

CITRA TOYOTA AVANZA MELALUI TANDA VERBAL DAN VISUAL IKLAN PRODUK TOYOTA TAHUN 2018: KAJIAN SEMIOTIK

Mohammad Fahmi Heryanda, Dian Indira, & Nani Darmayanti

Email: fahmiheryanda@gmail.com
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

Abstract

Toyota Avanza is one of the most enthused car brands in Indonesian society. Advertisement is one of available tools used by producer companies in promoting their products, either by verbal means or nonverbal means, just like Toyota Avanza advertisements in 2018. The present research is a semiotic study that analyzes the relation between signifier and signified in constructing meaning. The present research uses qualitative research method by describing, interpreting, and explaining both signifier and signified of verbal as well as visual signs based on Barthes' (1957) semiotic theory. The particular method is applied to construe the denotative and connotative meaning of Toyota Avanza advertisements in 2018 and eventually to identify the image of the advertised product. The technique of data collecting used in the present research is observation technique. The aims of the research are to unfold the meaning behind the verbal and visual signs present in the advertisements and to reveal the image and the identity of the advertisements products. The results show that the advertisements contain more informative verbal signs and thus the connotative meanings of such signs determine how the product image is perceived by the consumers.

Keywords: *image, Toyota Avanza 2018, advertisement, semiotics*

Abstrak

Toyota Avanza merupakan salah satu merek mobil yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Iklan merupakan salah satu cara yang dipergunakan oleh produsen untuk mempromosikan produknya, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti halnya dalam iklan-iklan Toyota Avanza tahun 2018. Penelitian ini merupakan suatu kajian semiotik yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang menghasilkan makna. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menerangkan penanda dan petanda dari tanda verbal dan visual secara semiotis berdasarkan teori dari Barthes (1957) sehingga dapat menghasilkan makna denotasi dan konotasi dalam iklan mobil Toyota Avanza 2018 sehingga dapat diketahui citra atau identitas produk yang diiklankan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik catat dan simak. Tujuan penelitian ini untuk mengungkap makna yang ada dibalik tanda verbal dan visual yang ada dalam iklan untuk mengungkap citra atau identitas produk yang diiklankan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan lebih didominasi oleh kalimat-kalimat yang bersifat informatif dan makna konotasi dari kalimat-kalimat dapat menghasilkan citra produk di mata konsumen.

Kata kunci: citra, Toyota Avanza 2018, iklan, semiotik

PENDAHULUAN

Iklan adalah suatu media yang paling ampuh untuk memasarkan atau memperkenalkan produk terbaru dari produsen kepada konsumen melalui dua

cara, yaitu iklan media massa atau media elektronik. Contoh, perusahaan otomotif Toyota memperkenalkan kemunculan mobil terbarunya yaitu Rush melalui media elektronik dan cetak, seperti pada laman

berita, instagram, laman reb, koran, brosur, dan lain-lain. Iklan sendiri ditujukan untuk melihat daya minat masyarakat terhadap produk yang dipasarkan.

Terdapat penelitian terdahulu sebelum penelitian ini dilakukan tentang citra produk motor Honda dan Yamaha yang ditulis oleh Robinhut (2007). Hasil penelitian Robinhut menyatakan sebagai berikut: (1) citra yang terdapat pada tiga iklan sepeda motor Honda yaitu citra performa yang handal, citra anak muda dan citra kegunaan desain sepeda motornya (2) citra yang terdapat pada tiga iklan sepeda motor Yamaha yaitu citra kehandalan dan kecepatan, citra teknologi yang tinggi dan ctra kebanggaan. Penelitian lain yang berkaitan dengan iklan dilakukan oleh Ages (2016) yang membahas tentang mitos mobil LCGC. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tanda verbal dan visual yang terdapat dalam iklan dapat membangkitkan kepercayaan masyarakat akan produk tersebut.

Iklan dibuat semenarik mungkin yang mengombinasikan dua tanda yaitu tanda verbal (bahasa atau tulisan) serta tanda visual (gambar, warna dan desain). Tanda-tanda dikaji dengan semiotik, yang membahas tentang tanda dan bagaimana tanda terbentuk. Semiotika merupakan suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi dengan sarana tanda. Tanda sendiri bukan hal yang asing untuk manusia, sesungguhnya tanda muncul selama manusia berfikir. Sebagaimana dijelaskan oleh Pierce (2000 : 41) “*all thought is in sign*”. Sejauh hal yang terkait dengan pemikiran manusia, seluruhnya terdiri atas tanda, sehingga manusia dengan perantara tanda dapat berkomunikasi dengan sesamanya.

Melalui gambar atau foto dan kata-kata atau teksnya sebuah iklan menghasilkan tanda yang di dalamnya terkandung *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) yang kemudian membentuk makna denotatif

yakni makna ekplisit yang hanya merupakan penyampaian informasi dan makna konotatif yang melibatkan perasaan, emosi dan nilai-nilai budaya. Semuanya ini membentuk sebuah proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif. Istilah *signifier* dan *signifie* dikemukakan oleh Saussure (1916). *Signifier* merupakan penanda atau benda yang ada dalam kehidupan nyata sedangkan *signifie* atau petanda merupakan konsep dari tanda atau benda tersebut yang ada dalam kognisi seseorang. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap makna tersembunyi yang ada pada tanda verbal dan tanda visual yang ada dalam iklan.

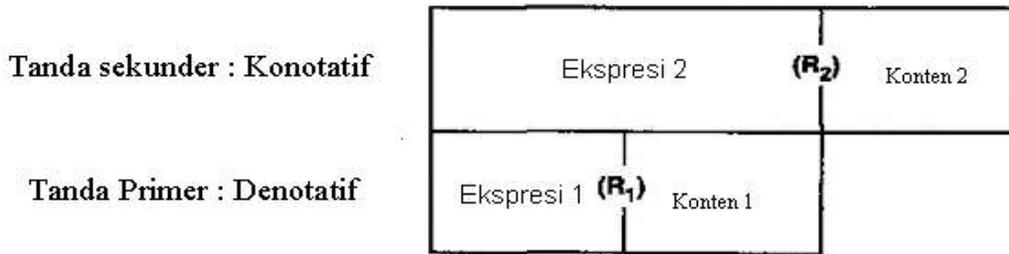
Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori tanda dari Barthes (dalam Noth, 2000) yang menjelaskan bahwa dari tanda dapat menghasilkan makna denotasi-konotasi. Denotasi merupakan makna eksplisit, langsung dan pasti dan konotasi merupakan makna yang terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran. Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Perbedaannya, gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*”, mencakup denotasi (makna sebenarnya atau sesuai dengan makna dalam kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier - signified* yang diusung Saussure (Piliang, 2003: 90).

Barthes (dalam Noth, 2000) menyebut denotasi sebagai tanda primer dan konotasi sebagai tanda sekunder. Keduanya memiliki hubungan yang erat karena makna konotasi muncul dari makna denotasi. Perhatikan diagram 1 model konotasi Barthes.

Dari bagan tersebut terlihat bahwa pembentukan denotasi sebagai tanda utama adalah hubungan antara ekspresi (E) sebagai

Diagram 1.

Model konotasi Barthes sebagai perpanjangan semantik tanda denotatif (dalam Noth, 2000 : 108)



penanda dan konten (K) sebagai petanda yang menghasilkan makna sebenarnya atau dikenal dengan istilah makna denotasi, atau dengan kata lain makna denotasi terbentuk sebagai tanda utama karena ada hubungan antara ekspresi sebagai penanda dan konten sebagai petanda.

Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran). Ia menciptakan makna-makna lapis kedua, yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan berbagai aspek psikologis, seperti perasaan, emosi atau keyakinan, yang disebut makna konotatif (*connotative meaning*).

Citra merek (*brand image*) menjadi penting dalam iklan. Menurut David dan John (dalam Kasali 1992 : 158) citra adalah keseluruhan kesan atas apa yang orang pikirkan atau ketahui tentang suatu objek. Makin besar kemiripan suatu produk, makin kecil alasan orang untuk memilih merek. Oleh karena itu, perusahaan menciptakan strategi berdasarkan identitas yang mudah dikenal dan kuat melalui iklan citra (*image advertaising*).

Danesi (2004 : 298) mendefinisikan citra sebagai tanda yang terbuat dari paduan nama, produk, kemasan, logo, harga, dan presentasi keseluruhan yang menciptakan sifat atau ciri yang dapat dikenali, yang dimaksudkan untuk

menarik minat konsumen secara spesifik. Hal ini dilakukan untuk merebut perhatian pasar dan membentuk kepercayaan khalayak pada produk tersebut.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif bersifat deskriptif. Artinya penelitian ini dimaksudkan untuk memberi gambaran secara jelas tentang hubungan tanda verbal dan visual yang ada didalam iklan mobil. Arikunto (1998 : 193) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh simpulan. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara rinci, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi.

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak serta metode lanjutan berupa teknik catat. Sesuai dengan namanya metode simak merupakan metode penyediaan data yang dilakukan dengan cara menyimak penggunaan bahasa yang sesungguhnya. Metode simak dilakukan dengan mengumpulkan dan meneliti iklan mobil yang diambil dari dealer resmi Toyota. Metode

catat dilakukan untuk mendeskripsikan tanda visual dan verbal yang ada di dalam iklan.

2. Teknik Analisis Data

Pengklasifikasian data terkumpul dan dilanjutkan dengan tahap analisis data, yaitu sebagai upaya mengkaji dan mengolah data yang telah terkumpul sehingga pada akhirnya diperoleh simpulan yang bermanfaat sesuai tujuan penelitian. Analisis dilakukan dengan mendeskripsikan tanda verbal dan visual yang sudah dianalisis sehingga menjadi petanda dan makna.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode padan referensial karena objek penelitian ini adalah tanda yang merupakan bagian di luar bahasa. Sudaryanto (1993 : 13) menjelaskan alat penentu dalam rangka kerja metode padan, di luar, terlepas dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Pemaknaan dari Setiap Kalimat dalam Iklan

Pada bagian ini, peneliti meneliti tanda-tanda dalam iklan per bagian. Analisis yang dilakukan tentang pembentukan makna denotasi atau makna yang sebenarnya dan makna konotasi atau makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal menurut teori Barthes (2000) berdasarkan kalimat-kalimat yang ada dalam iklan.



Gambar 1.

Iklan Toyota Avanza tahun 2018 fitur *one touch tumble* (a) dan *cabin quietness* (b)

a. Data 1

Tanda Verbal : *One touch Tumble*.

Tanda Visual : Ilustrasi sistem pelipatan kursi baris kedua. (Gambar 1a)

Data 1 merupakan kalimat yang memberikan informasi kepada pembaca sekaligus menghasilkan petanda tentang sistem pelipatan kursi baris kedua untuk akses penumpang ke baris ketiga. Kata *one touch* dalam kamus Oxford (2018) bermakna *as though at the touch of a button* dalam bahasa Indonesia dengan satu sentuhan, sedangkan kata *tumble* dalam kamus Oxford (2018) berarti *fall suddenly, clumsily, or headlong* dalam bahasa Indonesia berarti jatuh tiba-tiba, kikuk, atau cepat. Kegunaan fitur ini untuk kepraktisan dalam melipat kursi baris kedua. Pada umumnya mobil keluaran dibawah tahun 2012 masih menggunakan mekanisme pelipatan kursi dengan 2 cara. Pemaknaan yang muncul adalah sebagai berikut.

1) Makna Denotasi :

One touch ‘satu sentuhan’ secara harfiah satu tindakan yang tidak memerlukan usaha atau kerja keras. Berdasarkan pengalaman kultural untuk kendaraan berisi lebih dari 5 penumpang, agar penumpang dapat duduk dibaris ketiga atau akan keluar kendaraan, maka kursi di baris

kedua harus dilipat terlebih dahulu secara manual. Frasa *one touch tumble* sebagai penjelas gambar 1 yang ditandai dengan tanda panah berwarna merah, secara harfiah frasa tersebut memiliki makna denotasi ‘sistem pelipatan kursi dengan menggunakan satu tuas’.

2) Makna Konotasi :

Kemudahan akses keluar masuk penumpang baris ketiga.

Tabel 1

Makna denotasi dan Konotasi *one touch tumble*

Konotasi	Sistem pelipatan kursi dengan menggunakan satu tuas.		Kemudahan akses keluar masuk penumpang baris ketiga.
Denotasi	<i>One Touch Tumble</i>	Sistem pelipatan kursi dengan menggunakan satu tuas.	

Data 1 merupakan kalimat yang memberikan informasi kepada pembaca sekaligus menghasilkan petanda tentang sistem pelipatan kursi baris kedua untuk akses penumpang ke baris ketiga. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa dengan inovasi yang dilakukan oleh Toyota, Toyota Avanza 2018 dilengkapi dengan sistem *one touch tumble*, dengan cara yang sangat mudah dan praktis yaitu dengan menekan satu tombol saja, tempat duduk di baris ketiga dapat diatur untuk kenyamanan akses dalam melangkah

ke baris ketiga. Ilustrasi pada tanda visual memberikan gambaran cara dari pelipatan kursi pada baris kedua.

b. Data 2

Tanda Verbal : *Cabin Quietness*.

Tanda Visual : Kondisi kabin dengan simbol volume. (Gambar 1b)

Data 2 merupakan frasa yang memberikan informasi kepada pembaca tentang sistem kesenyapan kabin. Dalam kamus Oxford (2018) kata *quietness* berarti *absence of noise or bustle, calm* atau dalam bahasa Indonesia tidak adanya kebisingan atau hiruk pikuk; tenang. Pemaknaan yang muncul dari kata *Cabin Quietness* adalah sebagai berikut.

1) Makna denotasi :

Frasa *cabin quietness* ‘kabin senyap’ secara harfiah memberikan pandangan tentang kondisi kabin yang senyap. Frasa tersebut sebagai penjelasan gambar 1 yang ditandai dengan logo volume yang minim. Berdasarkan pengalaman kondisi kabin yang senyap atau bebas dari kebisingan yang dihasilkan dari keadaan diluar kabin mobil akan memberikan kenyamanan kepada orang yang berada dalam kendaraan tersebut dan secara harfiah frasa *cabin quietness* memiliki makna denotasi ‘sistem peredam suara yang kedap dalam kabin’.

2) Makna konotasi :

Dengan material kabin yang lebih senyap dapat meredam suara-suara dari luar kendaraan atau luar kabin. Maka akan memberikan kenyamanan kepada penumpang yang berada di dalam mobil.

Tabel 2
Makna denotasi dan Konotasi *cabin quietness*

Konotasi	Sistem peredam suara yang ada dalam kabin.		M a t e r i a l kabin yang lebih senyap dapat meredam suara-suara dari luar kendaraan atau luar kabin sehingga akan memberikan kenyamanan kepada penumpang yang berada di dalam mobil.
Denotasi	<i>C a b i n Quietness</i>	Sistem peredam suara yang ada dalam kabin.	

Tanda visual terdapat ilustrasi kondisi dari kabin dengan logo atau simbol suara dengan volume yang minim, ilustrasi tersebut memberikan petanda kesenyapan atau suara yang rendah dalam kabin.



Gambar 2.
Iklan Toyota Avanza tahun 2018 fitur suspensi (a) dan kursi 3 baris (b)

c. Data 3

Tanda verbal : *Comfortable Suspension* ‘penyesuaian pada sistem suspensi *MacPherson Strut* dan suspensi belakang dengan coil yang meningkatkan stabilitas dan kenyamanan’.

Tanda visual : Ilustrasi suspensi bagian depan dan belakang. (Gambar 2 a)

Data 3 memberikan informasi kepada pembaca tentang sistem suspensi yang digunakan pada mobil ini. Kata *comfortable* dalam kamus Oxford (2018) berarti *relaxed and free from constraint* dalam bahasa Indonesia merasa nyaman dan bebas dari kendala, sedangkan kata *suspension* berarti *the system of springs and shock absorbers by which a vehicle is supported on its wheels* atau dalam bahasa Indonesia sistem pegas dan peredam kejutan dalam kendaraan. Pemaknaan yang muncul sebagai berikut.

1) Makna denotasi :

Comfortable suspension ‘suspensi yang nyaman’. Penggunaan suspensi yang empuk akan memberikan kenyamanan pada pengemudi

dan penumpang. Avanza terbaru menggunakan teknologi *MacPherson Strut* pada keempat suspensinya untuk dapat memberikan kenyamanan yang diberikan kepada pengguna mobil ini. Frasa *comfortable suspension* secara harfiah memiliki makna denotasi ‘avanza terbaru memiliki suspensi yang nyaman dan dapat meredam guncangan.’

- 2) Makna konotasi : Penggunaan suspensi baru pada mobil ini dapat memberikan kesan nyaman pada pengemudi dan pengendara, serta dapat meningkatkan stabilitas mobil.

Tabel 3

Makna denotasi dan Konotasi Toyota Avanza *comfortable suspension*

Konotasi	Avanza terbaru memiliki suspensi yang nyaman		Penggunaan suspensi baru pada mobil ini dapat memberikan kesan nyaman pada pengemudi dan pengendara, serta dapat meningkatkan stabilitas mobil.
Denotasi	<i>Comfortable Suspension</i>	Avanza terbaru memiliki suspensi yang nyaman.	

Pada tanda visual (a) menggambarkan sistem suspensi yang digunakan mobil ini berupa *mcperson strut* dan koil spring.

d. Data 4

Tanda verbal : *3rd seat arrangement* ‘fleksibilitas pengaturan kursi baris ke-3

(*50:50 folding*) untuk penumpang atau barang.

Tanda visual : Ilustrasi kursi baris ketiga. (Gambar 2 b)

Data 4 memberikan informasi kepada pembaca tentang sistem pelipatan kursi baris ketiga yang dapat dilipat dengan konfigurasi 50:50. Kata *3rd* memberikan petanda baris ketiga. Kata *seat* berarti kursi dan dalam kamus Oxford (2018) *seat* bermakna *a thing made or used for sitting on, such as a chair or stool*, sedangkan kata *arrangement* dalam kamus Oxford (2018) berarti *the action, process, or result of arranging or being arranged* atau dalam bahasa Indonesia tindakan atau proses pengaturan. Kata *folding* dalam kamus Oxford (2018) berarti *able to be bent or rearranged into a flatter or more compact shape, typically in order to make it easier to store or carry* atau dalam bahasa Indonesia peralatan yang dapat ditekuk atau dilipat menjadi bentuk yang lebih datar. Pemaknaan yang muncul dari kata fleksibilitas kursi *50:50 folding* sebagai berikut.

- 1) Makna denotasi :

3rd arrangement (50:50) folding secara harfiah merupakan suatu sistem pengaturan kursi baris ketiga yang dapat dilipat secara 50:50 atau sebagian untuk dapat menyesuaikan dengan kondisi penumpang dan barang bawaan. Fitur *folding 50:50* sangat marak digunakan untuk mobil dengan keluaran tahun 2013 keatas karena fitur ini merupakan kemudahan untuk menyesuaikan antara penumpang baris ketiga dan barang. Frasa *3rd arrangement (50:50) folding* memiliki makna denotasi ‘pengaturan pelipatan kursi baris ketiga dengan sistem 50:50 atau dapat dilipat secara setengah-setengah’.

2) Makna konotasi :

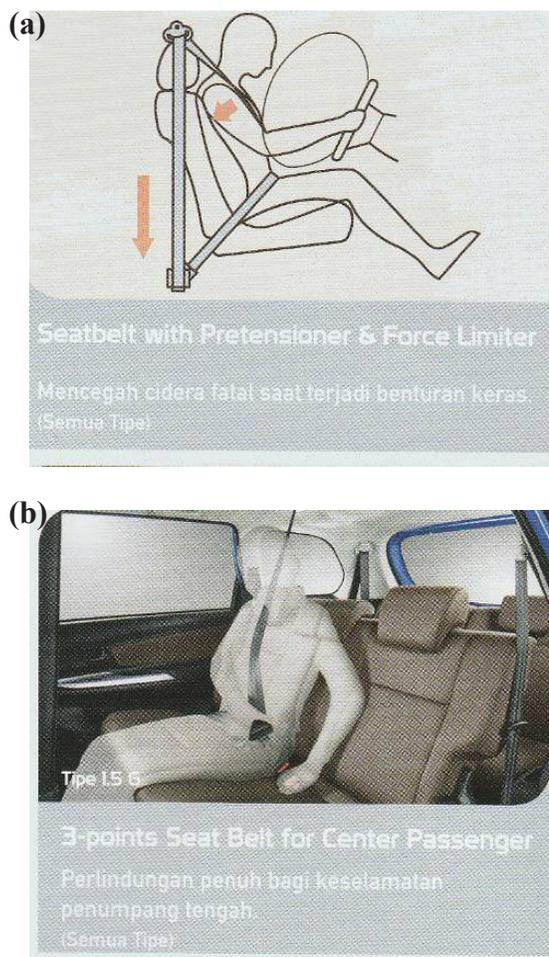
Kepraktisan pengangkutan barang pada bagasi tanpa mengorbankan penumpang baris ketiga, jika baris ketiga akan diisi oleh satu penumpang saja.

Tabel 4

Makna denotasi dan Konotasi *3rd seat arrangement 50:50 folding*

Konotasi	: Pengaturan pelipatan kursi baris ketiga dengan sistem 50:50 atau dapat dilipat secara setengah-setengah.		Kepraktisan pengangkutan barang pada bagasi tanpa mengorbankan penumpang baris ketiga, jika baris ketiga akan diisi oleh satu penumpang saja.
Denotasi	<i>3 r d seat arrangement</i>	P e n - g a t u r a n pelipatan kursi baris ketiga dengan sistem 50 : 5 0 a t a u d a p a t dilipat secara setengah-setengah.	

Pada tanda visual (gambar 2 b) tidak adanya ilustrasi atau gambaran tentang sistem pelipatan kursi baris ketiga ini. Ilustrasi yang digambarkan hanya kondisi kursi baris ketiga.



Gambar 3. Iklan Toyota Avanza tahun 2018 fitur *seatbelt* (a) dan *seatbelt for center passenger* (b)

e. Data 5

Tanda verbal : *Seatbelt with Pretensioner & Force Limiter* ‘mencegah cedera fatal saat terjadi benturan keras’

Tanda Visual : Ilustrasi dari sistem *pretensioner & force limiter*. (Gambar 2 a)

Data 5 memberikan informasi kepada pembaca tentang fitur sabuk pengaman yang dapat mengurangi cedera pada bagian dada. Kata *pretensioner* dalam kamus Oxford (2018) berarti *a device designed to pull a seat belt tight in an accident* atau dalam bahasa Indonesia perangkat yang dirancang untuk menarik sabuk pengaman ketat dalam suatu

kecelakaan. Pemaknaan yang didapatkan sebagai berikut.

1) Makna denotasi :

Seatbelt with Pretensioner & Force Limiter merupakan fitur sabuk pengaman yang dapat mengencangkan dan mengurangi cedera pada bagian dada saat terjadi kecelakaan atau benturan keras pada kendaraan. Pada dasarnya sabuk pengaman dirancang untuk melindungi pengemudi saat terjadi benturan keras agar tidak terlempar keluar kabin melalui kaca depan. Frasa tersebut memiliki makna denotasi ‘Grand Avanza memiliki sistem sabuk pengaman yang dapat mengetatkan tali saat terjadi kecelakaan’.

2) Makna konotasi : Fitur *pretensioner* dapat menjaga penumpang pada posisi duduk yang aman saat terjadi kecelakaan.

Tabel 5

Makna denotasi dan konotasi *pretensioner & force limiter*

Konotasi	Avanza memiliki sistem sabuk pengaman yang dapat mengetatkan tali saat terjadi kecelakaan.		Fitur <i>pretensioner</i> dapat menjaga penumpang pada posisi duduk yang aman saat terjadi kecelakaan.
Denotasi	<i>Pretensioner</i>	Avanza memiliki sistem sabuk pengaman yang dapat mengetatkan tali saat terjadi kecelakaan.	

Pada tanda visual (gambar 3a) menggambarkan ilustrasi dari sistem *pretensioner* dan *force limiter* yang terdapat pada mobil ini, sehingga dapat membantu pembaca untuk memahami fitur tersebut.

f. Data 6

Tanda verbal : *3 points seatbelt for center passenger* ‘perlindungan penuh bagi keselamatan penumpang tengah’

Tanda visual : Ilustrasi dari penggunaan sabuk pengaman penumpang tengah. (Gambar 3 b)

Kalimat pada data 6 memberikan petanda sekaligus informasi kepada pembaca bahwa mobil ini telah memiliki sabuk pengaman tiga titik untuk semua penumpang. Pemaknaan yang muncul dari kata tersebut sebagai berikut.

1) Makna denotasi :

3 points seatbelt for center passenger merupakan sistem sabuk pengaman 3 titik yang terdapat pada Grand Avanza untuk penumpang baris kedua bagian tengah. Fitur ini sangat membantu untuk mengurangi cedera penumpang baris kedua bagian tengah mengingat tidak adanya penghalang apapun dan saat terjadi kecelakaan jika penumpang baris kedua bagian tengah tidak memakai sabuk pengaman maka penumpang tersebut akan terpelempar kedepan. Frasa tersebut memiliki makna denotasi ‘terdapat sabuk pengaman 3 titik untuk penumpang tengah baris kedua’.

2) Makna konotasi : Hadirnya sabuk pengaman 3 titik pada semua

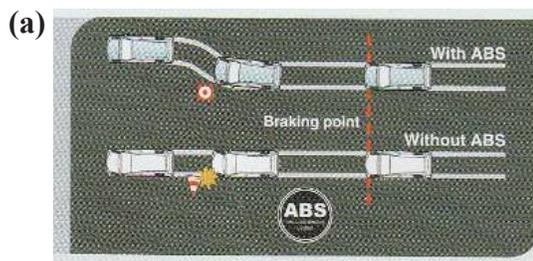
penumpang dapat memberikan kesan nyaman dan aman kepada semua penumpang sehingga semua penumpang mendapatkan keamanan yang sama.

Tabel 6

Makna denotasi dan konotasi *3 points seatbelt for center passenger*

Konotasi	Terdapat sabuk pengaman 3 titik untuk penumpang tengah baris kedua.	Hadirnya sabuk pengaman 3 titik pada semua penumpang dapat memberikan kesan nyaman dan aman kepada semua penumpang sehingga semua penumpang mendapatkan keamanan yang sama.
Denotasi	<i>3 points seatbelt for center passenger</i>	Terdapat sabuk pengaman 3 titik untuk penumpang tengah baris kedua.

Tanda visual (gambar 3 b) pada kalimat 6 yang menggambarkan ilustrasi sistem sabuk pengaman tiga titik untuk penumpang tengah baris kedua memberikan pemahaman langsung kepada pembaca akan hadirnya fitur tersebut.



ABS (Anti-lock Braking System)
 Proteksi optimal untuk mengontrol kendaraan saat pengereman mendadak.
 (Tipe 1.5 G, 1.3 G & 1.3 E)



Front Passenger Seat Belt Warning
 Mengingatkan penumpang pemungnya memakai sabuk keselamatan.
 (Semua Tipe)

Gambar 4.

Iklan Toyota Avanza tahun 2018 fitur *ABS (a)* dan *seatbelt warning for center passenger (b)*

g. Data 7

Tanda verbal : *ABS (anti-lock breaking system)* ‘proteksi optimal untuk mengontrol kendaraan saat pengereman mendadak.

Tanda visual : ilustrasi dari sistem ABS. (Gambar 4 a)

Frasa *ABS* atau *anti-lock breaking system* pada data 7 memunculkan petanda sistem

pengereman pintar pada mobil ini. Kata *anti-lock* dalam kamus Oxford (2018) merupakan adjektiva yang berarti (*of brakes*) *designed so as to prevent the wheels locking and the vehicle skidding if applied suddenly* atau dalam bahasa Indonesia sistem rem untuk mencegah penguncian roda. Pemaknaan yang muncul dari kata *ABS* sebagai berikut.

1) Makna denotasi :

Anti-lock braking sistem secara harfiah merupakan sistem pengamanan kendaraan yang berguna untuk menghidirkan roda terkunci saat terjadi pengereman mendadak dan pengemudi pun masih dapat mengendalikan laju kendaraannya. Frasa tersebut memiliki makna denotasi ‘fitur ABS dapat mencegah roda mengunci saat terjadi pengereman mendadak atau pengemudi menginjak pedal rem secara spontan’.

2) Makna konotasi : Kemudahan mengendalikan mobil saat terjadi pengereman secara spontan, sehingga dapat memberikan rasa aman walaupun rem ditekan secara tiba-tiba.

Tabel 7
Makna denotasi dan konotasi *anti-lock braking*

Kono- tasi	(Rem) dirancang sedemikian rupa untuk mencegah penguncian roda dan kendaraan saat terjadi tergelincir jika diterapkan secara tiba-tiba.	Kemudahan mengendalikan mobil saat terjadi pengereman secara spontan, sehingga dapat memberikan rasa aman walaupun rem ditekan secara tiba-tiba.
---------------	---	--

Deno- tasi	<i>anti-lock braking system</i>	F i t u r A B S d a p a t m e n c e - g a h r o d a m e n g u n - c i s a a t t e r j a d i p e n g e r - e m a n m e n d a - d a k a t a u p e n g e - m u d i m e n g i n - j a k p e d - a l r e m s e c a r a s p o n t a n	
---------------	---------------------------------	---	--

Tanda visual (gambar 4 a) pada kalimat data 7 menggambarkan bagaimana ilustrasi mobil dengan rem *ABS* dan mobil dengan rem non *ABS* bekerja, hasil dari ilustrasi tersebut mobil dengan rem *ABS* lebih mudah dikontrol, sehingga memberikan pemahaman kepada pembaca tentang pentingnya fitur *ABS*.

h. Data 8

Tanda verbal : *Front passenger seat belt warning* ‘mengingatkan penumpang pentingnya memakai sabuk keselamatan’.
Tanda visual : logo atau simbol dari sistem peringatan sabuk pengaman. (Gambar 4 b)

Pada data 8 memberikan informasi kepada pembaca tentang fitur peringatan penggunaan sabuk pengaman untuk penumpang baris kedua. *Front passenger seat belt warning* berarti peringatan sabuk pengaman penumpang depan. Kata *warning* dalam kamus Oxford (2018) merupakan kata benda yang berarti *a statement or event that warns of something or that serves as a cautionary example* atau dalam bahasa Indonesia

sebuah pernyataan atau peristiwa yang memperingatkan sesuatu atau yang berfungsi sebagai contoh peringatan. Pemaknaan yang muncul sebagai berikut.

1) Makna denotasi :

Front passenger seat belt warning merupakan sebuah lampu peringatan atau indikator untuk penumpang bagian depan agar menggunakan sabuk pengaman. Berdasarkan pengalaman kultural masih banyak pengemudi ataupun penumpang yang masih kurang memperhatikan keselamatan dengan menggunakan sabuk pengaman. Indikator tersebut hadir untuk memberikan kesadaran akan keselamatan menggunakan sabuk pengaman. Frasa *front passenger seat belt warning* memiliki makna denotasi ‘indikator peringatan sabuk pengaman untuk penumpang bagian depan jika penumpang depan tidak menggunakan sabuk pengaman’.

2) Makna konotasi :

Hadirnya fitur peringatan penggunaan sabuk pengaman pada bagian depan akan memberikan kesadaran yang lebih pentingnya keselamatan dalam berkendara.

Tabel 8

Makna denotasi dan Konotasi Toyota Avanza *front passenger seat belt warning*

Konotasi	Indikator peringatan sabuk pengaman untuk penumpang bagian depan.	Hadirnya fitur peringatan penggunaan sabuk pengaman pada bagian depan akan memberikan kesadaran yang lebih pentingnya keselamatan dalam berkendara.
----------	---	---

Denotasi	<i>Front passenger seat belt warning</i>	Indikator peringatan sabuk pengaman untuk penumpang bagian depan.	
----------	--	---	--

Pada tanda visual (gambar 4 b) dari kalimat 8 menggambarkan simbol peringatan dari penggunaan sabuk pengaman pada penumpang bagian depan, sehingga dapat memberikan pemahaman langsung kepada pembaca tentang indikator peringatan tersebut.

3. Citra

Pada bagian ini, peneliti mendeskripsikan citra produk yang muncul dari setiap kalimat dan gambar yang telah dianalisis berdasarkan makna denotasi dan konotasi yang didapatkan dari analisis pada subbab di atas. Menurut David dan John (dalam Kasali 1992 : 158) citra adalah keseluruhan kesan atas apa yang orang pikirkan atau ketahui tentang suatu objek.

Pada gambar 1, penanda verbal berupa kata-kata *one touch tumble* ‘sistem pelipatan kursi dengan satu tuas’ dan penanda verbal ‘*cabin quietness*’ yang didukung dengan tanda visual berupa ilustrasi cara melipat kursi dan kondisi kabin dengan ikon volume. Kedua tanda tersebut menghadirkan citra kepraktisan dan kenyamanan. Dengan demikian, pada gambar 1 menghadirkan citra nyaman yang didapatkan dari mobil ini karena menawarkan akses mudah untuk dapat melangkah ke baris ketiga dengan pelipatan kursi hanya menekan 1 tuas atau *one touch tumble* dan kenyamanan didapatkan dari suasana kabin yang senyap dan dapat terhindar dari kebisingan dari suara di luar kabin kendaraan.

Pada gambar 2 citra atau kesan yang didapatkan masih merujuk pada kenyamanan, jika melihat pada tanda visual berupa sistem suspensi yang dapat memberikan kenyamanan dan stabilitas saat berkendara, serta pelipatan kursi baris ketiga yang dapat dilipat secara 50:50 dapat memberikan ruang yang lebih untuk barang dan penumpang.

Pada gambar 3 dan 4 citra atau kesan yang didapatkan adalah keamanan dan kemudahan. Pada gambar ketiga dijelaskan tentang fitur sabuk pengaman dan sistem ABS yang dapat mengendalikan kemudi saat mobil terjadi pengereman secara mendadak. Fitur-fitur tersebut dapat memberikan kemudahan dan keamanan bagi pengemudi dan penumpang dalam kondisi tertentu, misalkan fitur *abs* yang dapat menghindarkan roda mengunci ketika terjadi pengereman mendadak.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka diambil simpulan bahwa klausa/kalimat dalam iklan tidak hanya menghasilkan makna yang tersirat atau makna denotasi, tetapi terdapat beberapa makna tersembunyi atau makna konotasi yang hadir.

Klausa-klausa/kalimat-kalimat yang tertera di dalam iklan Toyota Avanza sulit dipahami untuk pembaca/konsumen yang tidak paham masalah otomatis karena tidak semua orang tahu akan istilah-istilah yang digunakan dalam dunia otomotif, antara lain istilah *immobilizer* atau fitur ABS (*anti-lock breaking system*). Meskipun demikian, dengan bantuan tanda-tanda nonverbal konsumen dapat menangkap maksud klausa pada iklan tersebut. Oleh karena itu, melalui makna konotasi yang muncul dari klausa/kalimat, pembaca mendapatkan citra yang hadir di dalam pikirannya, bahwa Toyota Avanza 2018 memiliki citra positif menghadirkan kenyamanan dan keamanan kepada konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalan Sutra.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Management Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kurniawan, Ages. 2016. *Mitologisasi Iklan Mobil Low Cost Green Car (LCGC) : Kajian Semiotik*. Tesis Fakultas Ilmu Budaya Universitas Padjadaran.
- Nöth, Winfried. 2000. *Handbuch Der Semiotik "Buku Semiotik"*, Stuttgart: J.B Metzler Verlag.
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika : Tafsir Kultural atas Matinya Makna*. Yogyakarta : Jalan Sutra.
- Robinhut, Adrianus. 2007. *Analisis Konotasi, Citra Produk dan Merek Enam Iklan Honda dan Yamaha di Televisi Sebuah Studi Tentang Teks Iklan*. Tesis Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia.
- Sudaryanto, 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana.