

**ANALISIS SEMIOTIKA ROLLAND BARTHES :
POSTER IKLAN MCDONALD'S EDISI HARI AYAH**

Diva Irmaliya Indra¹⁾, Nabila Kusuma Wardani²⁾, Aditya Rahman Yani³⁾

^{1,2,3)}Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Email: 22052010063@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada poster iklan McDonald's edisi Hari Ayah pada tahun 2021, McDonald's merupakan restoran makanan cepat saji yang sudah banyak dikenal oleh khalayak. Dalam sebuah poster yang dipublikasikan, terdapat bahasa visual yang mengandung makna pada setiap unsur-unsur grafisnya. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna yang terkandung dalam poster iklan McDonald's edisi Hari Ayah. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian menggunakan metode deskriptif untuk menjelaskan hasil penelitian dan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data. Kemudian guna mengetahui makna yang terkandung dalam poster, peneliti menggunakan analisis semiotika Rolland Barthes yang berfokus pada makna Konotasi, denotasi, dan mitos. Hasil yang didapatkan adalah poster McDonald's edisi Hari Ayah memiliki makna perayaan Hari Ayah melalui gambar Burger Buns yang merepresentasikan sosok seorang ayah. Teks bertuliskan “Happy Father's Day” yang bermakna McDonald's turut serta dalam merayakan momen Hari Ayah. Selain itu, Logo M berwarna kuning menjadi wajah dari brand McDonald's dan background dengan warna merah mewakili cara utama penyajian produk milik McDonald's.

Kata Kunci : Poster Hari Ayah, Iklan, Semiotika, McDonald's

ABSTRACT

This research is based on the McDonald's poster advertising the Father's Day edition in 2021, McDonald's is a fast-food restaurant that is widely known by the public. In a published poster, there is a visual language that contains meaning in each of its graphic elements. Therefore, this study aims to find out the meaning contained in McDonald's Father's Day edition of McDonald's advertising posters. This type of research is qualitative descriptive research. The study used a descriptive method to explain research results and a qualitative approach to collect data. Then in order to find out the meaning contained in the poster, the researcher uses Rolland Barthes' semiotic analysis which focuses on the meaning of connotation, denotation, and myth. The result that my father got was the McDonald's Day edition poster which had the meaning of celebrating Father's Day through the Burger Buns which represented the figure of a father. The ad text "Happy Father's Day" which means McDonald's participates in celebrating Father's Day moments. In addition, the yellow M logo is the face of the McDonald's brand and the red background represents the main way of presenting McDonald's own products.

Keywords : *Poster Father's Day, Ads, Semiotics, McDonald's*

PENDAHULUAN

Pesatnya kegiatan perekonomian di era sekarang menyebabkan banyak munculnya produk baru. Hal ini menjadikan banyaknya opsi bagi konsumen dalam memilih suatu produk melalui berbagai media dan membuat masyarakat tertarik untuk mencoba produk tersebut. Ketertarikan masyarakat tentu tidak lepas dari usaha sebagai produsen dalam bersaing untuk memasarkan produk mereka. Dalam hal tersebut, tentu diperlukan sebuah media sebagai sarana yang dapat membantu menyampaikan informasi yang efektif dan efisien.

Saat ini sudah ada berbagai media yang sering dijumpai, salah satunya yaitu media iklan poster yang telah oleh berbagai perusahaan dan industri. Iklan merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mempromosikan atau mengenalkan dan menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat. Definisi iklan menurut Kriyantono (2006), menyatakan bahwa iklan merupakan bentuk komunikasi non-personal yang menjual pesan-pesan secara persuasif dari sponsor yang jelas guna untuk mempengaruhi orang agar membeli produk dengan membayar media yang digunakan. Biasanya iklan dilengkapi dengan logo atau gambar tertentu yang memiliki makna dan tujuan yang ingin disampaikan pada orang yang melihatnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun media yang sering digunakan dalam beriklan salah satunya yaitu melalui poster. Poster adalah media pemberitahuan suatu gagasan, ide, ataupun hal penting kepada masyarakat luas. Poster merupakan media yang menarik dan mudah dipahami maksud dan tujuannya karena terdapat gambar yang disertai oleh kata-kata yang mendukung dan bermakna. Melalui gambar kita dapat menafsirkan makna yang terdapat dalam poster dengan mudah. Poster juga telah mendapatkan minat besar sebagai media komunikasi visual dan verbal, serta berperan baik juga efisien dalam menanamkan atau mengingatkan kembali suatu ide gagasan penting kepada khalayak.

McDonald's merupakan restoran makanan cepat saji yang telah berdiri sejak tahun 1955 di California, Amerika Serikat. McDonald's menyajikan burger, kentang goreng, dan berbagai makanan dan minuman yang disajikan dan disesuaikan di setiap negara. Menurut data yang tercatat pada All Top Everything (2022), McDonald's menduduki peringkat pertama dalam memiliki jaringan restoran cepat saji terbesar di dunia. Terdapat 38.700 cabang gerai McDonald's tersebar di seluruh dunia. Kesuksesan McDonald's saat ini tentu tak lepas dari usahanya dalam inovasi produk dan citra yang mereka ciptakan di kalangan masyarakat. McDonald's sukses mempromosikan produk melalui berbagai media yang pada akhirnya mampu menarik minat masyarakat.

McDonald's dikenal unik dan inovatif dalam mengiklankan produk mereka, termasuk membuat poster-poster dengan kalimat singkat dan gambar unik yang mewakili jenis produk yang mereka tawarkan. Pada 20 Juni 2021 di akun twitter @MadOMarketing mengunggah sebuah poster McDonald's edisi *Father's Day*. Dalam poster tersebut, McDonald's merayakan Hari Ayah dengan cara yang unik. Poster Hari Ayah biasa menampilkan ucapan dan sosok figur seorang ayah, namun McDonald's membuat poster Hari Ayah tersebut dengan menampilkan sosok ayah melalui produk burger dari McDonald's.

Suatu keluarga tentunya tidak lepas dari sosok pentingnya seorang ayah. Bagi seorang anak, ayah adalah seorang *role model* yang dapat membentuk karakternya saat dirinya tumbuh dewasa. Namun masyarakat kurang mengapresiasi peran dari sosok ayah. Sering kali dibahas pada buku, puisi, lagu, film dan sebagainya yang hanya berfokus pada hubungan seorang ibu dan anak. Hal ini telah dibuktikan dengan perayaan Hari Ibu internasional yang lebih dulu ada daripada Hari Ayah. Semua orang merayakan hari ibu dengan berbondong-bondong memberikan perayaan untuk menyenangkan hati seorang ibu. Hari Ibu di Indonesia lebih dulu ada pada tanggal 22 Desember 1959 oleh Kongres Perempuan Indonesia, sedangkan Hari Ayah baru diresmikan pada 12 November 2006.

Perayaan Hari Ayah Internasional ditetapkan pada minggu ke-3 di bulan Juni, berawal dari kisah seorang gadis, Sonora Louise Smart Dodd, yang melakukan kampanye selama 62 tahun untuk menghormati jasa seorang ayahnya. Ia merasa tidak adil jika semua orang sangat antusias dalam merayakan hari ibu dan melupakan sosok seorang ayah. Sonora hidup bersama ayahnya karena ibunya telah tiada (Siat et al., 2013). Hal ini telah dimanfaatkan oleh McDonald's untuk membuat poster Hari Ayah secara unik. Sehingga penulis tertarik untuk mengkaji poster McDonald's edisi *Father's Day* tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan makna yang terkandung dalam poster iklan McDonald's *Father's Day* dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dalam mengkaji mengenai tanda dan segala sesuatu yang *berhubungan* dengan unsur visual pada poster McDonald's. Adapun penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritisnya adalah menambah wawasan terutama untuk mahasiswa program studi

Desain Komunikasi Visual. Sedangkan manfaat praktisnya yaitu dapat digunakan sebagai sumber bacaan yang kredibel.

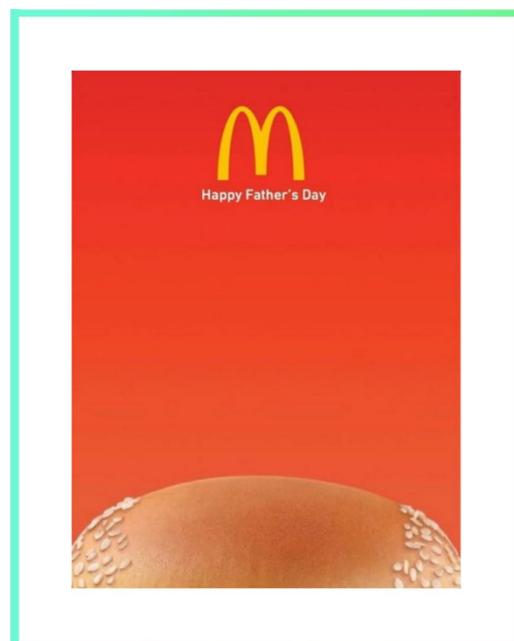
PEMBAHASAN

Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah dengan pendekatan secara kualitatif analisis deskriptif. Menurut Saryono (2010) pendekatan secara kualitatif adalah penelitian yang dipakai untuk merunut, mendeteksi, memberi gambaran, dan menerangkan kualitas maupun kelebihan dari efek sosial yang tidak bisa terjelaskan, diukur, ataupun diberi gambaran melalui pendekatan kuantitatif. Adapun deskriptif merupakan pencarian fakta dengan pemaknaan yang tepat. Sumber data yang akan diperoleh akan didapat dari seluruh objek dan unsur visual yang ada pada poster. Seperti yang dikutip dari Sugiyono (2014), metode analisis deskriptif merupakan bahan yang dipakai dalam analisis data melalui cara dengan memberi deskripsi maupun gambaran data yang terkumpul secara apa adanya tanpa memiliki maksud untuk menggeneralisasi.

Selain pendekatan secara kualitatif analisis deskriptif, penulis juga menggunakan metode pendekatan semiotika menurut Roland Barthes, yang memiliki fokus pemaknaan dari denotasi, konotasi, dan juga mitos. Semiotika adalah ilmu yang membahas tentang tanda. Tokoh yang terkenal dalam sejarah perkembangan teori semiotika antara lain Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, dan Roland Barthes (Pradoko, 2015). Dalam Semiotika Barthes, makna dibentuk oleh sebuah denotasi dan konotasi. Denotasi diartikan sebagai makna pada tingkat pertama yang merupakan paling sederhana dari sebuah gambar, sedangkan konotasi merupakan tingkatan kedua yang memunculkan makna secara tidak pasti dan bahkan dimetaforakan yang banyak disangkut pautkan dengan psikologis, perasaan, dan keyakinan. Dalam kerangka sistem semiotika Roland Barthes, terdapat pula mitos yang disebut juga sebagai sistem pemaknaan kedua yang berfungsi untuk mengutarakan pesan. Mitos merupakan hasil dari wicara bukan hasil dari bahasa. Sedangkan mitos dalam semiotika adalah suatu proses pemaknaan yang tidak spesifik atau mendalam. Mitos muncul lewat suatu anggapan berdasarkan observasi kasar.

Analisis



Gambar 1. Poster Iklan McDonald's Edisi Hari Ayah
Sumber: Twitter (MadOMarketing), 2021

Hasil penelitian ini dipaparkan berdasarkan hasil pengkajian yang telah diperoleh dari proses analisis tanda-tanda dan segala unsur visual yang terdapat pada poster McDonald's edisi *Father's Day*. Untuk mengkaji pemaknaan dari poster McDonald's edisi *Father's Day*, maka dari itu unsur visual yang terkandung pada poster tersebut dianalisis dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes yang berfokus pada makna denotasi, konotasi, serta mitos sebagai berikut:

Gambar 2



Denotasi	Gambar 2 menunjukkan sebuah burger buns atau roti burger dengan taburan wijen yang tidak merata atau hanya ada di bagian samping saja.
Konotasi	Adanya visual roti burger menunjukkan bahwa burger merupakan salah satu menu andalan dari produk McDonald's. Taburan wijen yang hanya terdapat pada bagian samping saja menginterpretasikan visual kepala seorang ayah dengan usia diatas 30 tahun yang identic dengan kepala botak pada bagian tengah meskipun tidak semua ayah sedemikian. Pada umumnya penipisan rambut seringkali terjadi pada usia 40-49 tahun.
Mitos	Kebanyakan orang menganggap bahwa sosok ayah sebagai tulang punggung dan kepala keluarga adalah sosok yang berusaha mengerahkan seluruh tenaga, waktu, dan pikiran sekaligus sebagai motor ekonomi keluarganya. Hal tersebut kemudian dikaitkan dengan Kesehatan fisik dan mental seorang ayah. Dengan banyak pikiran, beban, dan tanggung jawab dalam diri seorang ayah, penipisan rambut atau botak pada kepala ayah kerap terjadi seiring menua usia seorang ayah.

Gambar 3



Denotasi	Gambar 3 menunjukkan sebuah tulisan bertuliskan "Happy Fathers Day" dengan warna putih
Konotasi	Teks " <i>Happy Father's Day</i> " menjadi simbol perayaan Hari Ayah di setiap tahunnya. Teks ini bermakna sebuah perayaan atau penghargaan untuk seorang ayah yang telah menjadi figur penting bersama dengan sosok ibu. Selain mendukung keselarasan dan kontras antara background merah dengan tulisan, warna putih menambahkan kesan ketulusan McDonald's dalam memberikan ucapan sebagai
Mitos	Pada mulanya, Ayah dianggap tidak memiliki nilai sentimental selayaknya seorang ibu kepada anak sehingga pada saat itu, belum ada perayaan untuk Hari Ayah. Hingga ada sosok pencetus yang menyuarakan gagasan tersebut. Pada umumnya, sebuah perayaan termasuk Hari Ayah dilakukan dengan memberikan sebuah ucapan cinta. Konsep perayaan ini memang tidak diadopsi oleh semua negara, namun McDonald's sebagai salah satu restaurant terbesar di dunia tetap memberikan supportnya melalui poster iklan yang unik dan menarik.

Gambar 4



Denotasi	Gambar 4 menyajikan sebuah logo "M" berwarna kuning atau emas.
Konotasi	Logo "M" berwarna kuning merupakan logo <i>McDonald's</i> . Hal tersebut menunjukkan bahwa <i>McDonald's</i> turut serta dalam perayaan Hari Ayah. Sedangkan warna kuning merupakan warna khas dari brand <i>McDonald's</i> sendiri.
Mitos	Setiap orang mampu menginterpretasikan suatu simbol yang berbeda-beda tergantung pengalaman dari orang tersebut. Logo <i>McDonald's</i> dianggap mempunyai mitos yang paling kuat karena selalu terdapat dalam tiap iklan. <i>Golden Arches</i> atau lengkungan emas ini dibuat agar memiliki kesan futuristic. Namun seiring berjalannya waktu, logo ini diartikan sebagai kapitalisme global yang agresif, konsumerisme yang berlebihan, dan imperialisme budaya di Amerika yang menyatu dengan gaya hidup.

Gambar 5



Denotasi	Gambar 5 menggambarkan sebuah background <i>campaign</i> dengan warna merah yang merupakan warna identik Brand dari perusahaan makanan cepat saji <i>McDonald's</i> .
Konotasi	Warna merah erat mewakili warna makanan yang digoreng, yang merupakan cara pengolahan utama dari Produk <i>McDonald's</i> .
Mitos	Warna merah yang kontras dengan logo "M" berwarna kuning kerap terlihat jelas saat jalanan dipenuhi oleh papan reklame. Selain kegunaan estetika semata, warna merah yang banyak dipilih sebagai warna ikonik pada restoran cepat saji juga memiliki alasan ilmiah. Arti warna merah dapat dikaitkan dengan energi, gairah, tindakan, bahaya, rasa cinta dan kegembiraan. Dalam psikologi warna, merah adalah warna paling intens dan mencolok. Dengan demikian mampu memancing emosi yang paling kuat. Warna merah juga cenderung membangkitkan selera makan. Hal tersebut juga menjadi alasan mengapa banyak brand makanan cepat saji menggunakannya.

KESIMPULAN

Poster menampilkan gambar dan kata-kata yang memiliki suatu makna. Adanya analisis semiotika dapat mengetahui makna yang terkandung dalam poster secara jelas. Berdasarkan pembahasan hasil pengkajian poster *McDonald's* edisi Hari Ayah yang dianalisis menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes dapat disimpulkan bahwa poster iklan ini menginterpretasikan Hari Ayah melalui ikon dan simbol. Adanya visual roti burger yang merupakan salah satu menu *McDonald's* dengan taburan wijen hanya di bagian samping menginterpretasikan figur ayah. Teks "Happy Father's Day" menjadi simbol perayaan Hari Ayah kepada sosok ayah yang telah menjadi figur penting bersama dengan ibu. Logo "M" berwarna kuning yang merupakan logo dari *McDonald's* yang menunjukkan bahwa *McDonald's* turut serta dalam perayaan Hari Ayah. Sedangkan warna merah pada background memiliki arti energi, gairah, tindakan, bahaya, rasa cinta dan kegembiraan yang diharapkan mampu membangkitkan selera makan. Dengan dibuatnya poster ini, konsumen diharapkan tertarik untuk membeli dan merayakan momen spesial Hari Ayah tahunan di *McDonald's* bersama keluarga.

REFERENSI

- Aditya, Muhammad dkk. 2023. *Analisis Semiotika Peirce : Poster Iklan McDonald's Edisi Hari Ayah*. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
(<http://journal2.uad.ac.id/index.php/mimesis/article/view/7155/3379>) diakses pada 10 Mei 2023
- Combs, Sydney. 2020, Juni 19. *Enjoy Father's Day? Thank the woman who spent 62 years campaigning for it*. National Geographic.
(<https://www.nationalgeographic.com/culture/article/fathers-day-campaign-daughter-create-holiday>) diakses pada 12 Mei 2023
- Erica, Delia Santoso dan Novia Larasati. 2019. *Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, Vol. 13, no. 1, halaman 28-36. Malang: Universitas Ma Chung.
(<http://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>) diakses pada 13 Mei 2023
- Febhimaesuri, N., & Pratama, D. R. 2021. *Analisis Semiotika Komunikasi Visual pada Poster Iklan "Teh Pucuk Harum." Visual Heritage*. Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya, Vol. 3, no. 2, halaman 156-160.
(<https://jim.unindra.ac.id/index.php/vhdkv/article/view/987/pdf>) diakses pada 13 Mei 2023
- Glancey Jonathan. 2017. *The strange story of the world's most famous logo*. BBC
(<https://www.bbc.com/culture/article/20160830-mcdonalds-golden-arches-the-strange-story-of-an-icon>) diakses pada 15 Mei 2023
- Nur, Regita S. dkk. 2021. *Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Burger King Versi "Pesanlah dari McDonald's"*. Journal of Scientific Communication, Vol. 3, no. 2, halaman 120-131. Jakarta: Universitas Esa Unggul
(https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsc/article/view/12440/pdf_19) diakses pada 13 Mei 2023
- Rusminiati. 2011. *Refleksi Peringatan Hari Ibu di Indonesia Dilihat dari Tonggak Sejarah Indonesia*. Malang; Universitas Negeri Malang
(<http://komunikasi.um.ac.id/2011/04/refleksi-peringatan-hari-ibu-di-indonesia-dilihat-dari-tonggak-sejarah-indonesia/>) diakses pada 13 Mei 2023
- Wahyudi, Wiwid. 2021. *Psikologi Warna Brand*. Semarang: Universitas Sains dan Teknologi Komputer (<https://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/PSIKOLOGI-WARNA-BRAND/1c90b882d4ac9c7d95d597bd8b37e3bfa36acc00>) diakses pada 15 Mei 2023