

Mitos Pariwisata Rokok dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP

Oleh

Erda Rismawati

Kahfie Nazaruddin

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

e-mail: erdarisma12@gmail.com

ABSTRACT

This research was aimed to describe the myths in two advertisements of cigarette and to design its learning in Indonesian language as subject at junior high schools. The research method used is sedcriptive qualitative. Source of data obtained from two advertisement of cigarette brand Sampoerna and Djarum that is sung in television year 2016. The results show that the myth of the Sampoerna Hijau Edition Dorong Rame-Rame is about the togetherness that makes life perfect, while the myth of cigarette advertisement Djarum Coklat Filter Version Goalkeeper is about how to talk well with others. These two advertisements can be used as media in learning Indonesian language of grade VIII odd semester related to KD 3.3 Identify ad text, slogan or poster text information from various sources read and heard and KD 4.3 Summarizes the content of advertisement, slogan, Or posters from various sources.

Keywords: advertisement, designing, myths, tagging

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mitos dalam pariwisata rokok dan merancang pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh dari dua pariwisata iklan yang ditayangkan di televisi tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mitos dari pariwisata rokok Sampoerna Hijau Edisi Rame-Rame adalah tentang kebersamaan yang membuat hidup menjadi sempurna, sedangkan mitos dari pariwisata rokok Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper adalah tentang bagaimana berbicara baik dengan orang lain. Kedua pariwisata ini dapat dijadikan media dalam rancangan pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII semester ganjil terkait dengan KD 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster dari berbagai sumber.

Kata kunci : pariwisata, penandaan, mitos, rancangan pembelajaran

PENDAHULUAN

Salah satu fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi atau alat interaksi. Komunikasi merupakan transisi dari informasi, ide, perilaku, atau emosi dari satu individu atau kelompok kepada lainnya terutama melalui simbol (Theodorson dalam Sobur, 2009: 161). Dengan adanya komunikasi kita dapat saling bertukar informasi, baik secara lisan maupun tulisan. Media komunikasi yang digunakan beragam, salah satunya adalah iklan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008: 521) iklan memiliki dua definisi, pertama iklan merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Kedua, iklan merupakan pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di media massa atau di tempat umum. Dengan demikian, iklan merupakan bentuk komunikasi kepada khalayak umum agar tertarik pada produk barang atau jasa yang ditawarkan atau dijual.

Dilihat dari segi tujuannya, iklan digunakan untuk mempengaruhi dan membujuk masyarakat agar menggunakan produk yang ditawarkan. Iklan dapat dikemas dan ditayangkan dengan berbagai ragam kemasan, ucapan, dan gaya yang disesuaikan dengan kepribadian khalayak sasarannya. Komunikasi periklanan tidak hanya menggunakan bahasa sebagai alatnya sehingga diperlukan alat komunikasi lainnya, seperti gambar, warna, dan bunyi. Salah satu iklan di televisi yang menggunakan alat komunikasi tersebut adalah iklan rokok. Iklan

rokok tidak hanya menggunakan teks, tetapi juga menggunakan gambar dan bunyi yang menarik untuk mempengaruhi dan membujuk masyarakat.

Pada dasarnya setiap iklan menampilkan produknya untuk menarik konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan. Akan tetapi, lain halnya dengan iklan rokok. Iklan rokok tidak menampilkan produknya, yaitu rokok untuk ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan peraturan pemerintah nomor 81 tahun 1999 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan dan UUD nomor 21 tahun 2000 tentang penyiaran yang mempersempit ruang lingkup promosi dari iklan rokok. Peraturan ini lah yang menyebabkan produsen tidak menampilkan produk dalam setiap iklan.

Iklan rokok mempunyai makna tersembunyi di dalamnya. Makna-makna ini dibungkus oleh sebuah tanda yang nantinya akan membentuk suatu mitos. Menurut Barthes (dalam Zaimar, 2014: 19) mitos adalah suatu sistem komunikasi karena mitos menyampaikan pesan. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda. Namun, sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya. Dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua.

Pariwara rokok menggunakan banyak tanda-tanda yang sangat menarik untuk diteliti. Oleh karena

itu, peneliti memilih untuk meneliti pariwisata rokok dan mendeskripsikan mitos yang terdapat dalam pariwisata tersebut. Ketertarikan peneliti untuk mengetahui mitos yang terkandung dalam pariwisata karena setiap pariwisata berpuncak pada mitos sehingga mendorong peneliti untuk mengkaji hal tersebut lebih lanjut.

Dalam kurikulum 2013 kelas VIII semester ganjil, materi yang terkait terdapat dalam Kompetensi Dasar 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat angga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati (Hikmat, 2011: 36). Metode deskriptif kualitatif mendeskripsikan sifat-sifat dan hubungan antara fenomena yang sedang terjadi dengan sesuatu yang sedang diteliti.

Data dalam penelitian ini adalah penandaan denotasi dan konotasi yang terdapat dalam pariwisata rokok. Sumber data dalam penelitian ini adalah pariwisata rokok merek Sampoerna dan Djarum yang ditayangkan di televisi tahun 2016 berjumlah dua pariwisata. Seluruh data ditranskripsikan dan dipilah-pilah berdasarkan keperluan dan kelengkapannya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

dan didengar. 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang mitos pariwisata rokok di televisi. Pada penelitian ini penulis hanya membatasi pada iklan Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame dan Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper yang ditayangkan di televisi. Serta penelitian ini dirancang dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

adalah teknik dokumentasi, yaitu mencari dan mengunduh data berupa file video pariwisata rokok di www.youtube.com.

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber nonmanusia. Sumber ini terdiri atas dokumen dan rekaman (Syamsudin dan Damaianti, 2011:100).

Data dianalisis menggunakan dua tahap, yaitu tahap denotasi dan konotasi. Tahap denotasi merupakan tahap memaknaan tingkat pertama dan konotasi merupakan pemaknaan tingkat kedua yang didasarkan pada teori Roland barthes.

PEMBAHASAN

Pembahasan akan diawali dengan mendeskripsikan penandaan denotasi dan konotasi yang terdapat dalam pariwisata Sampoerna dan Djarum kemudian menentukan mitos yang terdapat dalam pariwisata tersebut. Selanjutnya hasil penelitian akan dijadikan media dalam merancang pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

A. Pariwara Rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame

Pariwara dimanfaatkan sebagai media promosi yang digunakan untuk membujuk konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Salah satu produk yang dipasarkan lewat pariwara yaitu rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame. Iklan rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame berdurasi 29 detik. Diunggah pada tanggal 07 Juli 2016. Berikut analisis pariwara rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame.

1. Penandaan Denotasi Pariwara Rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame

Laki-laki A yang sedang menyopir mengenakan pakaian kasual, yaitu kaos berkerah berwarna hijau, rambut rapi yang di potong pendek, dan berwarna hitam. Perawakannya terlihat dewasa dan sabar dibanding dengan kedua laki-laki yang lain. Laki-laki B yang duduk di depan yang berada di samping sopir mengenakan kaos berwarna hijau dan jaket berwarna krim. Rambut berwarna hitam dan gondrong sehingga terlihat tidak rapi. Sepatu yang digunakan berwarna hitam yang terlihat cocok saat digunakan. Gaya pakaiannya mewakili gaya anak muda.

Berbeda lagi dengan laki-laki C yang memiliki ukuran badan sedikit gemuk. Dia mengenakan sandal jepit, kaos berwarna abu-abu, dan celana pendek berwarna krim. Celana pendek sering digunakan oleh orang-orang yang berbadan gemuk supaya

mereka mudah untuk beraktivitas. Selain terdapat tokoh laki-laki, dalam pariwara juga menampilkan tiga tokoh perempuan.

Perempuan A mengenakan baju batik yang terlihat sopan dan dewasa. Rambutnya berwarna hitam dan dikuncir. Rambutnya dikuncir supaya terlihat rapi dan tidak gerah. Dia menggunakan legging berwarna hitam yang memudahkan untuk bergerak. Perempuan B mengenakan baju berwarna krim dan rok abu-abu sehingga terlihat feminim. Rambut diikat setengah dan memakai sandal sehingga terlihat santai. Gaya yang ditunjukkan terlihat lembut dan pendiam. Berbeda dengan perempuan A dan B, perempuan C terlihat mencolok dengan pakaian yang dikenakan. Dia memakai bando kuning dan celana jeans kuning. Kaos yang dikenakan berwarna ungu dan dia memakai sandal jepit sehingga terlihat santai. Gaya pakaiannya terlihat sedikit norak dibandingkan dengan yang lain.

Mereka tinggal di sebuah rumah yang berukuran kecil dan sederhana. Di sekitar rumah ditanami pohon sehingga terlihat rindang. Penyangga di depan rumah menggunakan kayu dan pagar rumah masih menggunakan bambu. Lantai di depan rumah hanya dari tanah. Suatu hari mereka pergi dengan mengendarai sebuah mobil. Mobil yang digunakan berwarna silver. Mobil tersebut berukuran besar seperti mini bus dan merk mobil tersebut bukan jenis mobil mewah.

Laki-laki A yang menyopir mengatakan “buruan” kepada semua anggota keluarga yang sedang siap-

siap. Semua orang terlihat buru-buru dan langsung menaiki mobil. Setelah semuanya berada di dalam mobil, mereka semua berkata “nikmat” sambil tersenyum lebar. Saat diperjalanan mereka melewati sawah, perbukitan, dan sungai. Hal ini menunjukkan bahwa mereka berada disebuah dipedesaan.

Saat melalui tanjakan tiba-tiba mobil yang dikendarai mogok dan berjalan mundur. Setelah mobil berhenti, laki-laki A berkata “dorong rame-rame nih” dan mereka menjawab “yah” dengan raut muka yang kecewa. Namun, mereka semua langsung turun dari mobil dan mendorongnya. Laki-laki A yang sedang menyetir menyemangati yang lain dengan berkata “terus dorong, terus dorong” sampai akhirnya mobil tersebut melaju sendiri saat berada diturunan. Orang-orang yang mendorong terlihat cemas dan langsung mengejar mobil tersebut sampai ke sungai. Sesampainya di sungai mereka semua melihat laki-laki A sedang dijilati oleh kerbau yang berada di sana. Kedua laki-laki dan ketiga perempuan yang melihatnya langsung tertawa dan menunjuk kearah laki-laki A. Disaat yang lain sedang tertawa, laki-laki B mengangkat jari telunjuk sambil berkata “aha” dengan tersenyum. Akhirnya mobil tersebut dapat berjalan kembali dengan ditarik oleh kerbau. Laki-laki C menaiki kerbau dengan membawa rumput untuk memancing kerbau agar berjalan dan keluarga yang lain duduk di dalam mobil sambil tersenyum menyapa warga sekitar. Saat kejadian itu sedang berlangsung, tiba-tiba muncul suara dan tulisan “Sampoerna nikmatnya rame-rame”.

1. Penandaan Konotasi Pariwara Rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame

Pariwara Rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame menampilkan keluarga yang diperankan oleh tiga laki-laki dan tiga perempuan. Laki-laki A yang sedang menyopir mengenakan pakaian kasual, yaitu kaos berkerah berwarna hijau. Rambutnya terlihat rapi karena dipotong pendek dan berwarna hitam. Dilihat dari penampilannya dia terlihat dewasa dan sopan. Kaos berwarna hijau memperkuat atau mempertegas sebagai tanda adanya hubungan dengan produk rokok yang sedang dipasarkan. Hal ini terlihat dari produk rokok yaitu Sampoerna Hijau.

Laki-laki B yang duduk di depan yang berada di samping sopir mengenakan kaos berwarna hijau. Kaos berwarna hijau memperkuat atau mempertegas sebagai tanda adanya hubungan dengan produk rokok yang sedang dipasarkan. Kaos hijau dipadukan dengan jaket berwarna krim untuk menunjang penampilan supaya terlihat keren. Rambut berwarna hitam dan gondrong sehingga terlihat tidak rapi. Namun, hal tersebut terkadang dianggap keren dan gaul oleh sebagian anak muda. Sepatu yang dikenakan berwarna hitam yang terlihat cocok saat digunakan. Laki-laki C yang memiliki ukuran badan sedikit gemuk mengenakan kaos berwarna abu-abu dan celana pendek berwarna krim. Pakaian yang digunakan terlihat santai. Celana pendek sering digunakan oleh orang-orang yang berbadan gemuk supaya mereka mudah untuk beraktifitas.

Dia menggunakan sandal jepit sehingga terlihat santai saat akan berpergian.

Perempuan A mengenakan baju batik yang terlihat sopan dan dewasa. Rambutnya berwarna hitam dan dikuncir supaya terlihat rapi dan tidak gerah saat beraktifitas. Dia menggunakan legging berwarna hitam yang netral dipadukan dengan bajunya. Penggunaan legging ini memudahkan untuk bergerak dengan postur badan yang dimiliki. Perempuan B mengenakan baju berwarna krim yang terlihat lembut. Baju tersebut dipadukan dengan rok pendek berwarna abu-abu yang membuatnya terlihat cantik dan feminim. Rambut diikat setengah dan memakai sandal sehingga terlihat santai. Perempuan C memakai bando kuning dan celana jeans kuning yang terlihat mencolok dari yang lainnya. Hal tersebut menandakan bahwa orang tersebut lebih berani atau memiliki kepercayaan diri yang tinggi karena warna yang digunakan adalah warna yang menyala. Dia juga mementingkan kepaduan warna yang digunakan. Perempuan tersebut memakai kaos berwarna ungu dan sandal jepit sehingga terlihat santai.

Ketiga laki-laki dan perempuan tersebut memiliki gaya atau *style* yang berbeda-beda. Namun, mereka tetap kompak dan senada dalam warna pakaian yang digunakan. Perbedaan itu membuat mereka saling melengkapi satu sama lain. Adanya tokoh perempuan dalam pariwisata rokok menunjukkan bahwa sasaran dari rokok Sampoerna Hijau tidak hanya berfokus pada konsumen laki-laki, tetapi juga pada konsumen perempuan.

Rumah yang digunakan berukuran kecil dan sederhana. Di sekitar rumah masih banyak pohon. Penyangga di depan rumah menggunakan kayu dan pagar rumah masih menggunakan bambu. Hal ini menunjukkan bahwa mereka masih memanfaatkan apa yang ada pada alam sekitar. Lantai di depan rumah hanya dari tanah, hal tersebut menunjukkan bahwa rumah mereka berada dipedesaan.

Mereka pergi dengan mengendarai mobil berwarna silver yang menandakan pemilik mobil menyukai warna netral. Warna tersebut cocok digunakan oleh seorang laki-laki. Mobil yang digunakan bukan mobil mewah yang menunjukkan bahwa orang tersebut dari kelas menengah ke bawah. mobil tersebut berukuran besar seperti mini bus sehingga cukup untuk semua anggota keluarga. Laki-laki yang menyopir menyuruh anggota keluarga yang lain untuk segera masuk ke dalam mobil dengan berkata “buruuuaan” sehingga membuat anggota yang lain terburu-buru sambil membawa barang yang akan mereka bawa. Meskipun terlihat terburu-buru sebelum berangkat, tetapi mereka terlihat bahagia ketika akan pergi bersama. Kebahagiaan yang terlihat menunjukkan kebahagiaan ketika menikmati rokok Sampoerna Hijau.

Perjalanan mereka melewati sawah, perbukitan, dan sungai. Tempat yang dilewati masih asri dan hijau, tidak ada gedung-gedung yang menjulang tinggi, seperti di kota dan tempat tersebut jauh dari keramaian. Hal ini menunjukkan bahwa ini terjadi dipedesaan sehingga sasaran dari rokok tersebut adalah orang-orang

yang berada dipedesaan atau dari kelas sosial menengah kebawah. Persawahan dan perbukitan yang hijau memperkuat sebagai tanda adanya hubungan dengan produk yang ditawarkan, yaitu rokok Sampoerna Hijau.

Saat berada di jalan yang menanjak tiba-tiba mobil mogok. Biasanya mobil mogok diakibatkan karena jarang dirawat oleh pemiliknya. Hal itu menunjukkan bahwa orang yang memiliki mobil tersebut tidak mengerti tentang mesin. Mereka semua terlihat sangat cemas karena mobil berjalan mundur. Saat mobil berhenti laki-laki yang menyopir meminta yang lain untuk turun dan mendorong mobil. Kedua laki-laki dan ketiga perempuan yang lain langsung turun dan mendorongnya. Laki-laki A yang menyopir member semangat dengan berkata “terus dorong, terus dorong”. Kegiatan mendorong mobil secara bersama menandakan bahwa mereka tetap kompak meskipun dalam keadaan susah. Kegiatan tersebut merupakan petanda bahwa semua orang tetap memilih rokok Sampoerna Hijau meskipun dalam keadaan susah maupun senang.

Ketika didorong melewati turunan mobil hilang kendali dan melaju dengan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa rem mobil juga bermasalah sehingga terperosok ke sungai yang ada kerbaunya. Tiba-tiba kerbau menghampiri laki-laki A yang menyopir dan menjilatinya. Kedua laki-laki dan ketiga perempuan yang melihatnya tertawa melihat kejadian itu. Saat kejadian itu berlangsung, tiba-tiba laki-laki B mengangkat jari telunjuk sambil berkata “ahhaa” dengan tersenyum, artinya dia telah

mempunyai ide, yaitu ide untuk menarik mobil dengan kerbau. Akhirnya, mobil tersebut ditarik oleh kerbau sehingga membuat warga sekitar yang melihatnya merasa heran. Namun, keluarga itu terlihat bahagia karena dapat melanjutkan pejalanannya tanpa merasa malu dengan kejadian yang telah mereka alami. Ide yang tercipta merupakan ide yang sangat unik dan tidak terpikirkan oleh yang lainnya. Keunikan dalam iklan merupakan salah satu hal yang membuat para konsumen tertarik dengan produk yang dipasarkan.

2. Mitos Pariwara Rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame

Pariwara Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame menggambarkan sebuah kesederhanaan di dalam suatu masyarakat. Kesederhanaan itu menunjukkan bahwa perusahaan rokok ingin menawarkan produk yang menjangkau pada semua kalangan.

Kebersamaan yang tercipta terlihat dari awal sampai akhir tayangan. Suasana terlihat begitu ceria dan bahagia sehingga tercipta rasa keakraban dan kekompakan yang begitu kental diantara para tokoh.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk rokok Sampoerna akan menciptakan sebuah kebersamaan. Dalam sebuah kebersamaan akan ditemui masa sulit, masa sulit itu akan terasa mudah jika dilakukan secara bersama. Segala sesuatu yang dilakukan secara bersama akan terasa lebih nikmat, mudah, menyenangkan, dan sempurna. Kebersamaan itu akan

terasa sempurna dengan menikmati rokok Sampoerna Hijau. Selain itu, dengan adanya rokok Sampoerna Hijau para konsumen dapat menuangkan ide-ide kreatif dan merasakan ketenangan saat menikmatinya.

B. Pariwara Rokok Coklat Filter Versi Goalkeeper

Iklan merupakan alat promosi yang digunakan untuk membujuk konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Salah satunya adalah iklan Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper. Pariwara Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper di unggah pada tanggal 25 Juli 2016 dengan durasi 31 detik. Berikut analisis pariwara rokok Djarum Filter Versi Goalkeeper.

1. Penandaan Denotasi Pariwara Rokok Coklat Filter Versi Goalkeeper

Pariwara rokok Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper diperankan oleh tiga laki-laki dan satu perempuan di dalam kafe. Laki-laki pertama berambut pendek berwarna hitam yang terlihat rapi. Dia mengenakan kemeja panjang kotak-kotak merah maroon dan memakai jam berwarna hitam di sebelah kiri. Memakai jam tangan menandakan bahwa orang tersebut tepat waktu. Dia juga mengenakan jeans berwarna krim yang terlihat bersih.

Laki-laki kedua berambut pendek dan memakai topi. Dia mengenakan kemeja pendek berwarna biru muda dan memakai jam berwarna hitam di sebelah kiri menandakan bahwa orang tersebut tepat waktu. Jeans yang dipakai berwarna biru yang

cocok dipadukan dengan baju. Laki-laki ketiga berambut panjang berwarna hitam kusam. Dia mengenakan jeans hitam dan kaos putih bermotif merah maroon. Jaket yang dikenakan berwarna merah maroon yang digunakan untuk menghindari teriknya matahari saat pergi keluar rumah. Dia juga mengenakan jam berwarna hitam di sebelah kiri yang menandakan bahwa orang tersebut tepat waktu.

Perempuan dalam pariwara iklan Djarum Coklat berambut panjang berwarna hitam. Rambut dikuncir sehingga terlihat *simple* dalam menata rambut. Jaket yang dikenakan berwarna kuning, kaos putih bermotif kuning, dan celana pendek berwarna merah maroon. Dia memakai tas selempang berwarna putih yang cocok digunakan saat bermain atau berpergian. Jam yang digunakan berada di sebelah kiri yang berwarna putih yang digunakan untuk melihat waktu.

Saat perempuan itu berjalan di depan mereka, ketiga laki-laki tersebut langsung meliriknya. laki-laki berambut panjang menyapa “cantik-cantik sendirian nih” lalu laki-laki yang membawa topi melanjutkan dengan “kayak kiper” sambil tertawa dengan teman yang lain. Dengan agak kesal perempuan itu menjawab “dari pada bertiga jomblo-jomblo kaya ban bemo”. Laki-laki yang memakai kemeja kotak-kotak pun langsung menjawab “kiper, kiper”. Akhirnya mereka semua berdebat, yang perempuan berbicara “ban bemo, ban bemo” dan ketiga laki-laki itu berbicara “kiper, kiper, kiper”.

2. Penandan Konotasi Pariwara Rokok Coklat Filter Versi Goalkeeper

Ada tiga laki-laki yang sedang berada di dalam kafe. Di dalam kafe tersebut terdapat banyak meja dan kursi yang disiapkan untuk para pengunjung. Meja dan kursi terbuat dari kayu sehingga terlihat alami dengan gaya klasik. Di atas meja terdapat cangkir dan makanan ringan. Cangkir digunakan sebagai wadah minum kopi atau teh. Makanan ringan dan minuman tersebut cocok untuk menemani saat mengobrol.

Laki-Laki pertama berambut pendek dan hitam menandakan bahwa orang tersebut rapi dan mementingkan penampilannya. Ia mengenakan kemeja panjang yang terlihat rapi. Motif kemeja kotak-kotak yang ia kenakan dari dulu hingga sekarang selalu menjadi *trend* bagi semua orang. Lengan yang digulung bertujuan untuk menunjang penampilan. Selain digunakan untuk melihat waktu, jam tangan juga digunakan sebagai aksesoris dalam berpenampilan. Warna hitam merupakan warna netral yang cocok dipadukan dengan warna lain. Jeans warna krim terlihat bersih dan cocok saat dipadukan dengan baju yang bermotif. Penggunaan jeans cocok digunakan dalam acara santai, seperti saat sedang nongkrong atau pergi dengan teman.

Laki-laki rambut pendek yang mengenakan topi menandakan kerapian dalam berpenampilan. Topi digunakan sebagai aksesoris dalam menunjang penampilan. Kemeja yang digunakan berwarna biru. Penggunaan kemeja terlihat rapi dan kancing atas yang dikaitkan terlihat

keren dengan *style* anak muda saat ini. Selain digunakan untuk melihat waktu, memakai jam juga dimanfaatkan sebagai aksesoris penunjang dalam berpenampilan. Jam warna hitam terlihat netral dan cocok dipadukan dengan kemeja dan topi yang digunakan. Jeans cocok digunakan dalam acara santai, seperti saat sedang nongkrong dengan teman. Warna biru digunakan untuk memadupadankan dengan baju yang dipakai sehingga terlihat serasi.

Laki-laki berambut panjang ikal terlihat kurang rapi. Gaya rambutnya terlihat kusam sehingga terkesan bahwa orang tersebut tidak terlalu mementingkan penampilan. Kaos putih yang bermotif maroon sangat cocok dipadukan dengan jaket maroon yang dikenakan sehingga terlihat serasi. Pakaian tersebut juga cocok digunakan dalam acara santai. Jaket digunakan untuk menghindari panas sehingga kulit tidak akan terbakar oleh paparan sinar matahari. Selain digunakan untuk melihat waktu, jam tangan juga digunakan sebagai aksesoris dalam menunjang penampilan. Jam warna hitam merupakan warna netral yang cocok dipadukan dengan warna lain. Jeans warna hitam sangat netral dan cocok digunakan dalam acara santai, seperti saat sedang nongkrong dengan teman.

Ketiga laki-laki tersebut terlihat ceria dan suka bercanda. Mereka terlihat santai sambil menikmati makanan ringan dan kopi. Situasi kafe yang mereka kunjungi terlihat bersih dan rapi dengan konsep klasik. Banyak orang yang mengunjungi tempat tersebut. Saat mereka sedang asyik mengobrol, tiba-tiba ada perempuan yang berjalan sendirian di depan

mereka. Perempuan itu terlihat santai dan sangat percaya diri dengan penampilannya.

Perempuan tersebut memiliki rambut panjang yang dikuncir dan berwarna hitam sehingga terlihat rapi dan anggun. Agar terlihat rapi dan tidak gerah sehingga tidak mengganggu aktifitas. Orang itu mempunyai kepercayaan diri dengan menggunakan warna-warna terang. Penggunaan warna tersebut juga digunakan untuk menunjang dalam berpenampilan. Motif warna kuning dipakai agar terlihat cocok dipadukan dengan jaket kuning yang digunakan. Selain terlihat santai, celana tersebut juga untuk menunjang penampilan agar terlihat seksi. Penggunaan warna merah diartikan sebagai rasa berani. Tas selempang warna putih cocok dipadukan dengan jam warna putih dan kaos berwarna putih sehingga terlihat serasi. Selain digunakan untuk melihat waktu, jam tangan juga digunakan sebagai aksesoris dalam menunjang penampilan. Warna hitam merupakan warna netral yang cocok dipadukan dengan warna lain.

Ketiga laki-laki disebut sebagai “jomblo kayak ban bemo” karena mobil bemo memiliki tiga ban seperti ketiga laki-laki tersebut dan jomblo merupakan istilah ketika seseorang tidak memiliki pasangan. Perempuan yang berjaket kuning kecoklatan itu disebut sebagai “kiper” karena dia sedang sendirian seperti kiper (penjaga gawang dalam permainan sepak bola). Dalam permainan sepak bola seorang kiper bertugas untuk mempertahankan gawang dari lawan. Perempuan tersebut diibaratkan sebagai kunci dari keluarga Djarum Coklat karena warna jaket yang

digunakan mempertegas adanya hubungan dengan produk rokok yang ditawarkan. Selain itu, adanya tokoh perempuan menunjukkan bahwa sasaran dari iklan rokok tersebut tidak hanya pada orang laki-laki, tetapi juga pada seorang perempuan.

Pada akhir iklan terdapat pesan untuk berbicara yang baik. Selain itu, terdapat gambar berwarna coklat yang menunjukkan bahwa bungkus rokok tersebut berwarna coklat sesuai dengan nama produk yang ditawarkan. Kata “filter” pada pojok atas menunjukkan kelebihan rokok, yaitu ujung rokok terdapat alat atau gabus untuk menyaring nikotin.

3. Mitos Pariwara Rokok Coklat Filter Versi Goalkeeper

Mitos pariwara rokok Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper adalah tentang bagaimana berbicara yang baik dengan orang lain, hal tersebut terlihat dari cara berbicara antar tokoh dalam pariwara. Sopan santun dalam berbicara harus diperhatikan karena ketika berbicara dengan orang lain, orang tersebut harus memikirkan apakah yang dibicarakan akan menyakiti atau menyinggung perasaan atau tidak.

Seperti halnya dengan pariwara rokok Djarum Coklat, dari pada mereka membuang waktu dengan membicarakan hal yang tidak baik atau berdebat mengenai sesuatu hal, lebih baik mereka menikmati rokok Djarum coklat. Dengan menikmati rokok Djarum Coklat maka akan tercipta suatu hal yang lebih positif tanpa harus berdebat. Penggambaran tokoh dan tempat yang digunakan menunjukkan bahwa sasaran dari rokok tersebut adalah masyarakat dari

kelas menengah ke atas. Adanya tokoh laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa sasaran dari iklan rokok ini tidak hanya tertuju pada laki-laki saja, tetapi pada perempuan juga.

C. Rancangan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP

Pariwara rokok dapat dijadikan sebagai media pembelajaran. Pariwara rokok layak digunakan sebagai media dalam proses pembelajaran karena pesan yang terkandung dalam pariwara rokok memiliki nilai positif untuk peserta didik.

Dalam kurikulum 2013 kelas VIII semester ganjil, materi yang terkait terdapat dalam Kompetensi Dasar 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar. 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Mitos dari pariwara rokok Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame adalah tentang kebersamaan yang membuat hidup menjadi sempurna. Segala sesuatu yang dilakukan secara bersama akan terasa lebih nikmat, mudah, menyenangkan, dan sempurna. Kebersamaan itu akan terasa sempurna dengan menikmati rokok Sampoerna Hijau. Selain itu, dengan adanya rokok Sampoerna Hijau para

konsumen dapat menuangkan ide-ide kreatif dan merasakan ketenangan saat menikmatinya.

2. Mitos dari pariwara rokok Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper adalah tentang bagaimana berbicara baik dengan orang lain. Dengan menikmati rokok Djarum Coklat akan tercipta suatu hal yang lebih positif tanpa harus berdebat.
3. Pariwara iklan rokok dapat dijadikan media dalam rancangan pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII terkait dengan KD 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber. Tujuan pembelajaran yang ingin dicapai pada KD 3.3 dan KD 4.3 adalah siswa diharapkan mampu mengidentifikasi informasi teks iklan dan menyimpulkan isi iklan dengan baik dan benar.

Saran

1. Pendidik atau guru mata pelajaran bahasa Indonesia dapat menggunakan pariwara rokok sebagai media pembelajaran tentang menganalisis isi teks iklan. Pariwara rokok dapat dijadikan media pembelajaran karena banyak hal-hal yang menarik yang dapat menambah wawasan peserta didik. Selain itu, bagi peserta didik diharapkan dapat mengambil pesan yang terkandung dari iklan rokok, seperti bahaya dari merokok dan lain sebagainya.

2. Diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai penandaan pariwisata iklan secara lebih mendalam. Oleh karena itu, bagi peneliti yang berminat pada kajian yang sama, diharapkan dapat melakukan penelitian ini sampai ke tahap ideologi agar dapat lebih memahami pesan yang terkandung di dalam sebuah iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Berger, Arthur Asa. 2000. *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Hikmat, M. Mahi. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Syamsudin dan Damaianti. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Zaimar, Okke Kisema Sumantri. 2014. *Semiotika dalam Analisis Karya Sastra*. Depok: PT komodo Books.