

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN KUMON “BRINGS SUCCESS”

Andhika Pratama Ardiansyah¹, Solikhah Yuliatiningtyas²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo , Surabaya

Submitted: Juli, 2022; Reviewed: Agustus, 2022; Published: Agustus 2022

ABSTRACT

Semiotics analysis of the KUMON “Brings Success” advertisement, this study discusses an advertisement and dissects its myths. Kumon Educational Japan Co., Ltd is a learning course organization founded by Toru Kumon in 1958. The Kumon method is learning mathematics and reading comprehension that is applied in the classroom effectively. The hallmark of the KUMON non-formal tutoring institution is that it focuses on only two subjects, namely English and mathematics. The institution believes that these two subjects are the key to success, as indicated by its slogan which reads “Bring Success”. This research will focus on Kumon advertisements because these advertisements contain several messages that are displayed through the signs and myths of success. The method used is the semiotic analysis of Roland Barthes. This study uses the theory of Roland Barthes. Some of the objects that will be examined in this research are the myths of the Kumon slogan “Brings Success” and the meaning of denotation and connotation contained in the advertisement. Barthes states that the signs that are around us are seen from the myths and mythologies that underlie them. The myth of an object will then give rise to a connotative meaning and a denotative meaning. The purpose of this research is to find out the myths contained in KUMON advertisements. The Roland Barthes method is used to dissect markers and markers in the advertisement. By conducting this research, researchers have found several forms of signs in advertisements such as attitudes, texts, symbols, expressions, certain knowledge and professions that have been displayed in these advertisements.

Keywords: *Semiotics, KUMON Advertising, Mythology, Roland Barthes analysis, Denotation and Connotation*

ABSTRAK

Analisis Semiotika iklan KUMON “Brings Success”, penelitian ini membahas tentang sebuah iklan dan membedah mitosnya. Kumon

Educational Japan Co., Ltd adalah organisasi kursus belajar yang didirikan oleh Toru Kumon pada tahun 1958. Metode kumon adalah belajar matematika dan pemahaman bacaanyang diterapkan di kelas-kelas secara efektif. Ciri khas dari Lembaga bimbingan belajar non formal KUMON adalah Lembaga tersebut memfokuskan kepada dua mata pelajaran saja yaitu bahasa Inggris dan matematika. Lembaga tersebut memiliki anggapan bahwa kedua mata pelajaran itu merupakan kunci menuju kesuksesan seperti yang ditunjukkan lewat slogannya yang berbunyi “Bring Success”. Penelitian ini akan befokus pada iklan Kumon karena iklan tersebut mengandung beberapa pesan yang ditampilkan melalui tanda – tanda dan mitos kesuksesan. Metode yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan teori dari Roland Barthes. Beberapa objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mitos dari slogan kumon “Brings Success” dan makna denotasi dan konotasi yang terkandung dalam iklan tersebut. Barthes menyatakan bahwa tanda yang ada di sekitar kita dilihat dari mitos dan mitologi yang mendasarinya. Mitos dari suatu objek tersebut, kemudian akan menimbulkan adanya makna konotasi dan makna denotasi. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui mitos – mitos yang terdapat pada iklan KUMON. Metode Roland Barthes digunakan sebagai pembedah penanda dan petanda yang berada pada iklan tersebut. Dengan melakukan penelitian ini peneliti telah menemukan beberapa bentuk tandadalam iklan seperti sikap, teks, simbol, ekspresi, ilmu pengetahuan tertentu dan profesi – profesi yang telah ditampilkan dalam iklan tersebut.

Kata Kunci: Semiotika, Iklan KUMON, Mitologi, analisis Roland Barthes, Denotasi dan Konotasi

PENDAHULUAN

Iklan sudah menjadi salah satu produk budaya yang sering muncul dengan media cetak maupun media elektronik dan telah menjadi salah satu bagian dari kehidupan manusia. Iklan tidak hanya mengandung sifat informatif namun terkadang juga bersifat persuasif/membujuk. Ketika menonton TV kita pasti akan melihat bermacam - macam tayangan iklan baik iklan masyarakat maupun iklan komersial produk dan jasa. Salah satu contohnya adalah iklan komersial bimbingan belajar, nampaknya iklan dipercaya sebagai salah satu cara untuk media promosi yang sangat efektif dan praktis. Hal ini terlihat dari melimpahnya iklan yang dapat kita saksikan melalui media televisi. Melihat peluang seperti itu, tentu saja banyak perusahaan berlomba lomba agar dapat memasang iklan di media televisi, bermacam – macam produk maupun jasa ditampilkan di televisi.

Penelitian ini akan membahas dan menganalisis salah satu iklan program pendidikan non formal yaitu KUMON. Kumon Educational Japan Co Ltd adalah organisasi kursus belajar yang didirikan oleh Toru Kumon pada tahun 1958. Metode kumon adalah belajar matematika dan pemahaman bacaan yang diterapkan di kelas-kelas secara efektif. Kumon dikembangkan dengan sistem waralaba. Diawali dengan pembukaan kelas di Osaka, Jepang pada tahun 1958, kini metode kumon telah menyebar di 51 negara dengan lebih dari empat juta dua ratus ribu siswa yang sedang belajar dengan metode ini. Ciri khas dari Lembaga bimbingan belajar non formal KUMON adalah Lembaga tersebut memfokuskan kepada dua mata pelajaran saja yaitu bahasa Inggris dan matematika. Lembaga tersebut memiliki anggapan bahwa kedua mata pelajaran itu merupakan kunci menuju kesuksesan seperti yang ditunjukkan lewat slogannya yang berbunyi “Bring Success”.

Penelitian ini akan berfokus pada iklan Kumon karena iklan tersebut mengandung beberapa pesan yang ditampilkan melalui tanda – tanda dan mitos kesuksesan. Beberapa objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mitos dari slogan kumon “Brings Success” dan makna denotasi dan konotasi yang terkandung dalam iklan tersebut. Barthes menyatakan bahwa tanda yang ada di sekitar kita dilihat dari mitos dan mitologi yang mendasarinya. Mitos dari suatu objek tersebut, kemudian akan menimbulkan adanya makna konotasi dan makna denotasi. Peneliti ingin membongkar pesan denotasi, konotasi dan juga mitos kesuksesan yang terdapat pada slogan KUMON “Brings Success” pada iklan tersebut dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes.

Setelah melihat dari latar belakang maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah Apa makna Denotasi, Konotasi, Mitos slogan “Brings Success” yang termuat pada iklan Kumon 2017 ditinjau dari perspektif semiotika Roland Barthes ?

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, di mana

realitas hadir dalam berbagai bentuk konstruksi psikologis berdasarkan pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta bergantung pada pihak yang melakukannya. Paradigma Konstruktivis memandang bahwa realita sosial adalah hasil dari konstruksi social. Tujuan utama pemakaian semiotika Roland Barthes untuk menganalisis media dengan berdasarkan beberapa asumsi bahwa media dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Barthes memiliki tiga tahapan membongkar tanda pada media yang dianalisis yaitu; tahap denotasi, tahap konotasi dan mitos atau ideologi sebagai tahapan akhir yang merefleksikan tanda tersebut melalui sudut pandang kultur tertentu. Teknik analisa data adalah dengan menggunakan semiotika dari Roland Barthes seperti, makna denotasi, makna konotasi dan mitos yang digunakan dengan tujuan untuk memahami makna yang terkandung dalam setiap scene iklan Kumon Tahun 2017 di televisi. Dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan oleh tanda terhadap sebuah objek; sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Sedangkan mitos menurut Roland Barthes adalah keberadaan fisik tanda (denotasi) dan konsep mental (konotasi), menjelaskan beberapa aspek dari sebuah realitas.

DISKUSI

Penelitian ini menganalisis dengan semiotika, oleh karena itu tanda tanda akan menjadi fokus utama untuk dianalisa. Akan tetapi, tidak semua tanda atau objek yang ada akan peneliti analisa dan peneliti hanya akan berfokus pada beberapa penanda kunci walaupun begitu bukan berarti peneliti akan menghiraukan atau menyepelkan objek lain yang bukan penanda kunci. Objek yang bukan penanda kunci tetap dipergunakan sebagai objek penanda yang berpengaruh secara sintagmatik dengan objek lain yang membentuk sebuah pesan. Dengan mengikuti teori dari Tony Thwaites yang mengatakan bahwa terdapat penanda kunci dalam setiap kombinasi penanda atau sebuah penanda penting, oleh karena itulah peneliti memberi perhatian lebih hanya kepadapenanda kunci. Dengan melakukan penelitian ini peneliti telah menemukan beberapa bentuk tanda dalam iklan

seperti sikap, teks, simbol, ekspresi, ilmu pengetahuan tertentu dan profesi – profesi yang telah ditampilkan dalam iklan tersebut. Teks huruf dalam iklan dapat menjadi pemerjelas atas sebuah hal yang sedang diilustrasikan pada iklan tersebut. Teks juga dapat mewakili suatu ekspresi dari objek yang ditampilkan. Selain penanda ekspresi dan penanda teks peneliti juga menemukan pemilihan – pemilihan profesi khusus yang memiliki hubungan dengan mata pelajaran yang diajarkan oleh KUMON.

Iklan KUMON memuat beberapa mitos khususnya mitos kesuksesan. Mitos ini terlihat pada waktu iklan KUMON yang menampilkan profesi – profesitertentu yang memiliki pendapatan tinggi dan bukan hanya sekedar pekerjaan yang biasa – biasa saja. Dengan penggambaran iklan KUMON yang terlalu berlebihan pendidikan akan ilmu pengetahuan ditakutkan maka akan mengeserilmu sosial dan sastra karena orang akan cenderung hanya ingin meraih sesuatu dalam kehidupan tanpa mengerti apa itu dari kehidupan sendiri. Menurut peneliti memang terkadang perihal yang ditampilkan iklan berada di luar relitas akan tetapi hal tersebut bukanlah salah dari produk atau jasa yang dipasarkan melainkan bagaimana cara lembaga tersebut mempromosikannya dan menawarkan kepada khalayak.

IKLAN KUMON 2012 (Source) :

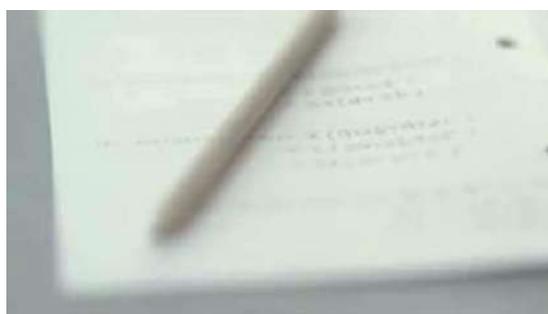
A. Pengenalan Nama Lembaga



Gambar 1

Denotasi	Konotasi
Penanda : Papan Nama Lembaga KUMON, Pintu dengan kondisi terbuka Petanda : Nama Lembaga Suatu Pendidikan	Pengenalan Nama Lembaga dan pendaftaran murid baru

B. Rumus Matematika : Simbol Belajar dan Kecerdasan Seseorang



Gambar 2

Denotasi	Konotasi
Penanda : Pensil, Kertas dan beberapa rumus – rumus Petanda : konsep tentang tempat dan perlengkapan belajar serta apa yang sedang dipelajari	Simbol Kecerdasan dan intelektualitas dari seseorang

C. Murid dan Ruang Kelas



Gambar 3

Denotasi	Konotasi
<p>Penanda : 6 anak sedang duduk dengan posisi yang sama dan melakukan hal yang sama juga. Kalimat Individual Learning</p> <p>Petanda : Konsep tentang ruang kelas dan perilaku murid di kelas</p>	<p>Penanaman ide serta pengarahan orientasi yang secara simbolis ditampilkan lewat kondisi, pose dan sikap yang sedemikian rupa. Sasaran yang ditekankan adalah orang tua sebagai pihak yang memiliki kuasa atas pendidikan anaknya.</p> <p>Segala kondisi yang ditandakan adalah sesuatu yang umumnya dianggap baik</p>

D. Dokter dan Hidup Sejahtera



Gambar 4

Denotasi	Konotasi
<p>Penanda : anak kecil dengan gender perempuan, ekspresi senyum, pakaian jas putih, kalimat “I wanna be a doctor”, logo stetoskop di atas kalimat</p> <p>Petanda : Seorang anak yang memiliki tujuan untuk menjadi dokter</p>	<p>Dokter diibaratkan profesi yang berwibawa, pekerjaan yang terpendangdan juga bisa membawa kesejahteraan (pendapatan tinggi). Konotasi dalam hal ini adalah tentang ekonomi atau taraf hidup</p>

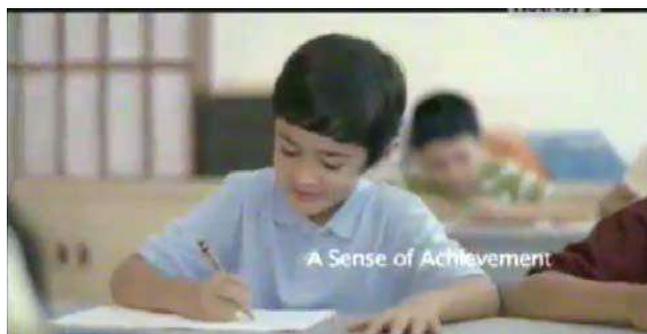
E. Pembimbing Ideal adalah Perempuan



Gambar 5

Denotasi	Konotasi
<p>Penanda : 4 murid, 2 murid laki laki dikaburkan dan 2 murid perempuan yang diperjelas, pengajar dengan gender perempuan dengan pose memperhatikan</p> <p>Petanda : pengajar perempuan yang sedang mengawasi para murid yang sedang mengerjakan soal</p>	<p>Guru ditampilkan dengan gender perempuan karena dinggap bahwa perempuan memiliki sifat yang lembut, kesabaran tinggi dan ketelatenan ketika mengajari mata pelajaran yang rumit seperti matematika</p>

F. Perasaan Untuk Berprestasi



Gambar 6

Denotasi	Konotasi
<p>Penanda : siswa laki – laki dengan ekspresi tersenyum dan sedang mengerjakan soal. Kalimat “A Sense of Achievement”</p> <p>Petanda : penggambaran anak yang sedang belajar dengan senang</p>	<p>Pandangan umum tentang sikap dan sifat anak ketika belajar. Dikarenakan pada umumnya anak belajar tidak terlalu senang seperti yang digambarkan dalam iklan. Lembaga KUMON memberi jaminan untuk menghilangkan rasa bosan, malas, dan pusing ketika belajar.</p>

G. Penggambaran Pilot



Gambar 7

Denotasi	Konotasi
Penanda : anak laki laki dengan ekspresi tersenyum, seragam putih lengkap beserta dasi dan topi pilot, kalimat “I wanna be a pilot” dengan simbol pesawat Petanda : seorang anak laki – laki yang bercita cita untuk menjadi pilot	Keinginan atau cita – cita yang sedang mempresentasikan tentang kesuksesan dan kemapanan dalam kehidupan sosial.

H. Bahasa Inggris dan Perkembangan jaman



Gambar 8

Denotasi	Konotasi
Penanda : sebuah soal bahasa Inggris yang bertuliskan dari dog (anjing) dan duck (bebek)	Perkembangan globalisasi dengan maksud menjelaskan pentingnya belajar bahasa Inggris

I. Rasa Kepercayaan Diri



Gambar 9

Denotasi	Konotasi
Penanda : murid laki – laki dengan pandangan ke bawah, ekspresi tersenyum, kalimat “confidence” Petanda : murid laki – laki yang sedang percaya diri dalam mengerjakan soal dihadapannya	KUMON berusaha menciptakan rasa percaya diri yang tinggi dan memiliki antusiasme ketika belajar pelajaran yang dianggap “momok” oleh beberapa anak – anak.

J. Ilmuwan



Gambar 10

Denotasi	Konotasi
Penanda : anak laki laki yang sedang memakai pakaian seperti jas putih dengan safety glasses diatas kepalanya, kalimat “I wanna be a scientist” Petanda : seorang anak laki – laki yang mempunyai cita – cita untuk menjadi seorang ilmuwan	Profesi yang ditampilkan merupakan sebuah cita – cita yang diinginkan oleh beberapa anak – anak dan KUMON kembali lagi menunjukan profesi itu dapat diraih jika belajar di lembaga tersebut.

K. “Kejarlah Impianmu”



Gambar 11



Gambar 12



Gambar 13

Denotasi	Konotasi
<p>Penanda : ruangan terbuka dengan pintu yang sedang terbuka, ketiga anak sedang berlari keluar dengan perasaan senang, pakaian profesi dari masing - masing anak (pilot, ilmuwan, dokter) Petanda : ketiga anak yang sedang keluar dari sebuah ruangan dengan perasaan senang</p>	<p>Anak – anak akan dibantu oleh KUMON dalam mengejar cita – citanya jika telah selesai belajar di KUMON.</p>

L. Perwujudan masa depan cerah



Gambar 14



Gambar 15



Gambar 16

Denotasi	Konotasi
Penanda : (S14) anak laki – laki dengan pakaian pilot, pose membentangkan tangan dan menuju ke matahari Petanda (S14) anak yang sedang berlari menuju matahari	(S14) anak laki – laki berpura – pura mengendarai pesawat dan sedang menuju ke matahari atau dengan kata lain menuju masa depan yang cerah
Penanda (S15) gelas ukur , matahari dan langit Petanda (S15) : seorang anak yang sedang mengarahkan gelas ukur ke arah matahari	Ilmuwan merupakan masa depan yang cerah karena mempelajari banyak hal dasar dari ilmu alam
Petanda : (S16) anak perempuan, pakaian dokter dan sebuah ayunan Petanda : anak perempuan yang sedang bermain ayunan dengan menatap ke depan	Profesi dokter yang memberikan kenyamanan digambarkan dengan ayunan yang juga bisa memberikan kenyamanan

j. Slogan Brings Success



Gambar 17

Denotasi	Konotasi
Penanda : langit cerah, sebuah pohon, kalimat “Brings Success” Petanda : sebuah ungkapan yang membawa kepada kesuksesan.	KUMON memberi gambaran bahwa dapat membawa seseorang menuju kesuksesan.

KESIMPULAN

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui mitos – mitos yang terdapat pada iklan KUMON. Metode Roland Barthes digunakan sebagai pembedah penanda dan petanda yang berada pada iklan tersebut. Dengan

melakukan penelitian ini peneliti telah menemukan beberapa bentuk tanda dalam iklan seperti sikap, teks, simbol, ekspresi, ilmu pengetahuan tertentu dan profesi – profesi yang telah ditampilkan dalam iklan tersebut. Teks huruf dalam iklan dapat menjadi pemerjelas atas sebuah hal yang sedang diilustrasikan pada iklan tersebut. Teks juga dapat mewakili suatu ekspresi dari objek yang ditampilkan. Selain penanda ekspresi dan penanda teks peneliti juga menemukan pemilihan – pemilihan profesi khusus yang memiliki hubungan dengan mata pelajaran yang diajarkan oleh KUMON. Sikap atau perilaku yang baik juga digunakan oleh lembaga tersebut sebagai untuk menciptakan kesan tertentu. Sikap yang telah ditampilkan seperti postur tubuh waktu menulis dan kondisi ruang kelas yang kondusif menjadi nilai lebih dalam menarik perhatian dari khalayak. Sasaran utama dari KUMON adalah orang tua, dikarenakan orang tua selalu ingin mendapatkan kualitas pendidikan yang terbaik untuk anaknya. Profesi – profesi yang ditampilkan pada iklan KUMON merupakan profesi yang luar biasa dan membutuhkan usaha yang ekstra demi mendapatkannya. Akan tetapi KUMON mengatakan bahwa profesi seperti itu akan mudah dicapai dengan belajar di lembaga tersebut. Nampaknya kecerdasan menjadi mitos dari iklan KUMON selain mitos kesuksesan. Hal ini ditunjukkan dengan kemahiran siswa didiknya ketika menyelesaikan soal – soal rumit yang belum tentu sudah diajarkan di sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

_____. 2009. *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

_____. 2012. *Elemen-elemen Semiologi*. Yogyakarta: IRCiSoD

Bungin, B. (2015). Analisis Data Penelitian Kualitatif.

Jakarta: Rajawali Pers. Sobur, Alex. 2009. *Semiotika*

Komunikasi. Bandung: Rosdakarya\

Jurnal dan artikel internet

Tri Mariyanto. 2017. Mitos Sukses dalam Iklan Pendidikan Non Formal (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Iklan KUMON Bring Success). Diakses dari <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/article/view/1252> pada 30 Desember 2021

Raras Rininta. 2017. Representasi Persepsi Perempuan Dalam Iklan Komersial Produk Pria (Analisis Semiotik Pada Iklan Old Spice Isaisah Mustafa : The Man Your Man Could Smell Like). Diakses dari <https://eprints.umm.ac.id/37039/> pada 30 Desember 2021

Jurnal Komunikasi ISSN 2085-1979, EISSN 2528 2727 Vol. 9, No. 1, Juli 2017. Representasi

Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond's Men #Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland

SEMIOTIKA PADA IKLAN BERTEMA HARI IBU. Diakses dari

<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/2253> pada 30 Desember 2021

Yeyen Nurimba. 2020. PESAN MORAL DALAM IKLAN TELEVISI Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Rokok Apache Versi Hidup Gue Cara Gue. Diakses dari https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/10866-Full_Text.pdf pada 30 Desember 2021

<https://text-id.123dok.com/document/wq2k1x7eq-semiologi-dalam-film-telaah-pustaka.html>. Diakses pada 10 Januari 2022

<http://blog.ub.ac.id/kuhakustudio80/2020/02/> Diakses pada 10 Januari 2022

<https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/11>. Diakses pada 10 Januari 2022

<https://123dok.com/document/nq7513rz-analisis-semiotik-terhadap-iklan-bendera-edisi->

<ramadhani-televisi.html>. Diakses pada 10 Januari 2022

<http://eprints.ums.ac.id/78503/>. Diakses pada 11 Januari 2022

<http://docplayer.info/43576858-Bab-ii-tinjauan-pustaka.html>. Diakses pada 13 Januari 2022

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-iklan/>. Diakses pada 15 Januari 2022

[The Kumon Programs | The Kumon Method and Its Strengths | ABOUT KUMON | Kumon Institute of Education](#)". www.kumongroup.com (dalam bahasa Inggris). Diakses pada 3 Januari 2022

Video Iklan

https://www.youtube.com/watch?v=fsd7BIYSho0&ab_channel=dekyleo

https://www.youtube.com/watch?v=JiV1C4ZIUbE&ab_channel=IklanTVIndonesia

