

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Analisa per scene Iklan Gojek Cerdikiawan


Faktor terpenting dalam terciptanya sebuah karya adalah adanya ide utama atau konsep. Konsep menjadi benang merah dalam sebuah pembuatan karya agar menjadi satu karya yang dapat dinikmati. Sebuah konsep yang digunakan dalam pembuatan iklan pada umumnya disesuaikan dengan apa yang terjadi di masyarakat sehingga apa yang disampaikan sebuah iklan dapat relevan sesuai dengan budaya maupun kebiasaan yang ada.




Di dalam iklan Gojek ini terdapat konsep yang diambil dari cara masyarakat Indonesia membuat inovasi – inovasi baru yang unik dan kreatif.


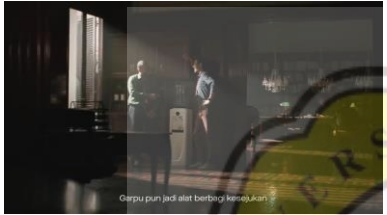
4.1.1 Analisa Iklan Gojek Scene ke 1

Pada scene pertama terdapat seorang karyawan kantor yang ingin mengambil air di dispenser namun dispenser tersebut rusak dan dia menggunakan garpu sebagai alat pembantu.

Tabel 4.1
Analisa Scene 1

Visual	Narasi	
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.1</p>	<p>Ini kisah para cerdikiawan</p> <p>Anak bangsa yg berkarya dengan kecerdikan</p>	<p>Medium Shot:</p> <p>Memperlihatkan bagian tubuh dari pinggang sampai ke kepala tanpa menghilangkanan background</p>

<p>(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>  <p>Gambar 4.2</p>	<p>Segala perkara dapat di tuntaskan</p> <p>Garpu pun jadi alat berbagi kesejukan</p>	<p>Close Up Shot:</p> <p>Menunjukkan objek dari bahu sampai ke kepala. Fungsinya untuk memberikan detail objek secara jelas</p>
<p>(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>  <p>Gambar 4.3</p>		<p>Close Up Shot:</p> <p>Memberikan detail objek dari shot tersebut</p>
<p>(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>  <p>Gambar 4.4</p>		<p>Close Up Shot:</p> <p>Memberikan detail objek pada shot</p>
<p>(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		



		<p>Close Up Shot:</p> <p>Memberikan detail objek secara jelas dalam shot</p>
<p>Gambar 4.5 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		
		<p>Very Long Shot:</p> <p>Memperlihatkan objek secara keseluruhan dan background yang cukup luas</p>
<p>Gambar 4.6 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		


Penanda	Petanda
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tulisan Gojek mempersembahkan Cerdikiawan dan subtitle 2. Garpu yang dibawa seorang pria yang mengenakan kalung tanda pengenal 3. Garpu dimasukan kedalam tombol dispenser yang rusak 4. Dispenser mengeluarkan air 5. Gelas yang berisi air 6. Dua orang pria sedang berbicara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkenalkan iklan terbaru Gojek berjudul Cerdikiawan 2. Seorang pria pegawai kantoran 3. Garpu yang merupakan alat makan sehari – hari digunakan sebagai alat pembantu untuk mengatasi masalah yaitu dispenser rusak

4.1.2 Analisa Iklan Gojek Scene ke 2

Lalu pada scene kedua terdapat seorang wanita yang tertidur di bis dengan kepala dimasukkan kedalam sarung *headrest* yang ada di kursi bis tersebut. Karena melakukan hal itu, wanita ini menjadi pusat perhatian penumpang lain.

Tabel 4.2
Analisa Scene 2

Visual	Narasi	
 <p>Gambar 4.7 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p>Lika Liku Jalanan Tak Mampu Mengusik Menyangga Kepala Menjadi Inspirasi yang melirik</p>	<p>Medium Shot: Memperlihatkan objek dari pinggang sampai ke atas kepala. Bisa masuk juga kedalam two medium shot karena jumlah objek terdiri dari 2</p>
 <p>Gambar 4.8 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p>Close Up Shot: Memperlihatkan objek secara jelas</p>

		<p>Medium Shot:</p> <p>Memperlihatkan objek dari pinggang sampai ke kepala. Teknik ini juga bisa dikatakan group medium shot karena mencakup lebih dari 2 objek</p>
---	--	---

Gambar 4.9
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)




Penanda	Petanda
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dua wanita yang tertidur di bus 2. Wanita yang tertidur dengan mulut terbuka dan dengan mata sampai hidung tertutup 3. Orang – orang sedang melihat ke satu sisi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wanita yang tidur di bus karena perjalanan di malam hari dengan kepala yang diletakan di dalam sarung <i>headrest</i> kursi bus agar dapat tidur dengan nyaman. 2. Wanita dengan kepala di dalam <i>headrest</i> yang bersikap tidak peduli dengan keadaan sekitar karena idenya untuk memasukan kepala ke dalam sarung <i>headrest</i> di bus tersebut

4.1.3 Analisa Iklan Gojek Scene ke 3

Scene ketiga berisi seorang tukang bakso yang membungkus satu porsi bakso tapi memisahkan antara isi dan kuah dalam satu plastik yang sama.

Tabel 4.3

Analisa Scene 3

Visual	Narasi	
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.10 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p>Mereka Menantang Aturan Klasik Kuah Mie Bakso Kompak 1 plastik</p>	<p>Close Up Shot: Menampilkan detail objek secara jelas</p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.11 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p>Medium Long Shot: Menampilkan objek dari bawah pinggang sampai atas kepala dengan background terlihat cukup luas</p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 4.12 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p>Close Up Shot: Melihatkan objek secara jelas</p>

Penanda	Petanda
---------	---------


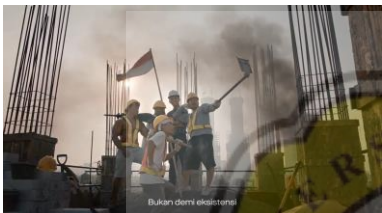

<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuah bakso yang sedang dituang ke dalam plastik 2. Penjual bakso sedang menuang kuah bakso 3. Penjual bakso memegang satu porsi bakso yang dibungkus plastik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seorang penjual bakso yang ber ide untuk dapat memisahkan bakso dalam satu plastik seperti penjual bakso pada umumnya
---	--

4.1.4 Analisa Iklan Gojek Scene ke 4

Lalu pada scene keempat ada sekelompok tukang bangunan yang berjumlah lima orang sedang melakukan *wefie*. Pada scene ini, mereka berfoto menggunakan cangkul sebagai ganti tongsis (tongkat narsis).

Tabel 4.4
Analisa Scene 4

Visual	Narasi
--------	--------

	<p>Dan Bukan, Bukan Demi Eksistensi</p>	<p>Close Up Shot: Menampilkan objek secara detail</p>
<p>Gambar 4.13 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p>Namun ranah lebih untuk memperkaya Galeri Selfi</p>	
		<p>Long Shot: Memperlihatkan keseluruhan objek dengan background yang jelas. Bisa juga masuk ke group long shot karena objek lebih dari tiga</p>
<p>Gambar 4.14 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		
		<p>Medium Shot: Memperlihatkan objek dari pinggang sampai ke kepala. Bisa disebut group medium shot karena objek lebih dari tiga</p>
<p>Gambar 4.15 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		


<p>Penanda</p>	<p>Petanda</p>
----------------	----------------


<ol style="list-style-type: none"> 1. Ponsel yang ditali pada ujung cangkul 2. Sekelompok orang memegang cangkul 3. Sekelompok orang yang berpose 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sekelompok tukang bangunan yang berfoto bersama di tengah pekerjaan yang mereka lakukan saat cuaca sedang panas dengan menggunakan cangkul sebagai pengganti <i>tongsis</i> (tongkat narsis)
--	---

4.1.5 Analisa Iklan Gojek Scene ke 5

Pada scene kelima terdapat seorang wanita yang sedang telepon menggunakan telepon genggamnya namun dia tidak memegangnya dengan tangan karena kedua tangannya yang memegang suatu barang. Ponsel wanita tersebut diletakkan disela hijab yang digunakkannya.

Tabel 4.5
Analisa Scene 5

Visual	Narasi	
 <p>Gambar 4.16 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p>Mereka menerobos semua permasalahan</p> <p>Lepas tangan pun bisa teleponan</p>	<p>Very Long Shot:</p> <p>Memperlihatkan objek secara keseluruhan dengan background yang sangat luas</p>

		<p>Medium Close Up Shot:</p> <p>Menampilkan objek dari bahu sampai ke kepala</p>
<p>Gambar 4.17</p> <p>(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		

Penanda	Petanda
<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang berjalan di tengah hujan dengan payung 2. Orang yang sedang telepon sambil memegang payung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seorang wanita yang sedang berjalan di tengah hujan dan tidak memedulikan keadaan sekitar hanya berfokus untuk telepon 2. Wanita tersebut mengakali masalah yaitu ingin bertelepon walau tangan penuh dengan barang bawaan dengan meletakkan ponsel disela hijab yang dia gunakan

4.1.6 Analisa Iklan Gojek Scene ke 6

Scene ke enam menceritakan tentang seorang pemuda yang sedang mandi, pria tersebut mandi dengan membuat shower dengan cara yang unik. Alih – alih menggunakan alat shower, pemuda ini menggunakan kantong plastik yang dilubangi dan dijadikan shower.

Tabel 4.6
Analisa Scene 6


Visual	Narasi	
 <p>Gambar 4.18 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p>Menakjubkan</p> <p>Setiap Hari Mereka Menyirami Diri dengan Gagasan</p>	<p>Close Up Shot:</p> <p>Menunjukkan detail objek secara jelas</p>
 <p>Gambar 4.19 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p>Medium Close Up Shot:</p> <p>Menampilkan objek dari bahu sampai ke kepala</p>
 <p>Gambar 4.20 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p>Close Up Shot:</p> <p>Menampilkan objek secara jelas</p>


Penanda	Petanda
1. Tas plastik yang mengeluarkan air 2. Orang mandi dengan tas plastik di atas kepalanya 3. Seorang pria mengibaskan rambutnya	1. Seorang pria yang menggunakan tas plastik sebagai pengganti shower supaya mandinya lebih nyaman di toilet yang sangat sederhana 2. Dengan plastik yang biasa ditemui di mana saja dan kapan saja dapat memberikan inovasi baru

4.1.7 Analisa Iklan Gojek Scene ke 7

Pada scene ke tujuh terdapat seorang supir Gojek yang tengah berjalan diantara kerumunan orang di pasar dengan sandal jepitnya yang rusak. Dia mengatasi kerusakan pada sandalnya dengan menusukkan sebuah peniti agar sandalnya tidak terlepas.

Tabel 4.7
Analisa Scene 7

Visual	Narasi	
 <p>Gambar 4.21 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	Terus Melangkah Dalam Ruang Minimal	Medium Long Shot: Menampilkan objek dari bawah pinggang ke kepala dengan background yang cukup luas



		<p>Close Up Shot:</p> <p>Menunjukkan objek secara jelas dan detail</p>
<p>Gambar 4.22</p> <p>(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		

Penanda	Petanda
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerumunan orang di pasar dan ada seorang <i>driver</i> Gojek 2. Sandal dengan peniti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Driver</i> Gojek ini menggambarkan pelayanan Gojek yang dapat mencakup seluruh daerah 2. Peniti barang yang sangat sederhana digunakan sebagai penjepit sandal agar sandal dapat digunakan kembali

4.1.8 Analisa Scene Gojek Scene ke 8

Pada scene ke delapan terlihat seorang pemuda yang duduk di kamar dan sedang memasak telur. Dia menggunakan setrika sebagai alat pengganti kompor saat memasak.

Tabel 4.8
Analisa Scene 8

Visual	Narasi	
 <p data-bbox="419 633 587 667">Gambar 4.23</p> <p data-bbox="352 712 654 801">(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p data-bbox="740 383 1002 472">Melampaui Batas Dengan Penuh Akal</p>	<p data-bbox="1046 383 1246 416">Close Up Shot:</p> <p data-bbox="1046 461 1353 551">Menunjukkan objek secara jelas</p>
 <p data-bbox="419 1093 587 1126">Gambar 4.24</p> <p data-bbox="352 1171 654 1261">(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p data-bbox="1046 898 1193 931">Long Shot:</p> <p data-bbox="1046 976 1353 1122">Menampilkan objek secara keseluruhan dan background secara luas</p>

Penanda	Petanda
<ol data-bbox="312 1458 798 1659" style="list-style-type: none"> 1. Telur yang ada di atas setrika 2. Seorang pria yang memasak di kamar kos nya menggunakan setrika sebagai pengganti kompor 	<ol data-bbox="845 1458 1353 1827" style="list-style-type: none"> 1. Setrika sebagai pengganti kompor untuk memasak telur 2. Setrika yang biasa digunakan untuk pakaian namun pria tersebut berakal dan menggunakan nya untuk memasak untuk dapat memasak di kamar kosnya

4.1.9 Analisa Iklan Gojek Scene ke 9

Scene ke sembilan diperlihatkan seorang pengemudi yang menggunakan sandal jepit untuk menyangga telepon genggamnya sewaktu dia mengemudikan mobil.

Tabel 4.9
Analisa Scene 9



Visual	Narasi	
 <p>Gambar 4.25 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p>Jadilah Cerdikiawan</p>	<p>Close Up Shot: Menunjukkan detail objek secara jelas</p>

Penanda	Petanda
<p>1. Ponsel yang diletakan di sandal dan juga dashboard mobil</p>	<p>1. Sandal yang digunakan sebagai alat pengganti <i>holder</i> ponsel untuk memudahkan pengemudi mengoperasikan ponselnya tanpa mengganggu konsentrasi pengemudi</p>

4.1.10 Analisa Scene Gojek Scene ke 10

Pada scene ke sepuluh ada seorang wanita yang sedang berjoget sambil mendengarkan lagu. Wanita ini menggunakan *earphone* yang di tutup dengan gelas plastik untuk meniru bentuk *headset*.

Tabel 4.10
Analisa Scene 10

Visual	Narasi	
 <p data-bbox="419 1025 592 1061">Gambar 4.26</p> <p data-bbox="352 1104 655 1193">(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>	<p data-bbox="746 779 991 869">dan Raih Ragam Solusi Tiap Situasi</p>	<p data-bbox="1038 779 1353 943">Medium Close Up Shot: Memperlihatkan objek dari bahu ke atas kepala</p>
 <p data-bbox="419 1485 592 1520">Gambar 4.27</p> <p data-bbox="352 1563 655 1653">(Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p data-bbox="1038 1368 1353 1585">Medium Close Up Shot: Memperlihatkan objek dari bahu sampai ke atas kepala</p>


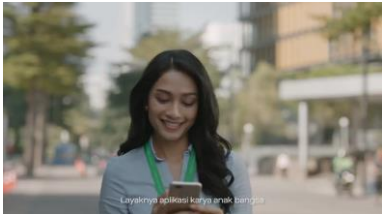
Penanda	Petanda
---------	---------

1. Seorang wanita yang sedang berjoget	1. Seorang wanita yang sedang berjoget secara asik dengan gelas plastik di kedua telinga yang disambungkan dengan earphone sebagai pengganti headphone
--	--

4.1.11 Analisa Iklan Gojek Scene ke 11

Scene terakhir atau scene ke sebelas memperlihatkan seorang wanita yang sedang memegang telepon genggam dan pada telepon genggamnya sedang membuka aplikasi Gojek.

Tabel 4.11
Analisa Scene 11

Visual	Narasi	
 <p>Gambar 4.28 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p> 	<p>Layaknya Aplikasi Karya Aak Bangsa</p>	<p>Close Up Shot: Menampilkan detail objek secara jelas</p> <p>Medium Close Up Shot:</p>

<p>Gambar 4.29 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)</p>		<p>Menampilkan objek dari bahu sampai ke atas kepala</p>
--	--	--

Penanda	Petanda
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebuah ponsel yang dipegang 2. Seorang wanita yang sedang memegang ponselnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudahnya membawa ponsel kemana – mana dan menggunakan aplikasi dalam hal ini Gojek

4.2 Analisa Keseluruhan Iklan Gojek

Iklan Gojek ini mengusung judul Cerdikiawan yang diambil dari kata *cedekiawan* dan juga *cerdik*. Menurut KBBI *cedekiawan* berarti orang cerdas pandai, orang intelek, maupun orang yang memiliki sikap hidup yang terus menerus meningkatkan kemampuan berpikirnya untuk dapat mengetahui maupun memahami sesuatu. Sedangkan *cerdik* menurut KBBI adalah cepat mengerti dan pandai mencari pemecahan, Panjang akal, dan banyak akalnya. Dari dua kata tersebut terbentuk kata Cerdikiawan yang digunakan Gojek sebagai judul iklannya. Di dalam website resmi Gojek dituliskan Cerdikiawan memiliki arti anak bangsa yang penuh akal, mereka berkarya dengan modal kecerdikan untuk menuntaskan semua permasalahan.

Di dalam Analisa iklan Gojek yang telah dilakukan, iklan Gojek menggunakan Teknik videografi yang cukup beragam dari setiap scene yang ada. Dengan adanya penggunaan Teknik videografi yang benar, iklan Gojek berjudul Cerdikiawan ini dari visualnya sudah menyerupai kualitas yang ditampilkan short film. Iklan ini

cenderung menggunakan Teknik shallow focus yang bertujuan untuk memberikan kesan kedalaman untuk dapat menonjolkan objek yang ditampilkan di dalam per scene iklan tersebut. Teknik shallow focus ini juga dapat menambah efek dramatis dalam setiap scene.

Dari analisa menggunakan Teknik semiotika Saussure, mayoritas scene yang ada di dalam iklan Gojek Cerdikiawan ini berisi tentang orang-orang dengan masalah yang mereka hadapi yang lalu diselesaikan dengan solusi – solusi yang kreatif dan juga unik. Iklan Gojek ini berupaya menampilkan bagaimana perilaku masyarakat Indonesia dalam mencari solusi untuk sebuah masalah yang disampaikan Gojek dengan komedi.

Lalu pesan yang tersampaikan dari iklan Gojek Cerdikiawan ini melalui Analisa yang sudah dilakukan adalah bagaimana kita sebagai masyarakat Indonesia khususnya kaum muda dapat mencari solusi dari setiap masalah yang kita hadapi secara kreatif.

4.3 Hubungan Iklan Gojek dengan Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang

Berbicara tentang masalah pasti tentunya ada solusi. Sebagai mana yang diceritakan di dalam iklan Gojek bagaimana model – model di dalam iklan yang menggambarkan masyarakat kaum muda Indonesia dalam berpikir kreatif, menemukan inovasi – inovasi baru dalam menyelesaikan masalah. Hal – hal tersebut merupakan gambaran tentang anak muda jaman sekarang atau yang lebih dikenal dengan generasi milenial. Generasi milenial ini cenderung memiliki cara berpikir yang lebih kreatif dibanding dengan generasi – generasi sebelumnya. Hal ini didukung dengan mudahnya generasi ini dalam mengakses informasi – informasi baru melalui internet. Hal ini dapat terjadi karena generasi milenial ini lahir pada saat internet mulai berkembang pesat.

Generasi ini juga disebut sebagai *agent of change*, generasi yang membawa perubahan. Mereka diharapkan dapat mengatasi masalah yang terjadi dengan

berbagai macam inovasi baru. Artinya mereka sebagai generasi milenial juga harus memiliki kepribadian yang kreatif, dan aktif.

Di dalam iklan Cerdikiawan ini, Gojek mengusung topik bagaimana anak muda generasi milenial ini bertindak dalam menyelesaikan masalah. Seperti yang dikatakan oleh Lancaster & Stillman bahwa generasi ini sangat pragmatis dalam hal memecahkan permasalahan. Pragmatis sendiri dalam KBBI memiliki artian bersifat praktis dan berguna bagi umum; bersifat mengutamakan segi kepraktisan dan kegunaan; mengenai atau bersangkutan dengan nilai – nilai praktis. Dari hal tersebut juga dapat ditarik arti praktis dari KBBI memiliki artian berdasarkan praktik; mudah dan senang memakainya. Dari kedua hal tersebut sudah sangat merepresentasikan visual – visual yang ditampilkan di dalam iklan Gojek Cerdikiawan. Mulai dari menggunakan garpu sebagai alat pembantu untuk mengambil air di dispenser, menggunakan plastik sebagai pengganti shower, menggunakan peniti untuk memperbaiki sandal yang rusak, dan lain sebagainya. Alat yang digunakan pun juga merupakan alat sederhana yang hampir setiap hari dapat dijumpai kapan pun dan di mana pun. Mereka tidak mepedulikan apa yang dipikirkan orang lain, yang mereka pikirkan adalah bagaimana mereka dapat menyelesaikan masalah dengan cara yang praktis dan mudah. Hal tersebut merupakan gambaran dari generasi milenial di Indonesia yang selalu berpikir bagaimana mereka dapat mengatasi masalah yang mereka hadapi sehingga tercipta solusi – solusi baru yang tidak jarang juga menjadikannya sesuatu yang unik yang jarang terpikirkan oleh orang lain.