

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Profil Hyundai Motor Indonesia

Hyundai Motor Company merupakan perusahaan otomotif dari divisi Hyundai Kia *Automotive* Group yang berasal dari Negara Korea Selatan. Hyundai Motor didirikan oleh Chung Ju-Yung pada tahun 1967 dan bermarkas di Yangjae-dong, Seocho-gu, Seoul. Nama Hyundai diambil dari bahasa Korea, terdiri atas kata 'Hyun' (현) berarti modern atau 'sekarang' dan 'Dai' (대) mengacu pada era atau generasi.

Hyundai mulai masuk di Indonesia pada tahun 1995. Pada saat itu, Hyundai masuk ke Tanah Air melalui Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) PT Citra Mobil Nasional. Hyundai pertama kali memasarkan produknya melalui mobil bernama Elantra. Elantra diproduksi perakitan dalam negeri di pabrik Hyundai di Bekasi Barat. Elantra merupakan mobil dengan jenis Sedan (*Saloon*), yang berhadapan dengan pabrikan Jepang lainnya seperti Honda Accord Cielo, Toyota Great Corolla, Mitsubishi Lancer GTi, Suzuki Esteem, dsb. Hyundai Elantra pada tahun 1995 menjadi mobil Korea Selatan pertama kali yang mengaspal di Indonesia..

Satu tahun berikutnya pada tahun 1996, Hyundai Indonesia merakit Hyundai Accent dan meluncurkannya pada pertengahan tahun menjelang Gaikindo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia). Tak lama kemudian, Hyundai terbentur krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998, Hyundai pun

baru meluncurkan unit lagi pada tahun 2008. Pada tahun 2008, Hyundai kembali meluncurkan unit melalui Hyundai H-1. Kemunculan H-1 disebut sebagai suksesor Starex di Indonesia dengan memiliki desain dan kelas yang sama. Walaupun sempat dilanda krisis moneter, Hyundai masih terus eksis dan berkembang di Indonesia hingga saat ini.

Saat ini, Hyundai dipegang oleh Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Hyundai Motor Indonesia (HMI). ATPM ini didirikan pada tahun 2020, PT Hyundai Motor Indonesia merupakan anak perusahaan dan distributor resmi penjualan dari Hyundai Motor Company untuk mobil komersial Hyundai di Indonesia. PT HMI dipimpin oleh Woojune Cha sebagai President Director. Woojune Cha menggantikan posisi SungJong Ha setelah Hyundai Motor Company mengumumkan President Director yang baru di Indonesia. Alamat PT. Hyundai Mobil Indonesia saat ini terletak di Jalan Teuku Nyak Arif No. 14, Simprug, Jakarta Selatan.

Adapun beberapa produk yang dijual oleh PT. Hyundai Motor Indonesia, yaitu:

1. Hyundai Creta
2. Hyundai Ioniq 5
3. Hyundai Kona Electric
4. Hyundai Palisade
5. Hyundai Santa Fe
6. Hyundai Stargazer
7. Hyundai Staria

B. Deskripsi Produk Hyundai Stargazer

Hyundai Stargazer merupakan produk dari Hyundai Indonesia. Hyundai Stargazer meluncur di Indonesia pada tanggal 11 Agustus 2022. Hyundai Stargazer diproduksi di pabrik PT Hyundai Motor Manufacturing Indonesia (HMMI) di Bekasi Barat secara *CKD (Completely Knock Down)*. Hyundai sudah lama melakukan riset terhadap Stargazer dengan menyesuaikan kondisi lapangan di Indonesia, sehingga produk ini dapat menjawab kebutuhan konsumen terhadap mobil 7 penumpang di Indonesia.

Hyundai Stargazer bermain di kelas *LMPV (Low Multi Purpose Vehicle)*. Hyundai Stargazer memiliki rival dari beberapa brand diantaranya Mitsubishi Xpander, Toyota Avanza & Veloz, Suzuki Ertiga, Honda Mobilio serta Wuling Confero. Hyundai Stargazer memiliki 4 varian, yakni Active, Trend, Style, dan Prime. Dalam varian Active dan Trend terdapat transmisi manual dan matik *IVT (Intelligent Variable Transmission)*, di varian Style dan Prime hanya tersedia varian transmisi matik *IVT*.

Untuk spesifikasi, Hyundai Stargazer memiliki dimensi panjang 4.460mm, lebar 1.780 mm, tinggi 1.690 mm, *wheelbase* 2.780 mm, *overhang* depan 800 mm, dan *overhang* belakang 880 mm. Di sektor mesin Hyundai Stargazer dibekali dengan konfigurasi mesin *inline 4 1.5L MPI 16-valve, HLA (Hydraulic Lash Adjuster)*, 1.497 cc menggunakan jenis bahan bakar bensin (*gasoline*) serta berpengerak roda depan / *FWD (Front Wheel Drive)*.. Dengan spesifikasi mesin tersebut, Hyundai Stargazer memiliki performa yang cukup bertenaga. Mesin

tersebut dapat menghasilkan tenaga maksimum sebesar 115 PS pada 6.300 rpm dan torsi sebesar 14,7 Kgm / 144 NM pada 4500 rpm.

Hyundai Stargazer tipe Active dan Trend memiliki fitur keamanan *Anti-lock Braking System (ABS)*, *2 Airbag*, *Immobilizer*, dan *Parkir Distance Warning*. Untuk tipe Style ada penambahan fitur yaitu *Electronic Stability Control (ESC)*, *Hill Start Assist (HSA)*, *Tyre Pressure Monitoring System (TPMS)*, dan *Rear Occupant Alert*. Untuk di tipe Prime semua fitur tersebut sudah ada, dan mendapatkan tambahan fitur *6 Airbag* serta mendapat Hyundai SmartSense yang memiliki fitur-fitur berupa *Forward Collision Avoidance Assist (FCAA)*, *Lane Keeping Assist (LKA)*, *Lane Following Assist (LFA)*, *Leading Vehicle Departure Alert*, *Blind Spot Collision Avoidance Assist (BCA)* serta *Rear Cross-Traffic Collision-Avoidance Assist (RCCA)*.

C. Profil Iklan Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga

Iklan YouTube Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga berdurasi 3 menit, ditayangkan di YouTube Channel Hyundai Motors Indonesia. Perlu diketahui Hyundai Stargazer diproduksi secara *CKD (Completely Knock Down)* oleh Hyundai Motor Manufacturing Indonesia (HMMI) di kabupaten Bekasi, Jawa Barat, dan didistribusikan oleh PT Hyundai Motor Indonesia (HMI) selaku ATPM resmi Hyundai di Indonesia.

Konsep yang ditawarkan pada iklan YouTube Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga, mengangkat mengenai mobil Hyundai Stargazer yang terdapat unsur keharmonisan keluarga di dalamnya. Iklan YouTube Hyundai Stargazer ini merepresentasikan fitur-fitur unggulan di mobil Hyundai Stargazer

secara tersirat. Dalam iklan tersebut terdapat beberapa pesan moral yang disampaikan, terutama moral dalam keharmonisan keluarga.

Dengan adanya iklan YouTube Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga ini, diharapkan dapat memberikan pesan-pesan moral mengenai keharmonisan keluarga untuk mendorong masyarakat agar semakin terciptanya keharmonisan keluarga khususnya keluarga di Indonesia. Iklan Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga ini tayang di YouTube pada tanggal 11 Agustus 2022 (<https://youtu.be/Ap2um9HvDNQ>).

D. Sinopsis Iklan Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga

Iklan Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga berdurasi 3 menit ini tayang di YouTube Channel Hyundai Motors Indonesia pada tanggal 11 Agustus 2022. Penayangan iklan ini bebarengan dengan meluncurnya secara resmi Hyundai Stargazer di Indonesia.

Iklan ini mengisahkan sebuah keluarga yang melakukan perjalanan ke suatu tempat menggunakan mobil baru. Keluarga tersebut terdiri dari ayah, ibu, dan 2 orang anak (perempuan dan laki-laki). Ketika sang anak laki-laki sedang tidur, dia memimpikan ada bintang yang terang di gambar mobil yang dia buat. Pada saat bangun, dia merasa gambar mobil yang dibuat seperti mobil asli yang dia lihat di depan rumahnya. Dia pun gembira melihat gambarnya seperti kenyataan. Dia mengelilingi mobil tersebut dan menyapanya. Mobilnya adalah Hyundai Stargazer varian Prime *IVT*

Tak lama kemudian ayah dan ibu mengajak kedua anak tersebut untuk pergi ke suatu tempat. Dalam perjalanan keluarga itu sangat menikmati kenyamanan dan

fitur-fitur yang ada di mobil tersebut. Hari semakin gelap, kedua anak terlelap dengan nyaman di dalam mobil tersebut. Kemudian, tak lama kemudian mereka tiba di tempat tujuan pada saat malam hari. Tempat tersebut adalah alam bebas yang gersang. Mereka sangat bahagia sembari melihat bintang-bintang yang indah di atas langit.

E. Objek Penelitian dalam Iklan YouTube Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga

Objek dalam penelitian ini berupa komunikasi teks media dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga yang mana dapat dijelaskan melalui gambar (*visual*) dan suara (*audio*).

1. Gambar

Kata “gambar” dalam KBBI memiliki arti tiruan barang (orang, binatang, tumbuhan, dan sebagainya) yang dibuat dengan coretan pensil dan sebagainya pada kertas dan sebagainya; lukisan;. Gambar menurut Oemar Hamalik dalam (Hermawati, 2022 : 29) adalah segala sesuatu yang diwujudkan secara visual dalam bentuk visual berupa gambar representasi seperti gambar, lukisan, atau foto yang menunjukkan bagaimana tampaknya suatu benda.

Gambar-gambar yang terdapat dalam iklan merupakan suatu produksi serangkaian kegiatan pengambilan gambar. Dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga terdapat beragam gambar yang diambil seperti ekspresi wajah, unsur yang berhubungan dengan mobil, dan keadaan jalanan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti hanya

mengambil gambar atau *scene* yang terdapat dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga dengan mengacu pada unsur-unsur yang berhubungan dengan keharmonisan keluarga.

2. Suara

Suara secara fisika memiliki makna yang sama dengan bunyi, tetapi berbeda sumbernya. Suara bersumber pada makhluk hidup atau benda yang dianggap hidup, sedangkan bunyi bersumber pada benda mati. Suara / bunyi merupakan gelombang mekanis *longitudinal* yang merambat. Dikatakan gelombang mekanis karena bunyi / suara berperan sebagai gelombang ketika merambat memindahkan energi dengan tanpa memindahkan mediumnya dan hanya bisa merambat apabila ada medium perambatannya (Jati, 2020). Suara / bunyi yang terdapat dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga yakni suara percakapan , dan suara *voice over* atau suara latar belakang yang menjelaskan alur cerita pada iklan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Makna Penanda, Petanda, Denotasi, Konotasi, Mitos Semiotika Roland Barthes dalam Iklan YouTube Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga

Berikut adalah tabel makna penanda, petanda, denotasi, konotasi dalam iklan YouTube Hyundai Stargazer :

1. Peta Tanda *Scene 1*

Timestamp : Menit ke 0.07

Tabel 2.

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari *Scene 1*

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
<p data-bbox="544 1256 655 1290">Visual :</p>  <p data-bbox="480 1630 715 1664">Gambar 4 <i>scene 1</i></p> <ul data-bbox="368 1704 880 1883" style="list-style-type: none">• <i>Tone</i> warna didominasi warna biru• Suara latar musik bermakna kedamaian.	<p data-bbox="906 1256 1353 1514">Seorang ibu yang mengenakan jilbab/hijab sedang mencium kening anaknya di tempat tidurnya pada waktu malam hari.</p>

Tanda Denotatif (*Denotative Sign*)

Ibu dan anak akan semakin harmonis, setelah ibu melakukan bentuk kasih sayang kepada anak.

Penanda Konotatif

(Conotative Signifier)

Seorang ibu yang mencium dahi/kening anak laki-lakinya. Dan memegang pipi anak tersebut sebagai bentuk kasih sayang.

Petanda Konotatif

(Conotative Signified)

Konsep tindakan yang perlu dilakukan untuk mencapai keharmonisan dalam suatu keluarga. Hal ini sesuai dengan (HR Tirmidzi) Anas meriwayatkan bahwa Rasûlullâh shallallâhu alaihi wa sallam berkata kepada Fathimah,“ Panggilah kedua anakku!” lalu (setelah mereka datang) beliau mencium dan mendekap keduanya. (Muqaddimah, 2019)..

Tanda Konotatif (*Conotative Sign*)

Pesan tentang keharmonisan keluarga merupakan hal yang sangat penting agar terciptanya keluarga yang langgeng. Karena di luar sana disharmoni keluarga masih banyak terjadi. Sehingga diperlukan keharmonisan keluarga yang diterapkan, misalnya memberikan rasa kasih sayang kepada anak.

Mitos (*Myth*)

Kasih sayang seorang ibu terhadap anak

Analisis

Denotasi pada scene ini terlihat bahwa seorang ibu sedang mencium dahi/kening anak laki-lakinya. Setelah mencium dahi anaknya, kemudian ia juga memegang pipi dari sang anak. Dari beberapa simbol yang terdapat dalam scene tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa pada perilaku yang dilakukan oleh sang ibu terhadap anaknya menggambarkan rasa kasih sayang. “Sang ibu menyampaikan rasa kasih sayang kepada anaknya melalui kecupan di kening sang anak saat hendak tidur” (Yuldisya: 2023). Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa ibu sangat sayang terhadap sang anak. Dengan perilaku yang dilakukan oleh sang ibu diharapkan keharmonisan keluarga dapat tetap terjaga.

Terdapat beberapa simbol yang memperkuat asumsi konotasi tersebut. Simbol yang pertama adalah latar suara dalam scene tersebut. Latar suara tersebut mendeskripsikan kebahagiaan, ketentraman dan kedamaian. Latar suara ini sangat mendukung yang dilakukan oleh seorang ibu terhadap anaknya.

Simbol yang kedua adalah *tone* warna yang didominasi biru. Warna biru banyak memberikan kesan keyakinan, kepercayaan, dingin, depresi, dan duka berkepanjangan. Warna ini paling banyak ditemui di alam semesta. Biru merupakan warna nostalgia. Warna ini adalah warna yang hidup di masa lalu,

terkait segala sesuatu di masa sekarang dan masa depan dengan pengalaman di masa lalu (Purbasari, dkk : 2014). Warna biru memiliki berbagai efek yang menenangkan untuk tubuh. Melihat warna ini bisa membantu memperlambat detak jantung dan penurunan aliran darah.

Mitos dalam *scene* ini adalah rasa kasih sayang ibu terhadap anak. Dalam *scene* tersebut diperlihatkan bagaimana kasih sayang yang dilakukan ibu dengan mencium kening dan memegang pipi anak tersebut. Mencium kening anak oleh orangtua memiliki makna yang berarti orang tua menyayangi anaknya. Hal ini, termasuk bentuk keharmonisan dalam keluarga.

Dari mitos yang didapat, *scene* ini mengandung pesan keharmonisan keluarga. Salah satu aspek keharmonisan keluarga adalah dengan menyayangi antar anggota keluarga. Abu Hurairah berkata, "*Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam mencium Al-Hasan bin 'Ali, dan di sisi Nabi ada Al-Aqro' bin Haabis At-Tamimiy yang sedang duduk. Maka Al-Aqro' berkata, "Aku punya 10 orang anak, tidak seorangpun dari mereka yang pernah kucium". Maka Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallampun melihat kepada Al-'Aqro' lalu beliau berkata, "Barangsiapa yang tidak menyayangi maka ia tidak akan dirahmati."* (HR Al-Bukhari no 5997 dan Muslim no 2318).

2. Peta Tanda Scene 2

Timestamp : Menit ke 0.09

Tabel 3.

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari Scene 2

<p style="text-align: center;">Penanda <i>(Signifier)</i></p>  <p style="text-align: center;">Gambar 5 scene 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara latar musik bermakna kedamaian. 	<p style="text-align: center;">Petanda <i>(Signified)</i></p> <p>Ayah yang sedang memegang hasil gambar dari anaknya bertatap mata dengan ibu yang menunjukkan ekspresi mimik wajah senyum/senang.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p style="text-align: center;">Perilaku yang dilakukan oleh ayah dan ibu tersebut akan semakin meningkatkan hubungan keharmonisan dalam keluarga.</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif <i>(Conotative Signifier)</i></p> <p>Seorang ayah yang memegang buku gambar yang dibuat oleh anaknya dengan menatap ibu.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif <i>(Conotative Signified)</i></p> <p>Konsep tindakan yang perlu dilakukan untuk mencapai keharmonisan dalam suatu keluarga. Dengan menghargai</p>

	segala bentuk tindakan yang dilakukan anak, dalam konteks tindakan yang baik / positif.
Tanda Konotatif (<i>Conotative Sign</i>)	
Ayah dan ibu sangat kagum melihat gambar yang dibuat oleh anaknya sangat bagus.	
Mitos (<i>Myth</i>)	
Perilaku orangtua yang menggambarkan menghargai kepada anaknya.	

Analisis

Denotasi dalam *scene* ini adalah tampak seorang ayah sedang memegang hasil gambar dari anak laki-lakinya. Ayah dan Ibu kemudian memandangi hasil gambar tersebut dengan mimik wajah senang. “Perasaan haru dan senang ketika orang tua melihat karya anaknya” (Khoeriyah : 2023). Sesuai dengan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa ayah dan ibu sangat senang melihat hasil karya yang dibuat oleh anaknya. Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa perilaku ayah dan ibu menggambarkan memberi apresiasi yang tinggi kepada anaknya. Dengan perilaku yang dilakukan oleh ayah dan ibu dapat membuat sang anak terus semangat untuk melakukan sesuatu dan akan semakin terpacu dalam berkeaktivitas.

Mitos dalam *scene* ini adalah perilaku orang tua yang menghargai anaknya. Anak akan merasa senang ketika perbuatan yang dilakukan diapresiasi/dihargai oleh orang tuanya, dalam hal ini tindakan yang positif.

Sehingga, anak akan terus melakukan sesuatu yang lainnya dengan kreatif dan imajinatif.

Mitos tersebut memuat makna keharmonisan keluarga, karena orangtua menghargai perbuatan yang dilakukan oleh anak. Rasulullah Muhammad *shalallahu 'alaihi wassalam* bersabda, “*Kewajiban orangtua terhadap anaknya adalah memberi nama yang baik, mengajarkan sopan santun, mengajari menulis, berenang dan memanah, memberikan nafkah yang baik dan halal, dan mengawinkannya bila saatnya tiba*” (HR Hakim). Dengan memberikan hak anak maka anak juga akan belajar bahwa orangtuanya adalah orangtua yang bertanggungjawab kepada mereka sehingga mereka kelak akan memberikan kewajiban yang baik sebagai anak yang sholeh dan sholihah.

3. Peta Tanda Scene 3

Timestamp : Menit ke 0.18

Tabel 4

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari Scene 3

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="491 1845 727 1881">Gambar 6 scene 3</p> <ul data-bbox="363 1921 849 1957" style="list-style-type: none"> • Suara latar belakang “<i>sriingggg</i>” 	<p data-bbox="928 1554 1353 1957">Seorang anak laki-laki yang bercerita bahwa dirinya semalam mengalami mimpi jika ada bintang yang terang membuat gambarnya menjadi nyata</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Monolog dari seorang anak laki-laki : “Semalam aku mimpi, ada bintang terang yang bikin gambarku jadi nyata”. 	
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p>Sang anak yang senang ketika mimpinya berhubungan dengan hasil gambarnya.</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif <i>(Conotative Signifier)</i></p> <p>Seorang anak laki-laki yang bercerita bahwa semalam ia bermimpi</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif <i>(Conotative Signified)</i></p> <p>Kata ‘bintang’ menurut KBBI memiliki arti benda langit yang dapat menyala dan muncul di malam hari Kamus Besar Bahasa Indonesia (<i>KBBI Kamus versi online/daring (dalam jaringan)</i>). Sementara itu, ‘gambar menjadi nyata’ dapat diartikan sebagai ‘keinginan menjadi terwujud’</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (<i>Conotative Sign</i>)</p> <p>Seorang anak laki-laki yang bercerita bahwa semalam ia bermimpi jika ada bintang yang membuat gambarnya menjadi nyata menandakan bahwa benda dari langit yang menyala itulah yang membuat keinginannya terwujud.</p>	
<p style="text-align: center;">Mitos (<i>Myth</i>)</p> <p style="text-align: center;">Memimpikan bintang turun masuk ke rumah.</p>	

Analisis

Denotasi dalam *scene* ini adalah terlihat bahwa seorang anak laki-laki sedang bermimpi bahwa ada bintang yang membuat gambarnya menjadi nyata. Bintang itu terlihat dapat menyinari kertas yang berisi gambar dari anak laki-laki tersebut. Gambar tersebut berisi sebuah keluarga yang di dalamnya terdiri dari ayah, ibu, dua orang anak, beserta satu mobil yang terparkir di depan gunung dengan banyaknya bintang di atas langit.

Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa, terlihat pada mimpi seorang anak laki-laki pada iklan tersebut, terdapat benda langit yang menyala sebagai makna dari keinginan anak laki-laki tersebut telah terwujud.

Terdapat beberapa simbol yang memperkuat asumsi konotasi tersebut. Simbol yang pertama adalah latar suara dalam *scene* tersebut. Latar suara tersebut mendeskripsikan kebahagiaan, ketentraman dan kedamaian. Latar suara ini sangat mendukung yang dilakukan oleh seorang ibu terhadap anaknya.

Sedangkan mitos dalam *scene* ini adalah *monolog* dari seorang anak laki-laki yang sedang mimpi melihat bintang. Dalam mitos Primbon Jawa, apabila kita memimpikan bintang turun masuk ke rumah. Mitos ini memiliki arti akan datangnya pertanda yang baik. Arti mimpi melihat bintang turun dalam menurut primbon Jawa ini tentu bisa menjadi pesan untuk selalu mensyukuri atas rezeki yang diberikan. Petanda yang baik dalam hal ini

adalah nasib yang baik telah datang menghampiri sebuah angan-angan yang dimiliki oleh anak laki-laki tersebut.

4. Peta Tanda *Scene 4*

Timestamp : Menit ke **0.21-0.25**

Tabel 5

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari *Scene 4*

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="499 1167 735 1205">Gambar 7 <i>scene 4</i></p>	<p data-bbox="940 891 1353 1294">Seorang anak laki-laki yang tekejut melihat hasil gambar/lukisan yang dimilikinya sangat mirip dengan yang ia lihat di depan halaman rumah.</p>
 <p data-bbox="499 1552 735 1590">Gambar 8 <i>scene 4</i></p>	
 <p data-bbox="499 1939 735 1977">Gambar 9 <i>scene 4</i></p>	

<p>“Ini mobil baru kita.. kok kaya gambar aa” (monolog)</p>	
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif <i>(Denotative Sign)</i></p> <p style="text-align: center;">Seorang anak yang terkejut melihat mobil di depan rumahnya</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif <i>(Conotative Signifier)</i></p> <p>Seorang anak laki-laki yang terheran-heran menyaksikan mobil di halaman depan rumahnya</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif <i>(Conotative Signified)</i></p> <p>Mobil yang ada di halaman depan rumah merupakan wujud nyata dari gambar mobil yang sebelumnya telah dia gambar.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (Conotative Sign)</p> <p>Seorang anak laki-laki terkejut bagaimana bisa mobil yang awalnya hanya terdapat digambarnya kini telah menjadi kenyataan. Mobil tersebut ada di depan matanya.</p>	
<p style="text-align: center;">Mitos (Myth)</p> <p style="text-align: center;">Terwujudnya keinginan seorang anak laki-laki.</p>	

Analisis

Denotasi dalam *scene* ini adalah “kebingungan anak laki-laki karena mobil yang ia gambar menjadi nyata” (Firdaus : 2023). Hal ini berarti makna dalam *scene* iklan ini adalah tampak seorang anak laki-laki yang merasa terkejut dan tidak percaya bagaimana bisa mobil yang tadinya hanya sebatas di gambar kini telah hadir secara nyata di hadapannya. Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa tampak ketika anak laki-laki itu terkejut melihat kehadiran sebuah mobil yang sama persis di gambarnya, yang menandakan bahwa ia merasa sangat tidak percaya bahwa bintang terang yang terdapat di mimpinya malam tadi ialah mobil yang sekarang ada di hadapannya.

Mitos dalam *scene* ini adalah terwujudnya keinginan dari seorang anak laki-laki. Keinginan tersebut bermula dari mimpinya seorang anak laki tersebut tentang gambar mobil yang dia buat. Kini mobil yang Digambar telah hadir di hadapannya. Mobil tersebut adalah Hyundai Stargazer. Mimpi yang menjadi kenyataan disebut sebagai *precognitive dreams*. Dikenal sebagai mimpi kenabian atau prediktif di bahasa sehari-hari, mimpi prekognitif dapat ditafsirkan sebagai luar biasa fenomena mental yang menunjukkan persepsi ekstrasensori. Jenis ini mimpi sering dicirikan sebagai jernih dan hidup, dan diilhami dengan "kejelasan supranatural" (Kiritsis : 2020).

5. Peta Tanda Scene 5

Timestamp : Menit ke 0.49-0.42

Tabel 6

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari Scene 5

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="480 965 730 999">Gambar 10 scene 5</p>	<p data-bbox="919 674 1353 931">Seorang anak laki-laki yang bajunya tiba-tiba berubah dan mengangkat kedua tangannya layaknya seorang pesulap.</p>
 <p data-bbox="480 1337 730 1370">Gambar 11 scene 5</p> <ul data-bbox="363 1406 895 1671" style="list-style-type: none">• Monolog : “Ini rahasia kita. Stargazer itu Ajaib. Dan Cuma aku yang tahu”• Latar belakang suara bertema ceria atau senang.	

<p>Tanda Denotatif</p> <p><i>(Denotative Sign)</i></p> <p>Seorang anak yang sangat senang melihat mobil Hyundai Stargazer di depan rumahnya.</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif</p> <p style="text-align: center;"><i>(Conotative Signifier)</i></p> <p>Seorang anak laki-laki yang mengungkapkan bahwa mobil Hyundai Stargazer itu Ajaib dan hanya dirinya lah yang mengetahuinya.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif</p> <p style="text-align: center;"><i>(Conotative Signified)</i></p> <p>Dalam KBBI, kata ‘ajaib’ memiliki arti jarang ada; tidak seperti biasa; yang tidak dapat diterangkan dengan akal (<i>Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI); Kamus Versi Online/ Daring (Dalam Jaringan), n.d.</i>) Sementara itu kalimat ‘hanya aku yang tahu’ memiliki arti bahwa yang mengetahui mobil Hyundai Stargazer adalah pemiliknya sendiri.</p>
<p>Tanda Konotatif <i>(Conotative Sign)</i></p> <p>Hyundai Stargazer merupakan mobil ajaib yang memiliki banyak fitur, tidak seperti rival di kelas-nya.</p>	
<p>Mitos <i>(Myth)</i></p> <p>Hyundai Stargazer yang mengetahui hanyalah pemiliknya.</p>	

Analisis

Denotasi dalam *scene* ini adalah “menampilkan visual keajaiban yang di bayangkan oleh sang anak” (Winahyu : 2023). Sesuai dengan pendapat tersebut dapat disimpulkan makna dari *scene* ini adalah tampak seorang anak laki-laki yang berkata bahwa Hyundai Stargazer itu ajaib dan hanya dirinya lah yang tahu tentang Hyundai Stargazer. Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa terlihat anak laki-laki tersebut menganggap bahwa Hyundai Stargazer bukan mobil biasa (seperti mobil lainnya).

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah Hyundai Stargazer yang mengetahui hanyalah pemiliknya. Asumsi ini didukung oleh monolog dari seorang anak laki-laki yang berkata : “*Ini rahasia kita. Stargazer itu Ajaib. Dan Cuma aku yang tahu*”. Hal ini berarti pemilik mobil Hyundai Stargazer dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalamnya sesuai keinginan karena pemiliknya yang mengetahui akan hal tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

6. Peta Tanda Scene 6

Timestamp : Menit ke 0.43

Tabel 7

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari Scene 6

<p style="text-align: center;">Penanda (<i>Signifier</i>)</p>  <p style="text-align: center;">Gambar 12 scene 6</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat kata “BlueLink. Connect with your car” 	<p style="text-align: center;">Petanda (<i>Signified</i>)</p> <p>Sang ayah yang memegang <i>Smartphone</i> dan menunjukkan tampilan aplikasi Hyundai BlueLink.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p style="text-align: center;">Aplikasi Hyundai BlueLink</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif (<i>Conotative Signifier</i>)</p> <p>Seorang ayah yang menunjukkan aplikasi Hyundai BlueLink. Aplikasi ini memiliki beragam macam fungsi berkaitan dengan mobil Hyundai, salah satunya Hyundai Stargazer.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif (<i>Conotative Signified</i>)</p> <p>Dilansir dari situs resmi Hyundai Indonesia, Hyundai BlueLink merupakan aplikasi <i>smartphone</i> yang memungkinkan pemilik kendaraan memiliki akses penuh kendaraannya.</p>

	<p>Aplikasi ini dilengkapi dengan berbagai fitur canggih mulai dari <i>remote mobile</i>, diagnose kondisi, keamanan, keselamatan hingga fitur anti pencurian. Aplikasi ini juga terhubung dengan pusat panggilan Hyundai 7 x 24 jam sehingga memudahkan Anda untuk meminta bantuan dalam kondisi darurat. (Hyundai.com/id)</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Konotatif (<i>Conotative Sign</i>)</p> <p>Hyundai Stargazer merupakan mobil canggih yang memiliki beragam fitur, salah satunya Hyundai BlueLink. Fitur ini sangat membantu para pemilik mobil Hyundai untuk memantau mobil mereka secara <i>real time</i>.</p>	
<p style="text-align: center;">Mitos (<i>Myth</i>)</p> <p style="text-align: center;">Hyundai Stargazer merupakan mobil canggih</p>	

Analisis

Denotasi pada *scene* ini adalah tampak seorang ayah yang sedang memegang *smartphone* dan menampilkan aplikasi Hyundai BlueLink. Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa terlihat anak laki-laki tersebut menganggap bahwa seorang ayah tersebut menganggap Hyundai Stargazer

bukan mobil biasa (seperti mobil lainnya). Salah satunya, karena adanya fitur yang cukup canggih seperti Hyundai BlueLink.

Mitos dalam *scene* ini adalah Hyundai Stargazer merupakan mobil canggih. Kecanggihannya tidak dimiliki oleh mobil LMPV lainnya. Kecanggihan mobil ini digambarkan seperti sebuah mahakarya yang membuat semua orang terpukau atas kecanggihannya. Kecanggihan dari Hyundai Stargazer ini dapat dilihat dari fitur-fitur yang dimilikinya, seperti Hyundai Bluelink. Hyundai Bluelink memiliki fungsi bagi pengguna Hyundai Stargazer untuk mengatur mobilnya dengan dapat menghidupkan mesin, AC (*Air Conditioner*), *door lock/unlock*, fungsi *light* dan *horn*. Semua pengaturan tersebut dapat dilakukan melalui *smartphone* pemilik mobil Hyundai Stargazer, selain itu dengan Hyundai Bluelink pengguna dapat melihat posisi mobil secara *real time* bahkan mendapatkan notifikasi yang berhubungan dengan mobil tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

7. Peta Tanda Scene 7

Timestamp : Menit ke 2.32

Tabel 8

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari Scene 7

<p style="text-align: center;">Penanda (<i>Signifier</i>)</p>  <p style="text-align: center;">Gambar 13 scene 7</p> <ul style="list-style-type: none"> Latar suara bermakna keceriaan dan kesenangan 	<p style="text-align: center;">Petanda (<i>Signified</i>)</p> <p>Sang ayah yang tersenyum melihat kedua anaknya tidur.</p>
<p style="text-align: center;">Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p style="text-align: center;">Kenyamanan Hyundai Stargazer</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif (<i>Conotative Signifier</i>)</p> <p>Seorang ayah yang seolah mengatakan bahwa Hyundai Stargazer adalah mobil nyaman. Terlihat dari mimik wajah seorang ayah yang senyum bahagia.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif (<i>Conotative Signified</i>)</p> <p>Menampilkan keunggulan dari Hyundai Stargazer. Karena dengan perjalanan jauh, kedua anak tersebut dapat tidur dengan pulas, sehingga dapat disimpulkan bahwa</p>

	Hyundai Stargazer sangat memenuhi kebutuhan keluarga.
Tanda Konotatif (<i>Conotative Sign</i>)	
Hyundai Stargazer merupakan mobil yang nyaman, sehingga perjalanan ke mana pun anak-anak dapat tidur dengan mudah.	
Mitos (<i>Myth</i>)	
Hyundai Stargazer merupakan mobil sangat nyaman.	

Analisis

Denotasi pada *scene* ini adalah “Ayah yang merasa senang karena anak-anaknya menikmati perjalanan dengan Hyundai Stargazer” (Firdaus : 2023). Sesuai dengan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam *scene* ini tampak menonjolkan kenyamanan dari mobil Hyundai Stargazer. Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa terlihat ekspresi wajah dari seorang ayah yang mengisyaratkan bahwa Hyundai Stargazer merupakan mobil yang nyaman untuk dinaiki bagi penumpang dan pengemudi.

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah Hyundai Stargazer merupakan mobil sangat nyaman. Bisa dibuktikan dengan tertidurnya kedua anak dengan pulas. Sehingga, dapat disimpulkan Hyundai Stargazer memiliki karakteristik suspensi yang nyaman, alhasil siapapun yang duduk di baris ke-dua dapat merasakan nyaman bahkan bisa sampai tertidur.

8. Peta Tanda Scene 8

Timestamp : Menit ke 2.38-2.50

Tabel 9

Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari Scene 8

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="478 967 730 1003">Gambar 14 scene 8</p>	<p data-bbox="917 743 1353 1079">Adegan keluarga tersebut sudah tiba di tempat tujuan setelah melakukan perjalanan. Tujuan tersebut adalah sebuah tempat untuk melihat bintang.</p>
 <p data-bbox="478 1332 730 1368">Gambar 15 scene 8</p>	
 <p data-bbox="359 1489 590 1541">Hyundai STARGAZER Bintang baru keluarga.</p> <p data-bbox="478 1774 730 1809">Gambar 16 scene 8</p> <ul data-bbox="359 1848 893 1960" style="list-style-type: none">• Sang anak laki-laki berkata : “aku tahu mimpi aku bisa jadi nyata”.	

<p>Kemudian mereka berempuk tertawa bersama.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Latar suara merepresentasikan pencapaian akhir dari sebuah perjalanan. • Monolog dari seorang anak laki-laki : Hyundai Stargazer. Bintang Baru Keluarga. • Tone warna didominasi warna ungu. 	
<p>Tanda Denotatif (<i>Denotative Sign</i>)</p> <p>Tujuan akhir dari perjalanan keluarga.</p>	
<p style="text-align: center;">Penanda Konotatif (<i>Conotative Signifier</i>)</p> <p>Perjalanan yang dilakukan oleh anak laki-laki beserta keluarganya sudah tiba di tempat tujuan. Tempat tersebut ialah sebuah tempat (alam terbuka) untuk melihat bintang. Anak laki-laki itu mengungkapkan bahwa Stargazer adalah bintang baru keluarga.</p>	<p style="text-align: center;">Petanda Konotatif (<i>Conotative Signified</i>)</p> <p>Setelah merencanakan panjangnya perjalanan, tentu akan tiba di suatu titik tujuan. Titik tujuan ini ialah titik puncak yang berada di ketinggian yang dapat diinterpretasikan sebagai sebuah pencapaian.</p>

Tanda Konotatif (*Conotative Sign*)

Perjalanan yang dilakukan oleh anak laki-laki bersama keluarganya telah tiba di suatu titik tujuan. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya Hyundai Stargazer meraih sebuah pencapaian sebagai bagian baru keluarga.

Mitos (*Myth*)

Dalam setiap perjalanan, tentu ada tujuan akhir

Analisis

Denotasi dalam *scene* ini adalah tampak sebuah keluarga yang telah tiba di suatu tempat yang merupakan tujuan dari perjalanannya. Tempat tersebut merupakan tempat terbuka untuk menyaksikan bintang. Sesuai dengan perkataan dari sang anak laki-laki “aku tahu mimpi aku bisa jadi nyata”. “Mimpi yang dimaksud anak laki-laki adalah mobil impian yang ia gambar, yang kemudian bisa menjadi nyata” (Firdaus. 2023) Dari beberapa simbol yang terdapat dalam *scene* tersebut muncul makna konotasi atau makna yang lebih jauh bahwa ketika sebuah keluarga telah tiba di suatu tempat sebagai tujuannya menandakan bahwa Hyundai Stargazer juga telah mencapai sebuah pencapaian sebagai mobil *LMPV* yang menjadi bintang baru keluarga.

Terdapat beberapa simbol yang memperkuat asumsi konotasi tersebut. Simbol yang pertama adalah latar suara dalam *scene* tersebut. Latar suara tersebut mendeskripsikan kebahagiaan, ketentraman dan kedamaian. Latar suara ini sangat mendukung yang dilakukan oleh seorang ibu terhadap anaknya.

Simbol yang kedua adalah *tone* warna yang didominasi warna ungu. warna ungu berkaitan dengan spiritualitas dan imajinasi. Hal ini merangsang imajinasi dan mengilhami cita-cita yang tinggi. Ungu merupakan warna yang intorspektif, yang mampu menghubungkan manusia dengan pikiran yang lebih dalam (Purbasari, dkk : 2014).

Mitos yang terdapat *scene* ini adalah setelah melalui perjalanan yang panjang, akhirnya dunia otomotif sampai di sebuah titik tuju. Titik tersebut merupakan titik yang sangat diimpikan oleh banyak orang, khususnya bagi sebuah keluarga. Hyundai Stargazer merupakan cerminan dari tujuan otomotif, yang mana mobil ini dapat memenuhi kebutuhan keluarga dan juga memiliki beberapa fitur yang canggih yang tentunya tidak dimiliki oleh merk mobil lainnya pada kelas LMPV. Dengan adanya kecanggihan tersebut tentu memberikan keamanan dan rasa nyaman apabila sebuah keluarga melakukan perjalanan ke suatu tempat.

Setelah melakukan analisis terhadap *scene* dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga, maka peneliti akan memaparkan hasil analisis terkait makna penanda (*signifier*), petanda (*signified*), denotatif dan konotatif yang terdapat dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga.

Iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga mengusung cerita mengenai perjalanan sebuah keluarga ke suatu tempat menggunakan mobil Hyundai Stargazer. Dalam iklan tersebut disisipkan pula pesan-pesan melalui

adegan, suara percakapan dan suara *voice over* atau suara latar belakang yang menjelaskan mengenai alur cerita dari iklan ini.

Dari tabel-tabel yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa disetiap *scene* yang ditampilkan dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga terdapat dua makna yang diaplikasikan ke dalam signifikasi denotasi dan konotasi. Dalam dua tahap signifikasi tersebut memiliki makna yang saling berhubungan, begitu pula dengan tabel yang dibuat juga tidak berdiri sendiri karena disetiap *scene* satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan dalam membangun sebuah makna yang nantinya ditangkap oleh publik.

Ditampilkan aplikasi Hyundai BlueLink yang digunakan untuk memantau kendaraan Hyundai Stargazer, serta adanya gambar hasil karya anak laki-laki yang menggambar mobil beserta bintang-bintang di langit dalam konteks iklan tersebut merupakan sebagai penanda (*signifier*). Hal ini selaras dengan pandangan Roland Barthes dalam peta semiotiknya mengartikan bahwa penanda (*signifier*) merupakan bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna, mudahnya penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis dan dibaca (Sobur, 2016 : 46). Kemudian, penggambaran makna dari penanda (*signified*) atau penggambaran ekspresi dan perilaku keharmonisan dalam keluarga menjadi bentuk petanda (*signified*). Hal ini selaras dengan pandangan Roland Barthes mengenai petanda (*signified*) mengartikan gambaran mental, pikiran atau konsep, jadi petanda adalah aspek mental dari bahasa (Sobur, 2016 : 46).

Penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) tersebut menjadi sebuah makna denotatif dalam iklan ini.

Makna konotatifnya dapat dilihat pada penjabaran yang terdapat disetiap tabel yang telah dipaparkan sebelumnya. Dalam penjabarannya banyak ditambahkan interpretasi dari penulis, yang menciptakan makna yang kedua. Hal ini selaras dengan pandangan Tommy Christomy mengenai pengertian konotasi dalam semiotika budaya, pengertian dari konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang didalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (terbuka terhadap berbagai kemungkinan). Ia menciptakan makna lapis kedua yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan berbagai aspek psikologis, seperti emosi, keyakinan, dan perasaan. Konotasi dapat menghasilkan makna lapis kedua yang bersifat implisit, tersembunyi, yang disebut makna (*connotative meaning*) (Lestari, 2019 : 26-27).

Sementara itu, mitos pada keseluruhan iklan tersebut menggambarkan bahwasanya impian dapat menjadi kenyataan. Setiap orang bisa saja bermimpi ketika ia sedang tertidur. Namun, memang jarang ketika mimpi itu dapat menjadi kenyataan. Jika mimpi menjadi kenyataan, maka dianggap suatu hal yang cukup mengejutkan di kalangan masyarakat. Terlebih apabila mimpi tersebut indah dan dapat terwujud, maka seseorang tentu akan merasa senang dan bahagia. Mitos ini kemudian digunakan pihak pengiklan dalam Hyundai Stargazer. Hyundai Stargazer hadir sebagai wujud nyata dari mimpi seseorang yang membuat orang merasa bangga dan terkejut memilikinya karena

banyaknya kelebihan dan kecanggihan fitur-fitur yang ada di dalam Hyundai Stargazer.

Secara garis besar, makna yang dapat kita tangkap dari penjabaran tabel di atas bahwa produsen dari iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga mengisyaratkan bahwa produk mereka dapat memotivasi konsumen dalam hal mewujudkan keharmonisan dalam keluarga. Semua ini merupakan perwujudan semiotik secara gamblang yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan tersebut kepada publik, khususnya masyarakat Indonesia. Pernyataan di atas merupakan hasil dari analisis makna penanda (*signifier*), petanda (*signified*), denotatif dan konotatif, dan mitos dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga.

Hyundai Stargazer mengadopsi kata “Bintang ” untuk mengiklankan produknya. Kata “Bintang” dalam iklan Hyundai Stargazer merepresentasikan bahwa mobil tersebut merupakan mobil keluarga yang memiliki segudang fitur yang canggih di dalamnya dan dapat memahami kebutuhan keluarga dalam melakukan suatu perjalanan. Pada dasarnya, keluarga menjadi sasaran utama iklan Hyundai Stargazer ini. Pada hakikatnya, mobil keluarga merupakan mobil yang dapat memuat banyak orang, tetapi dalam iklan Hyundai Stargazer ditampilkan bahwa saat ini mobil keluarga merupakan mobil yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi yang menaikinya dengan berbagai macam fitur yang ada di dalamnya.

Pada iklan Hyundai Stargazer bukan hanya menyuguhkan nilai guna (*use value*) dari sebuah mobil keluarga saja, akan tetapi juga membangun persepsi

dan menyampaikan nilai simbolik dari Hyundai Stargazer (*change value*) kepada konsumen. Nilai simbolik yang ditawarkan oleh Hyundai Stargazer adalah Hyundai Stargazer sebagai mobil yang di mana pengguna mobil ini akan dianggap sebagai konsumen yang mengikuti tren di dunia otomotif. Tak hanya itu, Hyundai Stargazer juga memiliki beragam fitur-fitur kecanggihan yang tidak ada di mobil LMPV lainnya, sehingga pengguna Hyundai Stargazer akan merasa sangat bangga ketika memiliki mobil canggih yang menjamin keamanan dan kenyamanan berkendara.

Sebagai produk dari Korea Selatan yang dulunya kurang diminati dan populer di Indonesia, Hyundai seolah langsung mengepaskan sayapnya dan melejit hingga ke puncak, sehingga menjadi puncak pencapaian dalam perjalanan panjang dunia otomotif. Puncak pencapaian ini disampaikan melalui iklan Stargazer, karena Stargazer dianggap sebagai produk yang berada di posisi atas penjualan mobil MPV di Indonesia.

B. Keharmonisan Keluarga dalam Iklan Hyundai Stargazer Versi Bintang Baru Keluarga

Dalam sebuah iklan, pasti terdapat pesan-pesan yang ingin disampaikan baik itu secara verbal maupun non verbal. Begitu pula dengan iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga yang banyak mengandung makna, juga memiliki pesan-pesan keharmonisan keluarga yang ingin disampaikan kepada khalayak. Keharmonisan keluarga menurut Gunarsa dalam (Anggraini, 2022 : 9) merupakan suatu keadaan keluarga yang utuh dan

bahagia, serta di dalamnya ada ikatan kekeluargaan yang memberikan rasa aman dan tenang bagi setiap anggotanya. Keharmonisan keluarga terjadi bilamana anggota keluarga merasa bahagia ditandai dengan berkurangnya ketegangan dan kekecewaan. Dari definisi ini menunjukkan bahwa dalam keluarga yang harmonis seluruh komponen keluarga terpenuhi kebutuhan finansial dan emosionalnya. Keharmonisan keluarga dapat terwujud apabila masing-masing anggota keluarga dapat berfungsi dan berperan sebagaimana mestinya.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis, ada beberapa pesan moral yang terdapat dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga yaitu :

1. Untuk mencapai keharmonisan keluarga diperlukan komunikasi yang baik dalam keluarga. Sebagaimana dalam QS. As-Saffat ayat 102 sebagai berikut :

فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَبْنَئِي إِنِّي أَرَى فِي الْمَنَامِ أَنِّي أَذْبُحُكَ فَانظُرْ مَاذَا تَرَى قَالَ يَا بَتِ افْعَلْ مَا تَأْمُرُ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّابِرِينَ

Sumber : Kemenag 2019

Artinya :

“Ketika anak itu sampai pada (umur) ia sanggup bekerja bersamanya, ia (Ibrahim) berkata, “Wahai anakku, sesungguhnya aku bermimpi bahwa aku menyembelihmu. Pikirkanlah apa pendapatmu?” Dia (Ismail) menjawab, “Wahai ayahku, lakukanlah apa yang diperintahkan (Allah) kepadamu! Insyaallah engkau akan mendapatiku termasuk orang-orang sabar.” (QS As-Saffat 102)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa hubungan yang baik antara orangtua-anak, berawal dari komunikasi yang dibangun antara orangtua-anak juga baik. Pada Q.S As-Saffat ayat 102 digambarkan bahwa Nabi

Ibrahim berbicara dengan Nabi Ismail dengan komunikasi dialogis, yakni adanya komunikasi dua arah antara orangtua-anak. Hal ini senada dengan iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga dimana dalam beberapa scene terdapat komunikasi secara dialogis antara orangtua dan anak.

Selain itu, dalam QS As-Saffat ayat 102 juga terdapat sikap mendukung. Sikap ini juga tercermin dalam iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga yaitu pada saat scene orangtua melihat hasil karya gambaran dari seorang anak mereka, dengan mengekspresikan wajah yang senang, hal ini diartikan sebagai sikap mendukung kepada hasil karya anaknya.

2. Memiliki sikap rasa kasih sayang kepada anak ataupun sebaliknya. Sebagai makhluk Allah yang baik, kita harus memiliki rasa kasih sayang kepada siapapun saja bahkan kepada anak atau orangtua. Sebagaimana dalam QS Luqman ayat 14 sebagai berikut :

وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهْنًا عَلَىٰ وَهْنٍ وَفِصَالَهُ فِي شَامِئِينَ أَنِ اشْكُرْ
لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ

Sumber : Kemenag 2019

Artinya :

“Kami mewasiatkan kepada manusia (agar berbuat baik) kepada kedua orang tuanya. Ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah-tambah dan menyapihnya dalam dua tahun.598) (Wasiat Kami,) “Bersyukurlah kepada-Ku dan kepada kedua orang tuamu.” Hanya kepada-Ku (kamu) kembali. Selambat-lambat waktu menyapih ialah sampai anak berumur 2 tahun.” (QS Luqman ayat 14)

Pada QS: Al Luqman ayat 14 kita diperintahkan untuk berbakti pada orangtua, khususnya pada ibu kita yang sudah mengandung kita dengan kondisi yang semakin lemah seiring dengan bertambahnya usia kehamilan ibu kita. Dan kemudian menyusui kita hingga lebih kurang 2 th untuk kemudian menyapih kita. Namun demikian, sesayang dan seberbakti apapun kita pada orangtua, Allah tetap mengingatkan kita untuk tidak mengikuti perintah kedua orangtua kita yang memaksa kita untuk melakukan perbuatan yang menyekutukan Allah SWT. Dalam beberapa *scene* iklan Hyundai Stargazer versi Bintang Baru Keluarga juga terdapat sikap rasa kasih sayang kepada anak / sebaliknya, misalnya pada saat orangtua mencium kening anaknya yang sedang tertidur pulas di kamar.

3. Memiliki sikap rasa kasih sayang antara suami dengan isteri ataupun sebaliknya. Sebagai makhluk Allah yang baik, kita harus memiliki rasa kasih sayang kepada siapapun saja, Sebagaimana dengan QS Maryam ayat 96 :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN RAJAJAGA
YOGYAKARTA

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا

Sumber : Kemenag 2019

Sesungguhnya bagi orang-orang yang beriman dan beramal saleh, (Allah) Yang Maha Pengasih akan menanamkan rasa cinta (dalam hati) mereka". (QS Maryam ayat 96).

Dalam surat Maryam ini nama Allah Ar Rahman banyak disebut, untuk memberi pengertian bahwa, Allah memberi ampunan tanpa perantara, dan bahwa rahmat-Nya begitu luas dan mengena kepada segala sesuatu.

Hal ini termasuk nikmat Allah kepada hamba-hamba-Nya yang beriman dan beramal saleh, di mana Dia menjanjikan bahwa mereka akan mendapatkan kecintaan dari makhluk. Di dalam hadits disebutkan “Apabila Allah mencintai seorang hamba, Dia memanggil Jibril, “Sesungguhnya Allah mencintai fulan, maka cintailah dia!” Maka Jibril mencintainya, lalu Jibril memanggil penduduk langit, “Sesungguhnya Allah mencintai si fulan, maka cintailah dia!” lalu penduduk langit mencintainya, kemudian ia pun diterima di bumi.” (HR. Bukhari). (Ustadz Marwan Hadidi bin Musa, M.Pd.I)

Dalam beberapa *scene* yang ditampilkan di atas terdapat beberapa *scene* yang menunjukkan rasa kasih sayang antar suami-isteri. Salah satunya ketika sang ayah dan ibu bertatap dan bertukar pikiran setelah melihat hasil gambar dari anak laki-lakinya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA