

PORNOGRAFI PADA IKLAN TELEVISI SHOPEE
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Shopee Versi Blackpink)

Phornography On Shopee Advertisement On Television
(Charles Sanders Peirce Semiotics On Shopee Advertisement Blackpink Version)

Rizky Ridha Ananda¹ , Twin Agus Pramonojati, S.Sos.,M.Ds²

^{1,2}Prodi S1 Ilmu Komunikasi , Fakultas Komunikasi dan Bisnis , Telkom University
¹rizkyridhaananda97@gmail.com , ²jati.pro@gmail.com

ABSTRAK

Shopee secara resmi memilih *girl band* asal korea menjadi *Brand Ambassador* Shopee Asia untuk iklan Shopee yang di tampilkan di pertelevisian Indonesia. Penampilan Blackpink di acara Shopee road to 12.12 birthday sale ternyata mengumumkan bahwa blackpink resmi menjadi *Brand Ambassador* Shopee untuk kawasan Asia. Pada saat pertama kali penayangan iklan shopee versi Blackpink tersebut ada beberapa masyarakat yang menyatakan bahwa iklan tersebut mengandung hal-hal yang tidak sepatasnya ditayangkan pada jam tayang anak-anak yang mana hal tersebut bermasalah dengan tampilan pornografi. Kemudian masyarakat bergerak membuat petisi yang berisikan penolakan tayangan iklan Shopee versi Blackpink di jam anak-anak kepada pusat peraturan penayangan di Indonesia yaitu KPI. Fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah tanda – tanda pornografi yang ditampilkan pada saat penayangan Iklan Shopee Versi Blackpink ditelevisi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan semiotika, Penelitian ini menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 9 *shot* diantaranya terdapat tanda-tanda pornografi yang ada pada Iklan Shopee Versi Blackpink dalam gerakan dance , kostum , lekukan tubuh , dan lirikan yang digunakan sesuai dengan defenisi pornografi menurut UU Republik Indonesia No . 44 Tahun 2008 dan teori pornografi yang ada.

Kata Kunci : Iklan, Semiotika Charles Sanders Peirce, Pornografi

ABSTRACT

Shopee officially chooses Korean girl bands to be the Asian Brand Ambassador Shopee for Shopee advertisements featured on Indonesian television. Blackpink's appearance at Shopee road to 12.12 birthday sales will announce the official blackpink to be the Shopee Brand Ambassador for the Asian region. During the first time that Blackpink's shopee ad was aired, there were a number of people who displayed things that were not appropriate to be aired during children's shows which were related to the appearance of pornography. Blackpink's Shopee ad at the children's hour to the broadcasting regulation center in Indonesia, KPI. The focus of the debate in this study is the pornographic signs that support it during the screening. Blackpink Shopee ads on television. This study uses semiotics. This study uses semiotics. This study uses Charles Sanders Peirce's semiotics. The results of this study indicate the fact that 9 photos displayed pornographic signs in the Blackpink Version of Shopee Ads in dance movements, costumes, body curves, and glances used in accordance with the definition of pornography according to the Republic of Indonesia Law No. 44 of 2008 and existing pornographic theories.

Keywords: Advertisements, Charles Sanders Peirce Semiotics, Pornography

1. PENDAHULUAN

Shopee merupakan sebuah *platform* yang dirancang khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan cepat dengan sistem pembayaran dan dukungan logistik yang kuat. Shopee memiliki tujuan untuk terus berkembang menjadi *e-commerce* pilihan utama di Indonesia.

Shopee secara resmi memilih *girl band* asal korea menjadi *Brand Ambassador* Shopee Asia untuk iklan Shopee yang di tampilkan di pertelevisian Indonesia. Penampilan Blackpink di acara Shopee road to 12.12 birthday sale ternyata mengumumkan bahwa blackpink resmi menjadi *Brand Ambassador* Shopee untuk kawasan Asia.

Pada saat pertama kali penayangan iklan shopee versi Blackpink tersebut ada beberapa masyarakat yang menyatakan bahwa iklan tersebut mengandung hal-hal yang tidak sepatutnya ditayangkan pada jam anak-anak menonton hal yang tidak pantas tersebut bermasalah dengan pornografi. Kemudian masyarakat bergerak membuat petisi yang berisikan penolakan tayangan iklan Shopee versi Blackpink di jam anak-anak kepada pusat peraturan penayangan di Indonesia yaitu KPI.

Iklan Shopee versi Blackpink ini dinilai mengandung tanda pornografi, yang dimana iklan tersebut menayangkan seorang wanita yang sedang menari dengan berpakaian yang sangat minim. Iklan ini secara umum dinyatakan oleh masyarakat tidak pantas untuk ditayangkan karena di nilai tidak mematuhi aturan yang ada. Saat ini iklan Shopee tersebut sudah banyak mendapat kecaman salah satunya adalah adanya petisi penolakan penayangan iklan Shopee versi Blackpink yang dibuat dengan tampilan pornografi yang dinilai oleh masyarakat yang menandatangani petisi penolakan itu jauh dari cerminan nilai pencasila yang beradab dan iklan Shopee versi Blackpink ini dinilai provokatif. Iklan shopee versi blackpink ini dinilai tidak pantas untuk ditampilkan karena *dance* yang mereka tampilkan serta seperti memberikan lirikan kesan yang menggoda yang ditampilkan.

Penayangan iklan Shopee versi Blackpink di anggap kontroversi karena di jam program tayang anak – anak yang seharusnya diatur pada jam tayangan untuk dewasa. Oleh karena itu KPI yang menjadi induk peraturan pertelevisian Indonesia mengeluarkan surat teguran kepada pihak Shopee untuk memindahkan jam tayang iklan tidak lagi di putar pada jam tayang program anak – anak. Dan beberapa stasiun tv yang menayangkan iklan Shopee versi Blackpink ini juga mendapatkan peringatan larangan menayangkan iklan Shopee ini.

Pada Undang – Undang Republik Indonesia nomer 44 tahun 2008 menyatakan bahwa negara Indonesia adalah negara hukum yang berdasarkan Pancasila dengan menjunjung tinggi nilai-nilai moral, etika, akhlak mulia, dan kepribadian luhur bangsa, beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, menghormati kebinekaan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, serta melindungi harkat dan martabat setiap warga negara manusia. bahwa pembuatan, penyebaran, dan penggunaan pornografi semakin berkembang luas ditengah masyarakat yang mengancam kehidupan dan tatanan sosial masyarakat Indonesia.

Dalam pasal 1 tentang ketentuan umum dalam undang – undang yang ada adalah Pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat. Dalam pasal 4 tentang larangan dan pembatasan dalam undang – undang adalah Setiap orang dilarang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarkan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjual belikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi yang secara eksplisit memuat salah satunya adalah pornografi anak.

Dari data yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwasanya iklan yang ditayangkan di televisi oleh Shopee versi Blackpink telah mengundang banyak polemik dari masyarakat, bahkan dari pihak KPI pun sudah memberikan surat peringatan kepada stasiun tv yang menayangkan iklan Shopee Versi Blackpink ini sudah diidentifikasi bahwa iklan Shopee tersebut telah mengandung unsur pornografi berdasarkan dengan teori pornografi dan UUD Republik Indonesia Nomer 44 Tahun 2008 tentang pornografi.

Berdasarkan kasus dan data yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik meneliti apa sajakah tanda – tanda pornografi yang ada pada iklan Shopee versi Blackpink. Dimana tanda – tanda tersebut di teliti dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Periklanan

Masyarakat tidak pernah lepas dari media massa baik cetak maupun elektronik, dalam setiap media terdapat iklan yang dapat mengubah persepsi masyarakat. Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dari mata seorang konsumen, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Sedangkan pandangan sosial iklan adalah bentuk suatu bentuk jasa suatu kelompok masyarakat. Secara umum iklan membantu menjelaskan akan suatu produk, sedangkan bagi perusahaan itu sendiri iklan merupakan suatu alat pemasaran yang sangat penting bagi keberhasilan dan juga keuntungan masyarakat.

2.2 Fungsi Dan Tujuan Iklan

Menurut Robert W. Pollay iklan ada dua yaitu fungsi informasional dan transmisional. Melalui fungsi informasional, iklan memberitahukan kepada konsumen tentang karakteristik produk, sedangkan transformasional, iklan berusaha mengubah sikap yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek, pola - pola belanja, gaya hidup , teknik – teknik mencapai sukses dan sebagainya (Noviani dalam Jayanthi, 2013 : 18).

2.3 Iklan Televisi

Iklan merupakan sebuah sarana promosi bagi siapapun untuk mempromosikan suatu produk atau sekedar memberi informasi kepada khalayak. Semakin berkembangnya teknologi atau ilmu pengetahuan, iklan tak lagi bersifat kaku dan monoton. Iklan juga erat kaitannya dengan budaya atau *lifestyle* . Karena sebuah iklan bisa memperkenalkan sebuah budaya yang bahkan terkadang tidak disadari khalayak.

2.4 Tubuh Sebagai Alat Periklanan

Tubuh telah menjadi inspirasi berbagai hal yang melekat dalam periklanan. Ide – ide kreatif muncul melalui gambaran tubuh. Komoditas – komoditas diciptakan dengan menjadikan tubuh dari ujung kaki hingga ujung rambut sebagai sasaran, juga strategi persuasi dijalankan melalui tubuh dengan berbagai imajinasi, pengharapan, pemuasan – pemuasan atas tubuh.

2.5 Pornografi

Kata pornografi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas dua suku kata : *Porneia* dan *Grafe*. *Porneia* : a prostitute ; *Grafe* : to write . *Pornographos* : writing about prostitutes (tulisan atau penggambaran mengenai pelacur atau pelacuran) (Lesmana , 1995:69).

Belum ada definisi konkrit tentang pornografi meskipun semua orang mengerti arti dari kata tersebut. Dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2008 tentang pornografi menyebutkan pada pasal 1 huruf a ; pornografi adalah materi seksualitas yang dibuat oleh manusia dalam bentuk gambar , sketsa , ilustrasi , foto , tulisan , suara , bunyi , gambar bergerak , animasi, kartun, syair, percakapan , gerak tubuh , atau bentuk pesan komunikasi lain melalui berbagai bentuk media komunikasi dan pertunjukan dimuka umum, yang dapat membangkitkan hasrat seksual atau melanggar nilai – nilai kesusilaan masyarakat.

2.6 Tanda Non Verbal

Beberapa cara untuk menggolongkan tanda – tanda (Pateda, 2001:48). Cara itu yakni: (i) tanda yang ditimbulkan oleh alam yang kemudian diketahui manusia melalui pengalamannya; misalnya, kalau langit sudah mendung menandakan akan turun hujan, dan kalau hujan sudah turun terus – menerus ada alasan untuk mengatakan banjir, dan kalau banjir ada alasan untuk timbulnya penyakit, meninggal ; (ii) tanda yang ditimbulkan oleh binatang; misalnya kalau anjing menyalak kemungkinan ada tamu yang memasuki halaman rumah, atau tanda bahwa ada pencuri; dan (iii) tanda yang ditimbulkan oleh manusia.

2.7 Teori Semiotika

Tanda – tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64). Manusia dengan perantara tanda – tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini. Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika *signifikasi* (lihat antara lain Eco, 1979:8-9 Hoed, 2001:140). Yang pertama menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) (Jakobson,1963, dalam Hoed 2001:140). Yang kedua memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

2.8 Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *triadic* dan konsep trikotominya yang terdiri atas berikut ini.

1. *Representamen*

Bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menamakannya *signifier*). Representamen kadang diistilahkan juga menjadi *sign* .

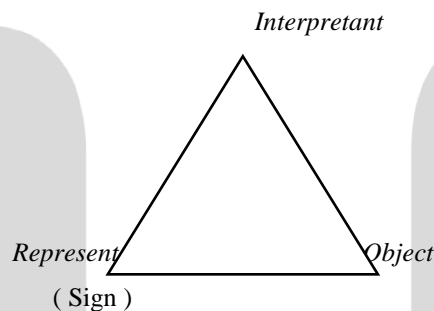
2. *Interpretant*

Bukan penafsir tanda , tetapi lebih merujuk pada makna dari tanda.

3. *Object*

Sesuatu yang merujuk pada tanda atau sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. *Object* dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran) , dapat juga berupa sesuatu yang nyata diluar tanda . (Peirce , 1931 & Silverman , 1983 , dalam Chandler).

Gambar 2.1



Model segitiga Peirce memperlihatkan masing-masing titik dihubungkan oleh garis dengan dua arah , yang artinya setiap istilah (*term*) dapat dipahami hanya dalam hubungan satu dengan yang lainnya. Peirce menggunakan istilah yang berbeda untuk menjelaskan fungsi tanda , yang baginya adalah proses konseptual , terus berlangsung dan tak terbatas (yang disebutnya “semiosis tak terbatas“, rantai makna – keputusan oleh tanda-tanda baru menafsirkan tanda sebelumnya atau seperangkat tanda-tanda).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan secara beragam sesuai dengan sudut pandang yang dipakai oleh para ahli. Bogdan dan Taylor (Maleong,2002:3) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Defenisi tersebut lebih menitikberatkan pada jenis data yang dikumpulkan yakni data deskriptif kualitatif. Dengan perkataan lain, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena.

4. PEMBAHASAN

Menurut (Bungin , 2003) menyatakan pronografi adalah gambar -gambar perilaku pencabulan yang lebih banyak menonjolkan tubuh dan alat kelamin manusia. Sifatnya yang seronoh, jorok, vulgar, membuat orang yang melihatnya terangsang secara seksual. Pornografi dapat diperoleh dalam bentuk foto, poster, leaflet, gambar video, film, dan gambar vcd, termasuk pula dalam bentuk alat visual lainnya yang membuat gambar atau kegiatan pencabulan (porno).

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang dilakukan oleh penulis, penulis memasukkan sembilan gambar personil *girlband Blackpink*, hal ini dapat dilakukan setelah penulis melakukan proses pemotongan gambar dari beberapa bagian yang ada pada iklan tersebut dan penulis merasa sembilan gambar yang penulis pilih dapat mewakili keseluruhan tanda pornografi yang ada pada iklan tersebut.

Dari *sign*, interpretans, dan *object* yang dapat dilihat dari iklan Shopee versi Blackpink maka bisa dapat kita ketahui bahwa gerakan *dance* dan busana yang minim yang digunakan oleh Blackpink dapat memberikan tanda pornografi yang ditampilkan pada iklan televisi kemudian diperkuat oleh pengertian Menurut (Burhan Ibrahim , 1997) model dalam sebuah iklan dengan memperlihatkan lekuk tubuh wanita maupun otot pria. Celana pendek , pakaian minim , bikini , dan baju ketat adalah contoh bentuk nudity pada iklan. berdasarkan hasil penelitiannya, Reichert melihat bahwa tampilnya model – model iklan dengan jenis busana tersebut dapat membangkitkan persepsi seksual orang yang melihatnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa salah satu tanda pornografi yaitu adanya tanda atau *sign* seperti pakaian yang terbuka pada bagian dada dan paha atas.

Melalui beberapa potongan gambar pada iklan Shopee Blackpink yang telah penulis analisis bahwa perempuan yang terdapat dalam iklan tersebut terlihat menggunakan pakaian dalam iklan tersebut dengan menggunakan rok yang terlalu minim sehingga dapat mengundang orang yang melihat untuk meniru cara berpakaian yang ditampilkan. Kemudian baju yang terlalu ketat juga memperlihatkan lekukan pada bagian-bagian tertentu seperti payudara, dan memeperlihatkan dada yang terbuka.

Dari analisis yang sudah dilakukan bahwa iklan Shopee Versi Blackpink ini menggambarkan adanya tanda – tanda pornografi pada gerakan dance maupun kostum yang ditampilkan pada iklan televisi tersebut. Akan tetapi Shopee tidak hanya melihat kecantikan *girlband Blackpink* ini saja dari wajahnya atau bentuk tubuhnya melainkan dari rasa percaya diri yang ditampilkan dari setiap model tersebut yang dimana rasa percaya diri mereka dalam memakai kostum dan melakukan gerakan dance yang mereka tampilkan dapat membuat tanda – tanda pornografi yang muncul pada tayangan iklan Shopee versi Blackpink ini.

Berdasarkan hasil analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang telah dijabarkan diatas oleh peneliti mengenai Object , Sign , Interpretant, yang terdapat pada iklan Shopee Versi Blackpink maka bisa diketahui bahwa tanda pornografi tersebut ditampilkan oleh *girlband Blackpink* dalam segi kostum maupun gerakan dance yang mereka perlihatkan dan mendapatkan berbagai reaksi masyarakat khususnya yang melihat iklan tersebut hingga pada akhirnya iklan tersebut tidak tayang lagi pada iklan televisi Shopee Versi Blackpink.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian analisis yang disampaikan diatas mengenai iklan Shopee Versi Blackpink dapat disimpulkan berdasarkan, sign, object, interpretant yang terdapat pada iklan tersebut sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Adapun hasil simpulan yang didapat oleh peneliti adalah sebagai berikut.

Berdasarkan dalam penelitian ini adalah terdapat pada gerakan dance yang ditampilkan pada iklan Shopee versi Blackpink yang dimana dalam gerakan tersebut terdapat tanda pornografi yang ditampilkan pada gerakan dance oleh salah satu personil Blackpink yang memakai baju minim dan ketat yang sedikit agak terbuka sedang menampilkan gerakan dance. Iklan Shopee versi Blackpink ini memberikan gerakan yang erotis serta lirikan yang dinilai menggoda , kostum yang ketat dan sedikit terbuka dan lekukan tubuh yang diperlihatkan pada saat melakukan gerakan dance yang ditampilkan pada iklan tersebut.

Iklan Shopee versi Blackpink menampilkan sebuah gambar atau gerakan yang dinilai erotis dengan lekukan tubuh yang ditampilkan untuk ditayangkan di televisi dikarenakan gerakan tersebut dinilai memperlihatkan bagian-bagian tubuh yang tidak seharusnya diperlihatkan kepada khalayak ramai sehingga dengan adanya gerakan dan didukung oleh pakaian yang terlalu minim tersebut iklan Shope versi Blackpink tanda-tanda tersebut terlihat pada lekukan tubuh, pakaian yang terbuka, kostum yang ketat, lirikan menggoda dan gerakan *dance* yang erotis yang dianggap bahwa gerakan tersebut merupakan bagian dari tanda-tanda ponografi. Suatu penggambaran aksi gerakan, lenggokan,liukan tubuh , penonjolan bagian tubuh yang dominan memberi rangsangan seksual sampai dengan aksi mempertontonkan payudara dan alat vital yang tidak sengaja atau disengaja untuk memancing bangkitnya nafsu seksual bagi melihatnya (Bungin,2003).

DAFTAR PUSTAKA

- Alex Sobur, (2009), *Analisis Teks, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing, Bandung* : PT.Remaja Rosdakarya.
- Alex sobur, (2013), *Semiotika Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Djamil , Muhammad (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif* . Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hayatmoko. (2007). *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, kekerasan dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Ibrahim, Subandy Idi. (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi : Dinamika Popscape Dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta : Jalasutra
- Ibrahim, Subandy Idi. (1997). *Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra
- Kriyantono, Rachmat (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta Kencana Prenada Media Group
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Pustaka Utama.
- Patton, Michael Quinn. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE Publications
- Siebagijo, Azimah. (2008). *Pornograafi Dilarang Tapi Dicari*. Jakarta: Gema Insani.
- Supriadi, Yadi. (2013). *Periklanan , Perspektif Ekonomi Politik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Vera, Nawiroh, (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.