

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “PERSAINGAN IKLAN MINUMAN BERENERGI DI TELEVISI (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Kuku Bima dan E-Juss)” Tujuan dari penelitian ini adalah mencari gambaran persaingan dan makna tanda yang ada dalam kedua iklan televisi tersebut. Dalam kedua iklan tersebut muncul kode-kode komunikasi yang membentuk suatu tanda yang dapat dimaknai secara denotative dan konotatif.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika dengan perangkat analisis semiologi Roland Barthes yaitu signifikasi dua tahap (*two order signification*); denotasi dan konotasi. Dari peta Roland barthes terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Penanda merupakan tanda yang kita persepsi (objek fisik) yang dapat ditunjukkan dengan warna atau rangkaian gambar yang ada dalam iklan televisi yang sedang diteliti yaitu iklan Kuku Bima versi “Ener-G! Rasa Rosa” dan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”. Pada saat yang bersamaan, makna denotatif yang didapatkan dari penanda dan petanda adalah juga petanda konotatif yaitu makna tersirat yang memunculkan nilai-nilai dari penanda dan petanda. Sementara itu penanda konotatif menurut barthes adalah mitos atau operasi idiologi yang berada dibalik sebuah penanda.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa iklan minuma berenergi Kuku Bima merupakan versi saingan dari iklan minuman berenergi E-Juss, yang intinya adalah ingin menyatakan bahwa minuman E-Juss lebih berenergi dari minuman berenergi Kuku Bima. Gambaran persaingan yang terjadi dalam iklan Kuku Bima dan E-Juss terlihat dari tanda-tanda yang ditunjukkan, yaitu melalui kalimat, subjek yang mirip, dan bahasa tubuh (*gesture*). Kalimat yang dimaksud adalah kata-kata “bukan rasa rosa” yang diucapkan yang kalimatnya disambung dengan “Energi ginseng anggur bukan rasa rosa” yang merupakan sidiran kepada Kuku Bima yang mempunyai slogan “Energi rasa rosa” yang artinya yang artinya minuman berenergi tidak cukup hanya memiliki rasa rosa tetapi E-Juss memberika energi ginseng anggur yang nyata. Subjek yang mirip adalah kelima orang dewasa yang penampilannya sangat mirip degan kelima model iklan Kuku Bima yaitu Ade Rai, Donny Kusuma, Rieke Diah Pitaloka, Vega Darwanti dan Denada Tambunan, yang memastikan bahwa minuman berenergi E-Juss di iklan ini ingin menyaingi minuman berenergi Kuku Bima yang dibintangi oleh Ade Rai, Donny Kusuma, Rieke Diah Pitaloka, Vega Darwanti dan Denada Tambunan. Bahasa tubuh (*gesture*) yang dimaksud adalah ekspresi wajah dan gerakan tangan Sule ketika berdialog dengan kelima model mirip dengan Ade Rai, Donny Kusuma, Rieke Diah Pitaloka, Vega Darwanti dan Denada Tambunan yang terkesan merendahkan mereka karena minum Kuku Bima.