplikasi menonton video streaming untuk keluarga kecilnya.

2. Tahap Ke Dua : Konotasi

Setelah melakukan tahap pertama atau yang disebut denotatif, peneliti akan melanjutkan ketahap berikutnya yaitu konotasi. Signifikasi tahap kedua atau yang disebut konotatif dapat diartikan sebagai pemaknaan lebih mendalam setelah mengetahui makna langsung dan eksplisit dilakukan ditahap denotasi. Makna konotasi yang digunakan dalam iklan ini terdapat dalam gerakan-gerakan yang dilakukan dan juga pada teknik pengambilan gambar yang memiliki makna tertentu untuk menyampaikan pesan secara tersirat.

Dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua pada media social *youtube* menceritakan tentang seorang kepala keluarga yang ingin berlangganan pada aplikasi menonton film streaming untuk

¹¹ Sobur Alex, *Analisis Teks Media*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009). Hlm 70

memberikan kesenangan pada keluarga kecilnya dengan berlangganan pada aplikasi itu agar keluarga nya dapat menonton film sepuasnya.

Melihat hal tersebut pihak Disney+ Hotstar membuat iklan sebagai menarik perhatian calon pelanggan dengan menggunakan tarian dan nyanyian agar dapat menarik perhatian bagi siapa saja yang melihat iklan ini.

3. Mitos

Pada tahap ini pembahasan terakhir dari iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, yang dianalisis melalui teknik analisis semiotika Roland Barthes, penulis akan membahas tampilan iklan ini dengan pembahasan mengenai mitos. Barthes sendiri mengartikan mitos sebagai "cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah caea mengkonseptualisasikan atau memahami suatu hal. Barthes menyebut mitos sebagai rangkaian konsep berkaitan."¹²

Dalam penelitian ini penulis ingin menguak mitos dari iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, dimana target pasar dari iklan ini adalah semua kalangan. Dalam visualisasi iklan ini menggambarkan seorang kepala keluarga yang ingin berlangganan pada aplikasi menonton film streaming.

Dalam kaitannya iklan ini, mitos yang berkembang di masyarakat

¹² *Ibid*, hlm 224

kenapa iklan dilakukan di dalam rumah karena menyampaikan bahwa iklan ini di peruntukan untuk masyarakat luas dan tidak memandang berbagai kalangan, sehingga tidak membeda-bedakan.

Pada iklan ini terdapat pula anak kecil yang diperuntukan sebagai anak dari seorang laki-laki yang menggunakan kemeja biru muda dan perempuan berbaju ungu muda tersebut. Di gambarkan di dalam rumah dan ada laki-laki dewasa, perempuan dewasa, dan anak kecil yang menggambarkan sebagai suatu keluarga bahagia dan harmonis.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah penulis menjabarkan hasil dari iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, kemudian dilanjutkan dengan memaknai setiap bagian gambar sesuai dengan teori yang digunakan, yaitu teori semiotika Roland Barthes. Dalam teori semiotika Roland Barthes membagi tingkatan pemaknaan menjadi dua tingkatan yaitu pemaknaan denotasi menjadi pemaknaan konotasi yang di sesuaikan dengan mitos yang ada pada suatu masyarakat.

Dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, tidak hanya membawa informasi dalam bentuk objek-objek tertentu, akan tetapi sebagai komunikasi yang terstruktur dari sebuah system pemasaran yang kreatif. Pada akhirnya berlaku sebagai iklan yang dapat menarik konsumen

untuk berlangganan di Disney+ Hotstar dan memberikan keuntungan untuk perusahaan iklan Disney+ Hotstar.

Seperti yang digunakan sebelumnya, tanda adalah suatu hal yang lain bagi seseorang. Segala Sesutu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda. Dalam hal ini, sebuah tanda dapat dilakukan telaah untuk menemukan makna sebenarnya yang terkandung dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua. Metode yang dapat digunakan untuk telaahan makna dan maksud terselubung dari sebuah tanda dan objek yang dimaksud penanda adalah petanda, terdapat dalam sebuah foto, yaitu metode analisis semiotika.

Untuk itu dalam penelitian, diuraikan makna yang terdapat dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, melalui pembagian suatu tanda yang terdapat dalam iklan kedalam tiga klasifikasi berdasarkan Denotasi (*signifier*), Konotasi (*signified*), dan Mitos (*myth*). Dalam ilmu Tanda (semiotik) untuk menelaah dan menemukan makna tanda yang ada pada iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, dapat dilakukan penelaahan melalui pembagian klasifikasi dari makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang ada didalamnya. Eksistensi actual benda atau peristiwa yang ada pada tanda, dan norma yang dikandung oleh tanda.

Untuk itu, peneliti mengandalkan analisis semiotika dengan

menggunakan penganalisisan makna denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung dalam visual iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, dalam menemukan makna yang terkandung dan tersembunyi dalam sebuah tanda pada sebuah visual potongan gambar pada iklan.

Adapun makna dari tanda yang terdapat pada iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, merupakan makna dasar atau terkecil yang terdapat dalam sebuah tanda. Dalam penelitian ini yaitu tanda-tanda yang terdapat dalam visual potongan gambar ialah di dapatkan dari gaya berpakaian atau gaya *fashion* yang digunakan. Hal ini dapat digunakan sebagai tanda yang mempunyai makna yang tersembunyi.

Mitos yang dihadirkan di dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua ini adalah mitos yang terjadi dalam masyarakat pada umumnya mengenai tata cara tentang bagaimana masyarakat memandang serta menilai karakter seseorang lewat cara berpenampilan atau cara berpakaian. Mereka percaya bahwa penampilan mencerminkan karakter dan kepribadian seseorang. Dalam kajian Ilmu Komunikasi memang diyakini bahwa segala yang melekat pada tubuh kita merupakan simbol. Simbol itu sendiri biasanya merepresentasikan pengguna simbol. Terkadang interpretasi atas makna yang disimpulkan oleh komunikan berbeda dengan apa yang dimaksudkan oleh komunikatornya.

Dalam hal ini seperti halnya pada iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, bahwa seorang kepala keluarga seharusnya memberikan contoh yang baik kepada anak dan istrinya, terlebih lagi seorang kepala keluarga bisa lebih bijak dan dewasa dari anak beserta istrinya. Dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, terlihat seorang kepala keluarga yang sedang memegang sebuah pedang mainan, hal itu menunjukkan bahwa laki-laki tersebut sangat kekanak-kanakan dan tidak menunjukkan seorang suami dan seorang ayah yang bijak.

Dalam iklan Disney+ Hotstar versi Pilih Semaumu Untuk Semua, menggunakan pendekatan etika pariwisata yaitu kepribadian seorang kepala keluarga yang sangat kekanak-kanakan yang seharusnya mencerminkan seorang kepala keluarga yang baik dan bijak yang sesuai dengan layaknya seorang kepala keluarga, tetapi dalam iklan ini seorang kepala keluarga tidak mencerminkan itu.

Penggunaan pendekatan etika pariwisata dikarenakan penulis merasa iklan ini akan mempengaruhi penonton, terutama penonton anak-anak yang akan merasa bahwa seorang laki-laki dewasa juga bisa melakukan hal-hal yang seharusnya dilakukan oleh anak kecil, seperti bermain dan mengoleksi mainan-mainan selayaknya anak-anak pada umumnya.