

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin majunya perkembangan teknologi dapat memberikan peluang bagi pengiklan untuk membuat iklan yang menarik dalam memuaskan kebutuhan konsumen akan produk dan jasa. Iklan merupakan bagian dari serangkaian kegiatan dalam mempromosikan produk yang menekankan unsur citra. Iklan memiliki keuntungan dapat menarik konsumen secara luas, selain itu citra dan pesan yang disampaikan sesuai dengan kehidupan sehari-hari lebih akrab dengan kehidupan manusia dan pesan dapat cepat untuk diterima. (Efendi 2016:1).

Periklanan digunakan untuk menginformasikan produk dan jasa yang baru rilis maupun produk dan jasa yang sudah ada kemudian diiklankan untuk meningkatkan daya tarik pembelian masyarakat terhadap iklan yang ditayangkan, sehingga sangat efektif dalam menjangkau konsumen. Periklanan meledak pesat ketika televisi swasta muncul, dengan adanya televisi swasta banyak acara hiburan yang lebih beragam seperti berita, hiburan, olahraga, kesenian, dan berbagai ragam acara lainnya. Ketika kita menonton tayangan televisi banyak iklan yang mengiklankan produk serta jasa. Televisi sangat efektif dalam menarik simpati konsumen karena menggabungkan audio dan visual yang tidak dimiliki oleh media yang lainnya, seperti majalah, koran, baliho, radio dan sebagainya (Dara 2019:1). Namun saat ini bukan hanya televisi saja yang dapat mengiklankan produk maupun jasa namun seperti media social dapat pula mengiklankan iklan seperti *Youtube, Instagram, Twitter, Tik Tok* serta *Facebook*.

Saat ini banyak *agency* dan produsen berlomba-lomba membuat iklan yang menarik dan kreatif agar masyarakat melirik, mudah untuk mengingatnya kemudian mengadakan transaksi pembelian terhadap barang yang ditawarkan. Iklan yang menurut peneliti menarik serta berbeda yaitu Iklan *Implora Cosmetics Lip Cream Matte Approved By Me* versi Aurelie Moeremans. Iklan ini menurut peneliti berbeda dengan iklan lainnya dikarenakan *campaign Approved By Me* yang dapat diartikan penerimaan oleh saya. Tim Kreatif Bujuk Rayu mengatakan ingin sesuatu yang berbeda dari brand ini agar lebih *stand out* dan keluarlah *Approved By Me. Approval* ini ditujukan untuk diri sendiri bukan dari orang lain sebagai contoh mau produk itu cocok atau tidak dengan diri kita sendiri, jika menurut anda bagus maka pilihlah dan juga terdapat *women empowerment* yaitu untuk tidak peduli terhadap apa perkataan orang dan opini orang lain terhadap apa yang kita kenakan mau cocok atau tidak terhadap diri sendiri.

Implora sendiri memulai brand nya dari bidang parfum kemudian mulai memproduksi kosmetik bibir di tahun 2017. Produk yang pertama dijual yaitu

Urban Lip Matte yang dijual eksklusif di Bulan Jawa dan Bali. Produk ini bisa di dapatkan di *E-commerce*. Menurut tim *Internal Kompas* di bulan Juni 2021 didapat data kurang lebih 35.000 transaksi yang berlangsung di *official store* shopee Implora. Brand asal Indonesia ini berhasil mendapat *sales revenue* atau total penjualan sebesar Rp 844,03 juta dan menduduki peringkat 5 kosmetik bibir terlaris. (<https://kompas.co.id/article/penjualan-kosmetik-bibir/>). Kemudian maksud dibuatnya iklan ini untuk meningkatkan *brand awarness* serta *gain trial* di banyaknya pilihan kosmetik yang ada dan Implora ingin menjadi salah satu pilihan di banyaknya pilihan tersebut menurut yang dikatakan oleh Tim Kreatif Bujuk Rayu.

Kemudian sang artis yaitu Aurelie Moeremans dapat dikatakan sebagai *celebrity endorser* dikarenakan mempresentasikan produk tersebut. Sebagai *celebrity endorser* maka perlu merepresentasikan kesan baik kepada publik serta dapat menjaga posisinya sebagai pelanggan di dalam iklan tersebut. Seorang *celebrity endorser* biasanya meliputi pemain film layar lebar maupun pemain sinetron, olahragawan, penyanyi dan orang-orang yang memiliki pengaruh yang kuat. (Gunawan 2015:1). Tim Kreatif Bujuk Rayu mengatakan dipilihnya Aurelie sebagai *celebrity endorser* dikarenakan *attitude* dan karakter yang berbeda dari wanita-wanita pada umumnya yang *easy going* terlihat dari sosial media nya, percaya diri, apa adanya dan berbagai karakter positif lainnya yang menjadi point penting.

Namun pada saat ini juga terdapat suatu fenomena yang terjadi kepada wanita yaitu banyak wanita yang menganggap bahwa dirinya tidak sesuai dengan “standar kecantikan” serta menganggap tidak nyaman atas pribadinya. Rasa tidak nyaman ini diketahui sebagai *insecurity*. Mereka menganggap bahwa sosoknya harus menjadi sempurna sesuai dengan standar yang ada. (Gunawan 2021:1683). Dan menurut peneliti, Implora juga menggaungkan kesan percaya diri kepada wanita-wanita yang ada di Indonesia.

Implora Lip Cream Matte #ApprovedByMe versi Aurelie Moeremans ini juga terdapat makna tersirat yang ingin disampaikan oleh sang pengiklan kepada pendengar. Dapat dilihat di scene ketujuh yang menampilkan karakter wanita yang menari, wanita yang berpenampilan dramatis dan wanita yang feminim yang menunjukkan wanita mempunyai karakter yang unik dan beragam tiap individunya serta menampilkan warna-warna background yang gelap seperti warna hitam dan biru yang disimbolkan sebagai makna kekuatan, ketegasan dan keanggunan yang dipancarkan oleh wanita-wanita tersebut yang berasal dari raut wajah dan gestur tubuh yang ditampilkan. Kemudian iklan yang ditampilkan tersebut menyuarakan kepercayaan diri sebagai seorang wanita untuk berkereasi sesuai dengan yang dia mau serta keluar dari zona nyaman dan dapat menerima diri apa adanya. Dan oleh sebab itu peneliti ingin membahas mengenai makna - makna tersirat yang muncul di dalam iklan

tersebut dan ingin mengetahui pesan apa yang ingin disampaikan Implora terhadap konsumennya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut :

Apa makna yang terkandung di dalam iklan *Implora Cosmetics Lip Cream Matte #ApprovedByMe* versi Aurelie Moeremans yang disampaikan Implora di media Televisi?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari analisa semiotika iklan *Implora Cosmetics Lip Cream Matte #ApprovedByMe* adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui makna tanda maupun pesan yang disampaikan dalam iklan *Implora Cosmetics Lip Cream Matte #ApprovedByMe* versi Aurelie Moeremans dalam media Televisi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari analisa semiotika iklan *Implora Cosmetics Lip Cream Matte #ApprovedByMe* yakni :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para peneliti periklanan khususnya dalam meneliti analisa semiotika dalam sebuah iklan. Semoga penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ilmiah untuk penelitian selanjutnya dengan mengambil masalah dan tujuan yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

- **Bagi Peneliti**

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce untuk meneliti iklan yang diteliti.

- **Bagi Perusahaan atau Agency**

Dapat berguna sebagai informasi yang menunjang promosi mengenai Implora serta Agency Bujuk Rayu.

- **Bagi Masyarakat**

Dapat digunakan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan mengenai iklan jika diteliti menggunakan metode Semiotika.