

REPRESENTASI “WANITA CANTIK SEJATI” VERSI IKLAN SAFI

Iis Purningsih

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Indraprasta PGRI
Iispurningsih@gmail.com

Abstrak

Iklan komersial televisi (*television commercial* atau TVC) merupakan salah satu media yang efektif digunakan dalam kegiatan promosi, karena daya jangkauannya. Salah satu produk yang menggunakan iklan televisi dalam kegiatan promosi adalah produk *skincare* “White Expert” SAFI yang bertemakan “Wanita Cantik Sejati”. Artikel ini dibuat untuk mengetahui representasi “Wanita Cantik Sejati” versi produk SAFI. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan tujuan memberikan gambaran dan pengolahan data atas suatu keadaan secara jelas, fakta, karakteristik, secara faktual dan cermat. Semiotika digunakan sebagai pisau bedah yang akan membongkar makna-makna yang terdapat dalam komponen-komponen tanda visual pada iklan SAFI. Hasil penelitian dapat diketahui versi cantik dalam iklan SAFI produk *skincare* yang bertemakan “Wanita Cantik Sejatimu” adalah representasi wanita yang memiliki kecantikan yang asli, wanita yang patuh terhadap syariat Islam, karena itu produk SAFI dibuat dari bahan-bahan yang halal, natural dan teruji berdasarkan hasil pengujian di SAFI *research institute*.

Kata Kunci : Representasi, Iklan komersial televisi, SAFI, semiotika.

Abstract

Television commercial is one of the effective media used in promotional activities, because of its range of power. One product that uses television advertisements in promotional activities is the "White Expert" SAFI skincare product with the theme "True Beautiful Woman". This article was created to find out the representation of the "True Beautiful Woman" version of the SAFI product. This study uses qualitative analysis with the aim of providing an overview and processing of data on a situation clearly, facts, characteristics, factually and carefully. Semiotics is used as a scalpel that will unpack the meanings contained in the components of the visual mark on SAFI advertisements. The results of the study can be seen in the beautiful version in the advertisement SAFI skincare products with the theme " True Beautiful Woman " is a representation of women who have genuine beauty, women who are obedient to Islamic law, therefore SAFI products are made from halal, natural and tested ingredients based on test results at the SAFI research institute.

Keywords: Representation, Television commercial, SAFI, semiotics.

PENDAHULUAN

SAFI adalah salah satu produk kecantikan yang berasal dari Malaysia. Produk *skincare* yang khusus di buat untuk wanita muslimah dan secara umum untuk wanita yang mau memakai produk yang aman dan bersertifikasi halal. SAFI sudah menemukan sertifikat halal dari Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan majelis Ulama Indonesia (MUI). Menurut Wipro Unza regional managing Director SAFI, produk SAFI berasal dari Malaysia dan awal berdiri tahun 1987 hasil riset selama 2 tahun pada

konsumen. Lalu produk SAFI diluncurkan di Indonesia setelah proses riset mendalam, berdasarkan keperluan dan keinginan wanita Indonesia terhadap perawatan kulit mereka, peluncuran pertama kali produk SAFI di Kota Casablanka, Jakarta, Kamis (29-3-2018). Ada 3 produk SAFI yang diluncurkan pertama kali di Indonesia :

1. SAFI *white natural* with mangosten
2. SAFI *white Expert*
3. SAFI *Age defy*

Target market SAFI di Indonesia adalah wanita muslim Indonesia khususnya wanita muslim yang berhijab dan mengikuti aturan syariat hukum Islam. Produk SAFI dibuat sesuai dengan syariat Islam, setidaknya dalam pandangan Islam sah sesuai dengan syarat dan rukunnya. Untuk mendapat sertifikat halal berarti suatu produk sudah melewati banyak tes dan uji coba mulai dari proses hingga kandungannya semua sesuai syarat Islam dengan cara yang baik, tidak merusak, tidak menyakiti serta aman untuk digunakan dan yang pasti dibuat dari bahan-bahan yang halal. Semuanya hanya ada pada SAFI Indonesia, dan produk SAFI tidak hanya di luncurkan di pulau Jawa melainkan di seluruh kota besar di Indonesia.

Di Indonesia produk skincare SAFI telah melakukan berbagai promosi dalam bentuk iklan komersil. Iklan merupakan bentuk promosi banyak digunakan para produsen karena daya jangkauannya. Tidak bisa dipungkiri dalam kehidupan modern ini, masyarakat sudah tergantung pada iklan. Untuk mempertahankan keuntungannya, setiap perusahaan harus dapat melakukan kegiatan-kegiatan periklanan secara memadai dan dilakukan terus menerus. Salah satu iklan yang efektif dalam promosi produk adalah iklan televisi. Dibandingkan dengan media lain, televisi memiliki kelebihan yaitu memiliki daya jangkau yang luas, selektivitas, fleksibilitas, kreativitas, dan prestise. Menurut Jefkins (1997, 105), iklan televisi telah menciptakan karakternya sendiri dan memiliki opras sabunnya sendiri.

Tidak sedikit perusahaan yang menggunakan iklan televisi sebagai media promosi. Tidak terkecuali SAFI. Salah satu media promosi SAFI yang menarik perhatian adalah iklan komersil Televisi (TVC) karya sutradara Alfin Machmoed. Dalam iklan tersebut Alfin Machmoed merepresentasikan “Wanita Cantik Sejati” versi produk SAFI “*white Expert*”. Kata “Sejati” dalam kalimat “Wanita Cantik Sejati” menurut KBBI adalah asli (tulen atau tanpa campuran). Jadi kalimat “Wanita Cantik Sejati” adalah wanita cantik asli.

Untuk mengetahui representasi “Wanita Canti Sejati” versi Iklan SAFI “*White Expert*”, artikel ini menggunakan teori semiotika dengan meminjam model yang digunakan oleh Roland Barthes. Menurut Barthes dalam buku “semiotika komunikasi” (2009:118119) dalam menganalisis iklan berdasarkan pesan yang dikandungnya terdapat tiga pesan imaji: pesan linguistik, pesan ikonik yang tak terkodekan (imaji denotatif), pesan ikonik yang terkodekan (imaji konotatif). Pesan Linguistik adalah semua kata dan kalimat yang muncul dalam iklan. Inti pesan linguistik terkandung dalam nuansa khas yang muncul dari kata atau ”Panzani” (iklan pasta yang dianalisis oleh Barthes). Secara denotatif, kata ini menunjukkan nama produk, namun jika digabungkan dengan kata “L’Italienne”, konotasi yang muncul adalah “sesuatu yang berjiwa italia” Pesan ikonik yang terkodekan. Yaitu konotasi yang muncul dari foto iklan, yang hanya berfungsi jika dikaitkan dengan sistem tanda yang lebih luas dalam masyarakat. Ini merupakan konotasi visual yang diturunkan dari penataan elemen-elemen visual dalam iklan. Pesan ikonik tak terkodekan. Yaitu denotasi dalam foto iklan. Istilah ini digunakan Barthes untuk menunjuk denotasi “harfiah”, pemahaman langsung dari gambar dan pesan dalam iklan,

tanpa mempertimbangkan kode sosial yang lebih luas (atau *langue*). Dalam hal ini tugas yang mesti dilakukan adalah membongkar unsur-unsur general yang ada dalam setiap pesan, tanpa mengabaikan tujuan utama untuk memahami keseluruhan bangunan struktural imaji, yaitu inter-relasi akhir di antara ketiga pesan ini. Dalam pembongkaran pesan-pesan tersebut diperlukan analisis yang menjelaskan elemen-elemen satu demi satu secara terpisah, melainkan untuk memahami hubungan yang didasari prinsip solidaritas, yang terjadi di antara elemen-elemen dalam sebuah sistem yang apabila satu relasi berubah maka relasi yang lain akan berubah juga.

Mengacu pada apa yang telah dikemukakan oleh Barthes tersebut, bahwa ilustrasi tidak dapat dipisahkan oleh teks yang menerjemahkan ilustrasi tersebut. Terkait dengan hal tersebut, dalam membangun pemaknaan pada iklan SAFI artikel ini tidak membahas setiap elemen dalam iklan tersebut. Fokus utama hanya pada ilustrasi utama dan teks utama dalam iklan SAFI. Dua elemen tersebut yang menjadi unsur utama pembentuk iklan SAFI. Pesan yang ingin disampaikan dalam setiap iklan, direpresentasikan oleh dua elemen iklan tersebut.

Menurut Rakhmat Supriyono (2010:9), desain komunikasi visual memiliki peran mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Jika dilihat dari sudut pandang desain komunikasi visual. Aspek visual adalah hal yang utama dalam memilih dan menganalisis objek penelitian. Karena itu, tampilan visual iklan SAFI merupakan bagian dari anatomi yang menjadi objek penelitian pada artikel ini. Sebagai sebuah karya desain, terdapat elemen-elemen desain yang membentuk sebuah karya desain tampilan iklan SAFI menjadi menarik. Desain iklan SAFI dibentuk oleh elemen-elemen desain yang terdiri atas ilustrasi/gambar film, tipografi, warna, dan efek/latar belakang (*background*).

Dalam elemen-elemen desain tersebut, tentunya ada elemen yang menjadi penekanan/ titik fokus dalam membentuk sebuah desain iklan SAFI yang utuh. Elemen desain yang menjadi penekanan/ titik fokus inilah yang nantinya akan digunakan untuk menganalisis dan membongkar makna yang terdapat dalam iklan SAFI.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2014:1), metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian *naturalistic* karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Karena itu metode penelitian yang dipilih dalam menganalisis iklan TVC produk SAFI yaitu menggunakan metode kualitatif, dengan teknik analisis studi literatur/kepuustakaan, observasi, tentang iklan SAFI melalui elemen-elemen visual dan ciri visual. Hal itu bertujuan agar peneliti mendapatkan data primer dan sekunder, data primer yang dimaksud adalah data utama mengenai visualisasi iklan SAFI dengan cara mengamati penayangan langsung iklan SAFI yang bertemakan “Wanita Cantik Sejati”, setelah dilakukan dengan observasi dan studi literatur. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari studi literatur/kepuustakaan.

Untuk mengetahui makna “Wanita Cantik Sejati” versi iklan SAFI, penelitian ini menggunakan teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes, Piliang dalam (Christomy dan Yuwono (2010:94) menjelaskan bahwa hubungan antara penanda dan

petanda bukanlah terbentuk secara alamiah, melainkan hubungan yang terbentuk berdasarkan konvensi, maka sebuah penanda pada dasarnya membuka pelbagai peluang petanda dan makna.

Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan pertanda-an yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertanda-an yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit langsung dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertanda-an yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang didalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti, yang menciptakan makna lapis kedua yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan pelbagai aspek psikologis, seperti perasaan, emosi, keyakinan (Piliang dalam Christomy dan Yuwono, 2010:94). Selain itu, Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatannya tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai social (yang sebetulnya arbiter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap ilmiah. Pelbagai tingkatan pertanda-an ini dapat dijadikan sebagai model dalam membongkar makna desain (iklan, produk, interior, fesyen) yang berkaitan secara implisit dengan nilai-nilai ideologi, budaya, moral spiritual (Piliang dalam Christomy dan Yuwono, 2010-94-95).

PEMBAHASAN

Iklan SAFI “*White expert*” yang bertemakan “Wanita Cantik Sejati” karya Alfin Machmoed dipublikasikan tanggal 13 Mei 2018 melalui TVC Channel (@Alfin.MachmoedADS), berdurasi 29 detik dan unggah melalui [Youtube.com/c/AlfinMachmoedTVC](https://www.youtube.com/c/AlfinMachmoedTVC), telah di tonton 2.838x.

Iklan TVC SAFI “*White Expert*” terbagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian pembuka, isi dan penutup. Bagian pembuka menjelaskan tentang sebuah tempat yang dinamakan Safi *Research Institute*. Bagian isi yaitu menjelaskan seorang ilmuwan yang mengadakan uji produk Safi, lalu menjelaskan hasil penelitian bahwa produk Safi merupakan produk yang halal, teruji dan natural, lalu terdapat visualisasi permukaan kulit yang di atasnya terdapat gelembung-gelembung bertuliskan O₂ dan bunga Habbatussaudah, dan terdapat bagian scene yang memvisualisasikan seorang model cantik berkulit putih dan menggunakan jilbab. Sedangkan pada bagian akhir merupakan visualisasi produk-produk Safi.

Dari tampilan iklan SAFI tema “Wanita Cantik Sejati” yang berdurasi 29 detik, peneliti menganalisis 8 scene yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu pembuka, isi dan penutup. Setiap scene di analisis pesan yang terlihat atau yang nampak pada visual video. Berikut adalah pembahasan 8 scene pada iklan Safi :



Gambar 1. Scene 1

Ilustrasi utama pada scene 1 menampilkan suasana disebuah tempat dengan latar belakang ruangan dominasi warna putih dan abu. Terdapat tulisan “Safi *research institute*”. Dan terdapat 3 orang wanita, diantaranya ada dua wanita memakai baju putih, biru dan berkerudung dan satu orang tidak mengenakan kerudung menggunakan baju warna merah muda, sedang berbincang-bincang dan masuk ke sebuah ruangan.

Konotasi warna pada latar belakang tampilan visual scene 2 menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto dalam buku “Nirmana, elemen-elemen seni dan desain” (2009: 48-50), warna putih merupakan warna paling terang mempunyai watak positif, tegas dan cerah. Warna ini juga melambangkan kesucian, kemurnian, kewanitaan dan kebersihan. Sedangkan warna abu adalah warna yang paling netral yang menyimbolkan ketenangan.

Dalam bahasa Indonesia “research” berarti penelitian sedangkan institute adalah lembaga, berarti SAFI adalah suatu lembaga penelitian. *Typeface* pada tulisan “SAFI *research institute*” termasuk dalam *family* huruf dengan karakter *Arabic typeface*, memiliki stem ukuran yang sama dan tegak, sans serif bersudut runcing di satu sisi dan *light*. *Text type* : termasuk dalam tipe huruf *script* yaitu ditandai dengan karakter huruf sambung dan miring, termasuk dalam tipe huruf yang memiliki kesan huruf arab yang feminin. *Layout* teks diletakkan di tengah, melambangkan suatu pusat perhatian. Sedangkan warna biru pada tulisan “SAFI *research institute*” menurut Sanyoto memiliki watak dingin, tenang, dan mendalam, karena warna biru berasosiasi pada air, laut, langit dan di Barat pada es. Dua wanita dewasa menggunakan pakaian putih dan kerudung hijau dikonotasikan sebagai wanita muslim. Jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai ke dada. Dalam hukum islam jilbab adalah tata cara berpakaian yang diwajibkan bagi wanita muslimah. Karena itu jilbab merupakan simbol wanita islam. Wanita muslim yang mengenakan jilbab dikonotasikan sebagai wanita soleha atau wanita yang mengikuti syariat Islam.

Ilustrasi berupa suasana sebuah tempat dengan latar belakang warna putih direlasikan dengan tulisan “SAFI *research institute*” memperjelas tema pada ruangan tersebut, bahwa ruangan tersebut adalah suatu ruang “SAFI *research institute*”, yaitu sebuah lembaga penelitian yang dinamakan “SAFI *research institute*”. Pada ruangan tersebut terdapat dua wanita berjilbab dan 1 wanita tak berjilbab. Jadi representasi pada scene 1 adalah sebuah tempat yang dinamakan “SAFI *research institute*”.



Gambar 2. Scene 2

Ilustrasi pada scene 2 terdapat suatu ruangan laboratorium, yang dipenuhi dengan alat-alat laboratorium seperti mikroskop, gelas ukur, labu ukur dalam lain-lain. Terdapat dua orang laki-laki yang menggunakan baju lab warna putih dan tiga orang wanita yang memakai baju lab dan berjilbab. Empat orang wanita yang sedang bercakap, tiga orang memakai jilbab, sedangkan 1 orang tidak memakai jilbab. Nuansa latar belakang laboratorium adalah putih bercampur warna abu.

Konotasi warna pada latar belakang tampilan visual scene 1 menurut Sadjiman Ebdi Sanyoto dalam buku “Nirmana, elemen-elemen seni dan desain” (2009: 48-50), warna putih merupakan warna paling terang mempunyai watak positif, tegas dan cerah. Warna ini juga melambangkan kesucian, kemurnian, kewanitaan dan kebersihan. Sedangkan warna abu adalah warna yang paling netral yang menyimbolkan ketenangan. Terdapat logo “SAFI *research institute*”

Visualisasi pada ruangan laboratorium menandakan tempat yang dilengkapi dengan peralatan untuk mengadakan percobaan yang bersifat ilmiah, penelitian, praktik, pembelajaran atau pembuatan obat-obatan dan bahan kimia. Dua wanita dewasa menggunakan pakaian putih dan kerudung hijau dikonotasikan sebagai wanita muslim. Jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai perempuan muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai ke dada. Dalam hukum islam jilbab adalah pakaian yang diwajibkan bagi wanita. Karena itu jilbab merupakan simbol wanita islam. Konotasi warna putih dalam islam adalah kesucian. Hakekatnya warna putih adalah warna dasar tanpa campuran warna apapun, Warna pada jilbab 2 aktris dalam iklan SAFI merupakan representasi warna kesucian dan soleha. Sedangkan pria dan wanita yang menggunakan jas lab dikonotasikan sebagai peneliti. Jas lab adalah pakaian yang biasa digunakan para peneliti di dalam ruang laboratorium, warna jas lab adalah putih. Jadi pria dan wanita yang mengenakan jas lab dikonotasikan sebagai peneliti.

Ilustrasi pada suasana ruangan pada scene 2 direlasikan dengan logo SAFI *research institute*”, hal ini menandakan bahwa terdapat ruangan laboratorium SAFI *research institute*”, suasana laboratorium ini didukung oleh ilustrasi para peneliti yang sedang mengadakan uji coba terhadap produk SAFI. Jadi pesan yang disampaikan pada scene 2 ini adalah representasi sebuah tempat (laboratorium) yang didalamnya terdapat kegiatan para peneliti.



Gambar 3. Scene 3

Ilustrasi pada scene 3 menampilkan seorang laki-laki menggunakan baju lab warna putih dan seorang wanita menggunakan baju lab warna putih dan berjilbab, wanita tersebut sedang mengamati sesuatu dengan menggunakan mikroskop. Di depan mereka terdapat botol-botol produk SAFI, monitor dan didalam monitor terdapat gambar bunga. Terdapat tulisan SAFI *research institute*”.

Baju lab adalah baju yang digunakan para peneliti ketika berada di laboratorium, umumnya berwarna putih. Konotasi laki-laki yang menggunakan baju lab itu adalah seorang peneliti. Baju yang dikenakan wanita pada laboratorium juga merupakan baju yang umumnya dikenakan oleh peneliti di laboratorium. Sedangkan jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai ke dada. Dalam hukum islam jilbab adalah tata cara berpakaian yang diwajibkan bagi wanita muslimah. Karena itu jilbab merupakan simbol wanita islam. Wanita muslim yang mengenakan jilbab dikonotasikan sebagai wanita soleha atau wanita yang mengikuti syariat Islam. Mikroskop merupakan salah satu alat untuk menguji sesuatu yang umumnya disimpan di laboratorium khususnya untuk mengamati organisme yang berukuran kecil. Konotasi pada gambar mikroskop adalah “Teruji”. Gambar bunga yang terdapat pada monitor dalam hal ini adalah bunga habbatussudah. Bunga habbatussaudah adalah sejenis tumbuhan yang banyak terdapat dikawasan mediterania dan dikawasan yang beriklim gurun, kemampuan bunga ini adalah mengobati penyakit, karena itu bunga habbatussaudah dalam iklan ini mewakili kesan “Natural” karena merupakan bahan alami.

Ilustrasi utama menjelaskan tentang dua orang peneliti yang sedang meneliti sesuatu menggunakan mikroskop, dan tampak yang terlihat dalam mikroskop adalah gambar bunga Habbaussaudah. Ilustrasi utama direlasikan dengan tulisan SAFI *research Institute*” menjelaskan bahwa terdapat 2 orang peneliti dari SAFI *research institute* yang sedang meneliti produk SAFi yang terbuat dari Bungan Habbtussaudah, konotasi yang muncul dalam bunga habbtussudah adalah “Natural”.



Gambar 4. Scene 4

Pada scene 4 menampilkan seorang wanita yang menggunakan jas lab warna putih, terdapat balon-balon kata yang isinya berupa gambar/symbol yang dilengkap teks. Masing-masing gambar tersebut adalah gambar bunga dibawahnya tulisan “natural”, tulisan arab “Halal” dibawahnya tulisan latin “HalaL” dan balon ketiga gambar mikroskop dibawahnya terdapat tulisan “teruji”. Latar belakang pada scene ini warna-warna putih, abu biru muda dan hijau, dan terdapat tulisan “SAFI *research institute*”.

Ilustrasi utama menjelaskan bahwa terdapat wanita mengenakan jas lab, berjilbab berwarna putih. dikonotasikan sebagai wanita muslim. Jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai ke dada. Dalam hukum islam jilbab adalah tata cara berpakaian yang diwajibkan bagi wanita muslimah. Karena itu jilbab merupakan simbol wanita islam. Wanita muslim yang mengenakan jilbab dikonotasikan sebagai wanita soleha atau wanita yang mengikuti syariat Islam. jas lab dikonotasikan sebagai peneliti. Jas lab adalah pakaian yang biasa digunakan para peneliti di dalam ruang laboratorium, warna jas lab adalah putih. Jadi pria dan wanita yang mengenakan jas lab dikonotasikan sebagai peneliti. Sedangkan konotasi warna putih pada latar belakang tampilan visual scene 4 menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto dalam buku “Nirmana, elemen-elemen seni dan desain” (2009: 48-50), warna putih merupakan warna paling terang mempunyai watak positif, tegas dan cerah. Warna ini juga melambangkan kesucian, kemurnian, kewanitaan dan kebersihan. Sedangkan warna abu adalah warna yang paling netral yang menyimbolkan ketenangan. Ilustrasi pada balon kata yang berisi gambar bunga habbtussaudah merupakan simbol dari kesan asli, alami atau natural, hal ini diperkuat dengan tulisan “Natural” dibawah balon kata. Tulisan arab “Halal” sebenarnya mengandung arti diperbolehkan, yaitu segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Istilah ini dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Sedangkan gambar Mikroskop merupakan salah satu alat yang umumnya disimpan di laboratorium untuk mengamati/ menguji organisme yang berukuran kecil. Konotasi pada gambar mikroskop adalah “Teruji”.

Ilustrasi utama direlasikan dengan teks “SAFI *research institute*” ini menjelaskan bahwa produk SAFI merupakan hasil sebuah penelitian “Teruji”, terbuat dari bahan-bahan alami “Natural” yaitu Bungan Habbatussaudah dan merupakan produk yang dihalalkan.



Gambar 5. Scene 5

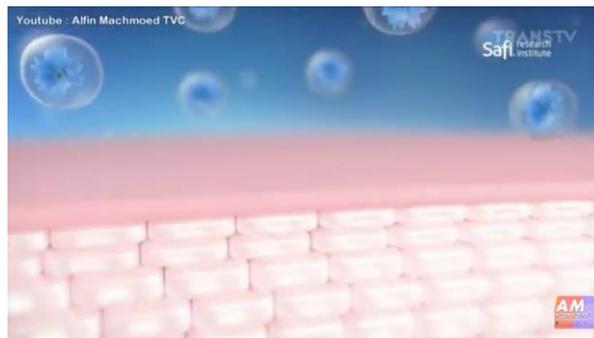
Ilustrasi utama pada scene 5 menampilkan seorang wanita yang menggunakan jas lab warna putih, di dadanya terdapat tulisan “SAFI *research institute*”, dan berjilbab

warna putih. Terdapat balon kata, didalam balon kata terdapat gambar berupa simbol Halal, bunga dan mikroskop. Terdapat tulisan “SAFI *research institute*”.

Baju yang dikenakan wanita pada laboratorium merupakan baju yang umumnya dikenakan oleh peneliti di laboratorium. Sedangkan jilbab berdasarkan konvensi dalam masyarakat Indonesia, wanita yang menggunakan jilbab adalah wanita muslim. Jadi wanita yang menggunakan baju lab dan berjilbab dalam scene 3 itu adalah wanita peneliti dan muslim. Pada balon kata yang berisi gambar bunga merupakan simbol dari kesan alami atau natural, hal ini diperkuat dengan tulisan “natural’ dibawah balon kata.

Tulisan arab “Halal” sebenarnya mengandung arti diperbolehkan, yaitu segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Istilah ini dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Sedangkan gambar Mikroskop merupakan salah satu alat yang umumnya disimpan di laboratorium untuk mengamati organisme yang berukuran kecil. Kata “Teruji” merupakan kata yang memperkuat gambar mikroskop tersebut.

Jadi ilustrasi utama pada scene 5 direlasikan dengan teks bahwa pada scene 5 terdapat seorang wanita peneliti dari SAFI *research institute* yang merepresentasikan simbol-simbol hasil penelitian berupa symbol halal yang diwakili tulisan arab “halal”, natural yang diwakili oleh gambar bunga, dan “teruji yang diwakili dengan symbol mikroskop.



Gambar 6. Scene 6

Pada scene 6 terdapat tiga buah lapisan, lapisan pertama berwarna biru, lapisan kedua warna merah muda dan lapisan ketiga terdiri dari beberapa kotak berwarna putih. beberapa balon kata melayang yang isinya berupa gambar bunga dan tulisan O₂, dan seolah masuk kebagian suatu lapisan berwarna merah muda dari lapisan biru

warna biru pada tulisan “SAFI *research institute*” menurut Sanyoto memiliki watak dingin, tenang, dan mendalam, karena warna biru berasosiasi pada air, laut, langit dan di Barat pada es. warna merah muda dalam hal ini mewakili visualisasi atau representasi dari lapisan permukaan kulit manusia paling atas, sedangkan warna putih dan berkotak-kotak setelah lapisan kedua merupakan representasi lapisan dibawah kulit. Sedangkan tulisan O₂ merupakan simbol dari oksigen, merupakan gas unsur kimia yang tidak berwarna, tidak berbau, tidak berasa. Oksigen dalam rumus kimia disebut O₂ O₂ adalah gas yang baik yang dibutuhkan setiap makhluk hidup di dunia termasuk manusia. Warna merah muda pada visual scene 6 dikonotasikan sebagai lapisan kulit paling atas, dan kotak-kotak berwarna putih dalam hal ini dikonotasikan permukaan kulit paling bawah.

Ilustrasi utama di relasikan dengan teks menjelaskan bahwa pada scene 6 terdapat kulit yang diberi produk skincare “white expert” dari SAFI, produk tersebut berisi bahan-bahan yang natural.



Gambar 7, Scene 7

Scene 7 terdapat visualisasi penampilan seorang wanita dari bahu ke atas, berwajah cantik dan berkulit putih. Wanita tersebut menggunakan jilbab biru. Background pada scene 7 berwarna biru. Lalu terdapat tulisan “Safi research institute” di atas sebelah kanan atas.

Wanita cantik berkulit wajah putih dalam hal ini adalah model dari produk SAFI. Hal ini diperkuat dengan adanya tulisan “Safi research institute”. Sedangkan jilbab berdasarkan konvensi dalam masyarakat Indonesia, wanita yang menggunakan jilbab adalah wanita muslim. Dalam hukum Islam, berjilbab merupakan suatu aturan yang harus dilaksanakan oleh wanita Islam, jadi wanita yang berjilbab adalah wanita yang mengikuti aturan dalam Islam atau dalam istilah Islam, orang yang mengikuti aturan/ ajaran agama biasa dikatakan religius.

Lalu menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto dalam buku “Nirmana, elemen-elemen seni dan desain” (2009: 48-49), warna biru mempunyai asosiasi pada air, laut, langit dan dibarat es, mempunyai watak tenang, dingin, cerdas dan cerah. Karena itu biru pada warna jilbab model SAFI mengandung arti tenang, dingin, cerdas dan cerah. Begitu juga warna biru pada background mengandung arti yang sama yaitu tenang, dingin, cerdas dan cerah. Dalam bahasa Indonesia “research” pada tulisan “Safi research institute”, berarti penelitian sedangkan institute adalah lembaga, berarti SAFI adalah suatu lembaga penelitian. *Typeface* pada tulisan “SAFI research institute” termasuk dalam *family* huruf dengan karakter *Arabic typeface*, memiliki stem ukuran yang sama dan tegak, sans serif bersudut runcing di satu sisi dan *light*. *Text type* : termasuk dalam tipe huruf *script* yaitu ditandai dengan karakter huruf sambung dan miring, termasuk dalam tipe huruf yang memiliki kesan huruf arab yang feminine.

Ilustrasi pada scene 7 iklan SAFI menampilkan seorang wanita diperankan seorang model yang memiliki wajah yang cantik dan berkulit putih, tenang, dingin, dan cerdas, direlasikan dengan tulisan “SAFI *research institute*” merepresentasikan seorang wanita yang menggunakan produk Safi, yaitu seorang wanita muslim yang memiliki wajah putih, cantik, tenang, cerdas dan soleha.



Gambar 8. Scene 8

Ilustrasi pada scene 8 terdapat tulisan “SAFI *research Institute*” berwarna putih, dibawah nya terdapat tulisan “ Untuk cantik sejatimu”. Lalu terdapat 5 produk dari Safi. Dan dibawah pojok kiri terdapat logo halal dari MUI. Latar belakang warna biru.

Dalam bahasa Indonesia “research” pada tulisan “Safi research institute”, berarti penelitian sedangkan institute adalah lembaga, berarti SAFI adalah suatu lembaga penelitian. *Typeface* pada tulisan “SAFI research institute” termasuk dalam *family* huruf dengan karakter *Arabic typeface*, memiliki stem ukuran yang sama dan tegak, sans serif bersudut runcing di satu sisi dan *light*. *Text type* : termasuk dalam tipe huruf *script* yaitu ditandai dengan karakter huruf sambung dan miring, termasuk dalam tipe huruf yang memiliki kesan huruf arab yang feminine.

Sedangkan kalimat “Untuk Cantik Sejatimu” menggunakan tulisan sambung (*script*), jenis *typeface* yang digunakan adalah *Edwardian Script* merupakan jenis *typeface* yang memiliki *body text* miring kearah kanan, dan memiliki *flag*. Tipe tulisan ini memiliki makna yang *feminine*. Jika mengacu pada artikel DalamIslam.com, cantik itu tidak hanya dimaknai dari apa yang terlihat misal mata yang indah, anggun dan elok. Akan tetapi kecantikan menurut DalamIslam.com cantik itu dimaknai dengan apa yang tersirat yaitu tercermin dari apa yang muncul dalam hati yang bercermin dari perilaku atau akhlaq. Dalam Islam terdapat ajaran tentang bagaimana berakhlaq yang elok atau mulia bagi wanita Islam. Wanita cantik dalam pandangan Islam adalah wanita salehah. Jadi kata cantik menurut Safi adalah wanita yang soleha. Lalu kata “Sejati” menurut KBBI mengandung arti sebenarnya yaitu tulen, asli, murni dan tidak ada campuran. Jadi kalimat “ Untuk Cantik Sejatimu” mengandung arti untuk mereka yang ingin memiliki kecantikan yang sesuai ajaran Islam yaitu wanita cantik yang salehah, dan asli.

Terdapat 5 produk Safi yang mewakili iklan Safi dengan tema “*Skin Care*”, yang terdapat di sebelah kanan samping tulisan “Safi research Institute”, merupakan representasi produk dari Safi. Warna biru pada background mengandung arti yaitu tenang, dingin, cerdas dan cerah.

Ilustrasi utama pada tampilan Scene 8, direlasikan dengan teks menjelaskan bahwa produk SAFI adalah produk yang ditujukan untuk wanita yang ingin tampil cantik sejati, karena SAFI terbuat dari bahan yang alami “Natural”, “Halal” dan “Teruji”.

Setelah analisis di atas dapat diketahui makna-makna apa saja yang terdapat pada iklan Safi tema “*skin care*”. Untuk mengetahui makna-makna iklan Safi tersebut dapat dibuat table sebagai berikut :

Tabel 1 : Analisis 1

Scene	Denotasi	Konotasi
1	<ul style="list-style-type: none"> - Tiga wanita, 2 wanita berjilbab dan satu wanita tidak memakai jilbab - Background nuansa warna putih. - Tulisan “SAFI research institute”. - Alunan musik piano - Narasi : “selamat datang di halal institute” 	<ul style="list-style-type: none"> - Soleha - Suci - Bersih - Tenang
2	<ul style="list-style-type: none"> - Suasana laboratorium, - 4 wanita, 3 menggunakan jilbab berbaju jas lab dan muslim biasa, dan satu orang baju pink tidak memakai jilbab. - Latar belakang terdapat orang-orang sedang melakukan aktivitas didalam laboratorium, seperti menggunakan mikroskop. - Terdapat tulisan “Safi research institute” di atas pojok kanan berwarna putih. - Latar Belakang warna putih - Alunan musik piano - Narasi : 	<ul style="list-style-type: none"> - Teruji - soleha - peneliti-peneliti - Bersih - Natural
3	<ul style="list-style-type: none"> - Seorang wanita menggunakan jas lab warna putih dan berjilbab warna putih, sedang meneliti sesuatu menggunakan mikroskop yang terhubung dengan komputer bergambar bunga Habbatussaudah - Seorang laki-laki menggunakan jas lab - Terdapat produk Safi - Terdapat tulisan “Safi research institute” - Background warna putih 	<ul style="list-style-type: none"> - Peneliti - Teruji - Soleha - Natural - Bersih
4	<ul style="list-style-type: none"> - Seorang wanita menggunakan jas lab dan jilbab warna putih - Terdapat 3 balon kata yang isinya : gambar bunga Habbatussaudah, mikroskop dan tulisan halal. - Terdapat tulisan “Safi research institute” - Background warna putih, abu muda dan biru muda 	<ul style="list-style-type: none"> - Peneliti - Teruji - Soleha - Bersih - Natural
5	<ul style="list-style-type: none"> - Seorang wanita menggunakan jas lab dan jilbab warna putih, di dada nya terdapat identitas dari “Safi research institute” - Terdapat 3 balon kata yang isinya : simbol bunga Habbatussaudah, mikroskop dan tulisan halal. - Background warna putih 	<ul style="list-style-type: none"> - Peneliti - Natural - Teruji - Halal - Soleha - Bersih
6	<ul style="list-style-type: none"> - Visualisasi tiga lapisan, lapisan pertama warna biru, lapisan kedua berwarna merah muda, lapisan berwarna putih dan bertekstur kotak-kotak (representasi visualisasi permukaan kulit manusia) - Terdapat balon-balon yang berisi O2, dan gambar bunga 	<ul style="list-style-type: none"> - Natural - Bersih - Teruji

7	- Penampilan seorang wanita berwajah putih, menggunakan jilbab biru dan baju putih	- Cantik
	- Latar belakang warna biru	- Tenang
	- Terdapat tulisan “Safi research institute”	- Bersih
		- Soleha
8	- Terdapat tulisan “Safi research institute” disebelah kiri.	- Natural
	- Terdapat tulisan “Untuk Cantik Sejatimu”	- Halal
	- Sebelah kanan terdapat 5 produk <i>skin care</i> dari Safi	- Teruji
		- Asli

Setelah dianalisis dan dibuat tabel analisis, dapat diketahui makna-makna apa saja yang terdapat pada iklan produk *skin care* “White Expert” Safi yang bertemakan “Untuk Cantik Sejatimu”. Setiap scene umumnya merepresentasikan konotasi halal, natural dan teruji.

SIMPULAN

Iklan Televisi *Commercial* Produk SAFI “White Expert” merepresentasikan produk kecantikan yang terbuat dari bahan-bahan telah teruji oleh para ilmuwan, terbuat dari bahan-bahan alami/natural dan tentunya merupakan produk yang halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi “Wanita Cantik Sejati” versi iklan TVC produk SAFI “White Expert” adalah wanita-wanita yang memiliki kecantikan asli itu adalah wanita yang taat pada aturan agama Islam, yang menggunakan produk kecantikan bahan dasar halal dan alami salah satunya adalah bunga habbatussaudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (2010). *Imaji, Musik, Teks* (terj. Agustinus Hartono). Yogyakarta Jalasutra.
- Christomy, T. dan Yuwono, U. (ed). (2010). *Semiotika Budaya*. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan.
- Frank, J. (1997), *Periklanan*, Semarang, Erlangga.
- Sanyoto, S. E. (2009), *Nirmana “Elemen-elemen Seni dan Desain”* edisi kedua. Yogyakarta. Jalasutra.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta
- Sugiyono (2014), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta.
- Sobur, A (2009), *Semiotika Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Youtube.com/c/AlfinMachmoedTVC, telah di tonton 2.838x.
- <https://www.kbbi.web.id/sejati#about>