

BAB II

GAMBARAN UMUM

Pada bagian ini, disajikan deskripsi umum mengenai sinetron Saleha, yang meliputi profil sinetron, pemain sinetron Saleha, tim dan rumah produksi, dan sipnosis sinetron Saleha serta iklan sisipan yang muncul khususnya pada episode 30 dan 31. Penjelasan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai berbagai hal untuk menggali informasi lebih lanjut terkait iklan sisipan pada sinetron Saleha ini.

A. Profil Sinetron Saleha

Sinetron “Saleha” adalah drama keluarga produksi SinemArt yang menceritakan Saleha seorang gadis yang tumbuh tanpa kehadiran kedua orang tuanya dan dibesarkan oleh neneknya yang penuh kasih. Saleha tumbuh menjadi pribadi yang kuat, mandiri, dan taat beribadah. Dalam perjalanan hidupnya yang penuh liku, Saleha mengalami tragedi penculikan oleh Nando, pria yang terjerat dalam masalah keuangan dan terpaksa melakukan tindakan kriminal.

Dalam ceritanya, Saleha memutuskan untuk pindah ke Jakarta, didampingi oleh temannya, Azzam, demi menemukan ayah kandungnya dan menghadapi masa lalu yang tersembunyi. Serial ini tidak hanya mengangkat tema keluarga dan identitas diri, tetapi juga nilai-nilai ketabahan dan persahabatan. Saleha disiarkan di SCTV dan tersedia di platform streaming Vidio

Sinetron “Saleha” merupakan sinetron drama Indonesia yang di sutradarai oleh Umam A. P. Sinetron ini merilis episode perdana pada tanggal 10 Mei 2024, Sinetron ini berhasil menarik perhatian publik yang tertarik untuk mengikuti alur ceritanya.

Gambar 5 : Poster Sinetron "Saleha"



Sumber: www.instagram.com

Sinetron Saleha diproduksi oleh SinemArt dan Ess Jay Studios. SinemArt merupakan rumah produksi yang didirikan pada 3 Maret 2003 di Jakarta oleh Leo Sutanto, Sentot Sahid, Heru Hendriarto, dan Lala Hamid. Karya pertama mereka adalah sinetron Malam Pertama, yang ditayangkan di SCTV sebagai serial televisi perdana dari rumah produksi ini. SinemArt sempat menjafi bagian dari MNC media, namun telah berganti kepemilikan oleh Surya Citra Media. Pada 1 Agustus 2022, SinemArt meluncurkan perusahaan baru bernama Ess Jay Studios. Perusahaan ini bergerak dalam produksi serta perdagangan film, sinetron, dan rekaman video.

Sinetron “Saleha” memiliki cerita yang tidak kompleks namun menarik sehingga mudah untuk dicerna oleh para penonton. Terlebih dengan konflik-konflik yang meskipun terkesan didramatisir namun seringkali terjadi pada kehidupan nyata sehingga para penonton dapat merasakan empati karakter dan juga merasa relevan dengan konflik tersebut. Apalagi dengan adanya bumbu cerita religi yang dibawakan sinetron ini sehingga sinetron Saleha semakin diminati oleh para penonton terutama target demografis dari sinetron ini.

Selain jalan ceritanya yang menarik, sinetron Saleha juga memiliki pesan cerita yang dapat diterima oleh segala umur. Bahwasanya meskipun kehidupanmu diterpa konflik dan masalah namun kamu harus tetap taat beribadah. Sinetron Saleha tidak hanya merepresentasikan kalangan perempuan yang harus berjuang secara mandiri namun juga, sinetron ini merepresentasikan setiap umat muslim yang tetap taat beribadah kepada Allah SWT meskipun mendapat banyak cobaan. Pesan inilah yang membuat sinetron Saleha tak hanya dinikmati sebagai hiburan saja namun juga terdapat banyak pembelajaran dan juga manfaat yang terdapat pada sinetron ini.

Sama seperti kebanyakan sinetron yang ada, sinetron Saleha juga terdapat iklan sisipan. Iklan sisipan yang ada di sinetron ini memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan iklan reguler, salah satunya adalah tidak seperti iklan reguler iklan sisipan pada sinetron Saleha tidak dihilangkan atau dihapus ketika sudah di tayangkan pada platform Vidio.com. Produk yang di

iklankan didalam iklan sisipan yang ada di sinetron Saleha juga beraneka macam, seperti biskuit Roma, Esemag, dan lain sebagainya.

B. Pemeran Sinetron Saleha

Dalam suatu film atau sinetron, pemain atau pemeran merupakan salah satu aspek yang sangat penting agar sinetron tersebut sukses. Oleh karena itu memilih aktor dan aktris yang tepat adalah kunci dari keberhasilan suatu sinetron atau film. Terlebih jika studio ingin memaskan representasi didalam sebuah sinetron, maka pemilihan pemeran haruslah sesuai dengan representasi tersebut. Sinetron Saleha telah mampu memilih pemeran yang sesuai dengan karakter karakter yang ada pada sinetron. Berikut daftar peran didalam sinetron Saleha.

Tabel 4 : Nama Pemeran Sinetron Saleha

No.	Nama Pemain	Karakter Yang Dimainkan
A.	Syifa Hadju	Saleha & Arini Sastrohadi
B.	Harris Vriza	Fernando Rahmadi
C.	Teuku Ryan	Azzam Ramdani/Dewangga & Danendra (Danny)
D.	Teddy Syach	Darmawan
E.	Shinta Bachir	Sukma
F.	Kinaryosih	Rianti
G.	Rachquel Nesia	Nadia Talita
H.	Emyr Razan	Ferdian Hadi
I.	Sarah Felicia	Ghania

J.	Ratu Rafa	Saras
K.	Reybong	Bara Wijayakusuma
L.	Windy Wulandari	Dita
M.	Ponco Buwono	Ramdani
N.	Meidiana Hutomo	Henny
O.	Najla Atilla	Winna
P.	Anwar Fuady	Rahmat Hadi
Q.	Rio Alba	Krisna
R.	Ryma Gembala	Menik
S.	Yurike Prastika	Siska Adinata
T.	Annisa Kaila	Mika
U.	Achul Wiraperwata	Farhat
V.	Irish Bella	Isabella Aurora Selina

Sumber: Sinetron Saleha

Adapun deskripsi singkat dari beberapa tokoh utama dalam sinetron “Saleha” diantaranya sebagai berikut :

1. Saleha diperankan oleh Syifa Hadju, yang memerankan tokoh utama dengan karakter kuat, penuh perjuangan, dan menghadapi berbagai konflik emosional.
2. Fernando Rahmadi (Nando) diperankan oleh Harris Vriza, yang membawakan karakter pria yang kompleks dengan peran signifikan dalam kehidupan Saleha.

3. Azzam Ramdani/Dewangga diperankan oleh Teuku Ryan, yang memerankan tokoh dengan sifat tulus, penuh pengorbanan, dan menjadi bagian penting dalam kisah cinta dan perjuangan Saleha.
4. Danny diperankan oleh Fadlan Hola, Sahabat dekat Saleha yang setia dan selalu berada di sisinya dalam momen sulit. Danny memiliki karakter yang tangguh dan bertanggung jawab.

C. Tim dan Rumah Produksi

Selain pemeran, tim produksi juga berperan penting dalam kesuksesan sebuah sinetron. Tim produksi bertanggung jawab dalam memproduksi dan menyelesaikan sebuah sinetron, mulai dari perencanaan hingga tayang. Setiap anggota memiliki peran penting untuk memastikan sinetron selesai tepat waktu dengan kualitas yang diinginkan. Kolaborasi dan komunikasi yang baik sangat dibutuhkan untuk kelancaran produksi. Seperti yang disebutkan diatas, sinetron Saleha diproduksi oleh SinemArt dan Ess Jay Studios. Untuk tim produksi nya sendiri sebagai berikut.

Tabel 5 : Tim Produksi Sinetron Saleha

No.	Tim Produksi	Sebagai
1.	Serena Luna	Penulis Skenario
2.	Sunjoy Shekhar	Penulis Cerita
3.	Umam A. P.	Sutradara
4.	Aji Mirza Hakim	Penggubah Lagu Tema

5.	Ryan Pitna	Penata Musik
6.	David S. Suwanto	Produser Eksekutif
7.	Sridhar Jetty	Produser
8.	Zeta Alfa Maphilindo	Sinematografi
9.	Rio Destana	Penyunting
10.	Satria	Penyunting
11.	Wewen	Penyunting
12.	Multi-kamera	Pengaturan Kamera

Sumber: Sinetron Saleha

D. Sinopsis Sinetron “Saleha” Episode 30 dan 31

Di episode 30 sinetron Saleha, konflik memuncak ketika Saleha menghadapi dilema besar yang berdampak pada keluarganya. Bara dan Nando berusaha melindunginya dari ancaman, sementara pertemuan Saleha dengan sosok dari masa lalunya memunculkan kenangan pahit. Hal ini menjadi titik penting yang membawa cerita ke arah pengungkapan rahasia besar dan perkembangan baru.

Dalam episode 31 sinetron Saleha, cerita semakin dramatis ketika Bara memutuskan untuk mempercayakan Saleha kepada keluarga Nando, yang membuat Azzam merasa terluka dan kecewa. Sementara itu, ancaman terhadap keselamatan Saleha terus meningkat, memaksanya untuk berpikir cepat dan membuat keputusan sulit. Episode ini diwarnai ketegangan emosional, konflik hubungan, dan dilema yang memperumit jalan cerita.

E. Iklan Sisipan Pada Sinetron Saleha Episode 30 dan 31

Seperti yang disebutkan diatas, iklan sisipan juga dapat ditemukan pada sinetron Saleha. Iklan sisipan tersebut biasanya muncul saat pergantian scene, khususya sebelum iklan reguler muncul. Namun tidak seperti iklan reguler, iklan sisipan tidak dihilangkan ketika ditayangkan ulang di Vidio.com dengan begitu iklan sisipan ini juga berfungsi sebagai transisi antar scene. Iklan sisipan dalam sinetron Saleha dibalut dengan pengambilan gambar serta akting para pemeranya yang dimiripkan dengan adegan sinetron sehingga diharapkan para penonton tidak terganggu dengan adanya iklan pada tontonan mereka.

Pada episode 30 sinetron Saleha terdapat dua iklan sisipan yang ditampilkan. Iklan yang pertama adalah iklan snack-it marshmallow,. Sementara iklan sisipan yang kedua adalah iklan Roma Appetito. Sementara itu pada episode 31 terdapat enam iklan sisipan. Yang pertama adalah iklan sisipan Esemag. Seperti iklan sisipan pada episode 30. Iklan kedua adalah iklan sisipan dari produk Snackit Marshmallow seperti pada iklan pertama episode 30. Iklan yang ketiga adalah iklan sisipan dari produk Roma Bonita. Iklan yang keempat adalah iklan sisipan dari produk Astor. Iklan kelima adalah iklan Roma Sandwichi. Dan iklan terakhir adalah iklan Coklat Dilan.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti memaparkan data dan temuan yang telah diteliti dalam iklan sisipan Sinetron Saleha episode 30 dan 31, dengan menganalisis setiap adegan pada iklan sisipan menggunakan teori Semiotika Roland Barthes untuk menemukan bentuk representasi sosial dari teori representasi Stuart Hall. Iklan sisipan dalam Sinetron Saleha berdurasi sekitar 1-2 menit yang data-datanya telah dikumpulkan berupa potongan adegan atau *Screenshot* dari adegan dalam iklan tersebut.

A. Hasil Analisis dan Temuan

Selanjutnya peneliti akan memaparkan hasil analisis dari temuan yang peneliti dapatkan pada iklan sisipan pada sinetron Saleha episode 30 dan 31. Peneliti akan mencari makna tersirat dan tersurat serta mitosnya dalam scene iklan sisipan di Saleha dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes lalu peneliti akan menganalisis lagi hasil tersebut dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall yang sesuai untuk menemukan representasi sosial pada iklan sisipan sinetron Saleha. Peneliti juga akan meneliti episode 127 sinetron Saleha sebagai upaya untuk memberikan ruang analisis yang lebih mendalam dengan begitu dapat meningkatkan validalitas dari hasil analisis pada episode 30 dan 31. Adapun berikut peneliti menyampaikan hasil temuan kedalam beberapa sub bab dibawah ini.

1. Hasil Analisis Iklan Sisipan Sinetron Saleha Episode 30

a. Iklan 1 “Snackit”

Gambar 6 : Iklan 1 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-30.

Tabel 6 : Iklan 1 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Gadis memakai dress pink selesai mengerjakan PR nya. lalu bertemu dengan temannya	2. Seorang anak selesai belajar dan ingin bermain.
Tanda Denotatif	
3. Gadis feminin, ceria, serta rajin dan bertanggung jawab.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Gadis dress pink dan biru dan aktivitas setelah mengerjakan tugas.	5. Adegan ini menggambarkan nilai kebersamaan, keseimbangan antara belajar dan bermain.
Tanda Konotatif	
6. Representasi gender stereotipikal dan Keseimbangan antara tugas dan kesenangan	

Adegan: Seorang gadis yang memakai baju warna pink sedang berada di ruang tamu selesai mengerjakan pr nya dan ingin jajan marshmallow lalu ia

keluar rumah dan bertemu dengan temannya yang memakai baju warna biru.
lalu mereka berdua bersama-sama pergi ke warung.

1). Denotasi

- a). Seorang gadis berbaju pink selesai mengerjakan PR.
- b). Gadis keluar rumah dan bertemu temannya yang memakai baju biru muda.

2). Konotasi

- a). **Baju pink dan biru muda.** Konotasi: Warna pink melambangkan kelembutan, feminin, dan keceriaan, sedangkan biru muda melambangkan ketenangan dan keseimbangan. Pemilihan warna ini memperkuat stereotip gender yang lekat dengan anak perempuan.
- b). **Aktivitas bersama setelah mengerjakan PR.** Konotasi: Menggambarkan keseimbangan antara tanggung jawab (menyelesaikan PR) dan kesenangan (membeli marshmallow). menggambarkan snack sebagai hadiah atas usaha atau kerja keras.

3). Mitos

- a). Anak perempuan digambarkan lembut, rapi, dan ceria, sejalan dengan norma sosial yang mengidealkan perempuan dalam peran tertentu.

4). Representasi

Setelah analisis semiotika ini, ditemukan bahwa fokus adegan ini lebih pada representasi konstruksionis karena makna dibentuk melalui tanda dan kode budaya.

- a). Gadis dalam baju pink dan biru muda merepresentasikan stereotip gender yang dipahami secara budaya. Warna pink sering diasosiasikan dengan kelembutan dan keceriaan, sementara biru muda diasosiasikan dengan keramahan dan ketenangan, menunjukkan keseimbangan di antara mereka.

Gambar 7 : Iklan 1 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-30

Tabel 7 : Iklan 1 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Warung yang ramai	2. Warung sebagai tempat untuk membeli makanan KBBI (n.d.)
Tanda Denotatif	
3. Dua gadis tiba di warung yang ramai dengan anak-anak lain yang ingin membeli snack.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Kemampuan penjual dalam melayani dengan baik menunjukkan etos kerja	5. Produk yang populer dan berkualitas dapat menarik banyak pelanggan, terutama anak-anak.
Tanda Konotatif	
6. Penjual wanita yang cekatan menggambarkan efisiensi, profesionalisme, dan peran penting perempuan.	

Adegan: Sesampainya di warung yang sangat ramai akan anak-anak yg juga ingin membeli snack itu, kedua gadis tersebut bertanya kepada penjual apakah snacknya masih ada. meskipun warung tersebut sangat ramai dan hanya ada sang wanita tersebut sebgai penjualnya, namun wanita tersebut tetap melayani para pelanggan nya dengan lihai dan sudah mempersiapkan dagangan nya sehingga kedua gadis itu tetap kebagian.

1). Denotasi

- a). Warung yang ramai akan pembeli anak-anak.
- b). Penjual wanita yang cekatan meski warungnya ramai akan pembeli.

2). Konotasi

a). **Warung yang ramai.** Konotasi:

mengindikasikan bahwa produk yang dijual di warung tersebut sangat populer, terutama dikalangan anak-anak.

b). **Penjual wanita yang cekatan.** Konotasi:

Menggambarkan efisiensi, profesionalisme, dan peran penting perempuan dalam mendukung aktivitas ekonomi sehari-hari.

3). Mitos

a). Penjual wanita digambarkan sebagai simbol kekuatan dan peran penting wanita dalam bidang ekonomi.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis karena makna dibentuk oleh budaya sosial.

a). Penjual wanita tersebut merepresentasikan perempuan sebagai sosok yang cekatan serta profesional, ditegaskan pada adegan ketika penjual tersebut tetap tenang dalam melayani pembelinya meskipun dalam keadaan ramai.

Gambar 8 : Iklan 1 Adegan 3



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-30

Tabel 8 : Iklan 1 Adegan 3

Penanda	Petanda
1. Ekspresi bahagia saat menikmati camilan	2. Interaksi sosial antar teman sebaya.
Tanda Denotatif	
3. Dua gadis menikmatinya di taman sambil mengobrol	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Taman sebagai tempat di mana orang bisa menikmati waktu luang dengan nyaman. (Indraswari, 2022)	5. Taman sebagai latar belakang memberikan kesan bahwa menikmati Snackit Marshmallow adalah bagian dari aktivitas yang menyenangkan
Tanda Konotatif	
6. Percakapan santai di taman menggambarkan bagaimana makanan ringan dapat mempererat hubungan sosial.	

Adegan: Setelah membeli beberapa bungkus Snackit Marshmallow, kedua gadis tersebut menikmati jajanan tersebut di taman sambil mengobrol dengan bahagia serta menyatakan kesukaan mereka pada jajanan tersebut.

1). Denotasi

- a). Kedua gadis tersebut duduk di taman, memakan jajanannya sambil tersenyum.
- b). Mereka terlihat menikmati jajanannya dan mengungkapkan kesukaan mereka terhadap makanan tersebut

2). Konotasi

- a). **Kebahagiaan di taman.** Konotasi: Taman dalam adegan ini memberikan kesan yang menyenangkan dan santai. Menurut Kompas.com (2022), masyarakat merasa taman kota memberi banyak manfaat ekologis, sosial dan estetika.
- b). **Kesukaan terhadap jajanan.** Konotasi: dialog tentang rasa suka terhadap produk snackit menciptakan hubungan antar konsumen dan produk, menunjukkan bahwa produk ini bukan hanya sekedar makanan, namun juga pemberi kebahagiaan.

3). Mitos

- a). Cemilan khususnya snackit pada adegan ini menjadi simbol dari kebahagiaan yang dapat dicapai dengan cara yang sederhana.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan reflektif yaitu bahasa mencerminkan realitas.

- a). Pada adegan ini mencerminkan realitas sederhana bahwa cemilan seringkali menjadi bagian dari interaksi sosial anak-anak terutama pada para gadis sehingga cemilan sering menjadi representasi dari kebahagiaan.

b. Iklan 2 “Apetito”

Gambar 9: Iklan 2 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-30

Tabel 9 : Iklan 2 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Dua gadis SMP.	2. Interaksi sosial sehari-hari.
Tanda Denotatif	
3. Dua gadis SMP sedang belajar bersama di depan rumah.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Berbagi makanan menunjukkan pentingnya kepedulian dalam budaya sosial.(Nugroho et al., 2024)	5. Berbagi makanan menjadi strategi untuk menekankan bahwa produk ini cocok untuk menemani momen penting.
Tanda Konotatif	
6. Berbagi camilan Apetito merepresentasikan kepedulian sosial antar teman.	

Adegan: Dua orang gadis SMP sedang belajar bersama di depan rumah.

Sang gadis di sebelah kanan menawarkan cemilannya namun ternyata sudah habis meskipun dia baru makan sedikit. Lalu gadis sebelah kiri memberikan solusi dengan membagikan cemilan Apetito miliknya yang membuat gadis disebelah kanan senang.

1). Denotasi

- Dua gadis SMP sedang belajar bersama.
- Kedua gadis itu mengenakan seragam SMP.
- Kedua gadis itu berbagi cemilan Apetito.

2). Konotasi

- Belajar Bersama di luar rumah.** Konotasi: menggambarkan nilai kebersamaan serta nilai kerjasama diantara siswa seusia mereka.

b). **Seragam SMP.** Konotasi: menyiratkan keteraturan, kedisiplinan dan kehidupan sederhana anak sekolah.

c). **Berbagi Cemilan Apetito.** Konotasi: Berbagi camilan Apetito merepresentasikan kepedulian sosial antar teman. Praktik berbagi makanan memperkuat ikatan sosial dan menumbuhkan rasa kebersamaan. (Nugroho et al., 2024)

3). Mitos

a). Seragam sekolah memiliki mitos sebagai simbol kedisiplinan, keteraturan, dan solidaritas antar siswa.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

a). Gadis disebelah kanan merepresentasikan kelompok umur dan gendernya, yang memberikan gambaran tentang karakter gadis remaja yaitu memiliki rasa empati dan kedermawanan yang ditunjukkan ketika gadis tersebut saling menawarkan makanan kepada temannya.

Gambar 10 : Iklan 2 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-30

Tabel 10 : Iklan 2 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Interaksi berbagi camilan	2. Berbagi camilan sebagai aktivitas yang menyenangkan
Tanda Denotatif	
3. Dua gadis berbagi Cemilan	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Aktivitas berbagi dan bernyanyi memperkuat makna bahwa produk ini bagian dari momen menyenangkan dalam pertemanan.	5. Mengkonstruksi bahwa Appetito bukan sekadar camilan biasa, tetapi juga elemen yang dapat mempererat interaksi sosial.
Tanda Konotatif	
6. Bernyanyi bersama setelah makan menggambarkan kebahagiaan	

Adegan: Gadis di sebelah kanan menerima pemberian camilan Appetito dari gadis di sebelah kiri. Mereka bersama-sama menikmati camilan tersebut dengan bahagia. Adegan diakhiri dengan kedua gadis itu bernyanyi dan berkata “Appetito snack stik seru, gurihnya dari ujung ke ujung”.

1). Denotasi

- a). Dua gadis tersebut saling membagikan cemilan.
- b). Canda tawa dan bernyanyi bersama sambil menikmati cemilan.

2). Konotasi

- a). **Berbagi cemilan sebagai simbol kebersamaan.**

Konotasi: Memberikan pesan bahwa cemilan Apetito tidak hanya memiliki rasa yang enak namun juga memperkuat citra produk sebagai pemererat hubungan pertemanan dan kebersamaan.

- b). **Bernyanyi dan bercanda bersama.** Konotasi:

Perilaku ini melambangkan perasaan bebas, ekspresi kebahagiaan dan rasa pesahabatan.

3). Mitos

- a). Pada iklan ini pengiklan ingin membangun citra Apetito, Produk ini diperlihatkan sebagai elemen penting dalam menciptakan hubungan yang dekat dan kebersamaan antar teman.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan intensional yaitu makna berasal dari intensi individu dalam hal ini pengiklan, ditunjukkan dengan dialog persuasif diakhir yaitu *“Apetito snack stik seru, gurihnya dari ujung ke ujung”*.

- a). Adegan ini dikonstruksi oleh pengiklan untuk menciptakan makna bahwa Appetito bukan sekadar camilan, tetapi juga elemen penting dalam membangun hubungan sosial dan menikmati kebersamaan.

2. Hasil Analisis Iklan Sisipan Sinetron Saleha Episode 31

a. Iklan 3 “Esemag”

Gambar 11: Iklan 3 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 11 : Iklan 3 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Cara makan yang terburu-buru	2. Kambuhnya sakit maag akibat pola makan yang kurang baik (alodokter)
Tanda Denotatif	
3. Seorang wanita sedang makan mie pedas dengan terburu-buru.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Teman yang sigap membantu memberikan kesan hubungan sosial yang baik.	5. Menekankan bahwa produk ini tidak hanya penting untuk dikonsumsi sendiri, tetapi juga dapat diberikan kepada orang lain.
Tanda Konotatif	
6. Teman yang memberikan Esemag menggambarkan kepedulian terhadap kesehatan orang terdekat.	

Adegan: Seorang wanita sedang makan mie pedas, teman nya lalu datang memperingatkan untuk tidak terburu-buru ketika makan. Hal yang ditakutkanpun terjadi, wanita itu penyakit maag nya kambuh. Sang teman lalu berinisiatif menolong dengan memberikan obat maag Esemag.

1). Denotasi

- a). Seorang wanita makan mie pedas secara terburu-buru.
- b). Teman wanita nya mengingatkanya.
- c). Teman memberikan Esemag.

2). Konotasi

a). Makan mie pedas dengan terburu-buru

sebagai kebiasaan buruk. Konotasi:

menggambarkan banyak orang yang kurang memperhatikan kebiasaan saat makan. Makanan pedas serta makan secara terburu-buru dapat meningkatkan resiko maag.(Murzen, 2024)

b). Peringatan teman sebagai bentuk kepedulian.

Konotasi: Menunjukkan bahwa ketika seseorang sedang melakukan perbuatan yang buruk maka sebagai teman harus menasihatinya sebagai bentuk kepedulian.

c). Obat Esemag sebagai solusi pertama.

Konotasi: Mengindikasikan bahwa Esemag adalah obat yang efektif dalam meredakan sakit maag.

3). Mitos

a). Peringatan teman sebagai bentuk kebijaksanaan,

memperkuat mitos bahwa nasihat dari orang lain sering kali benar dan perlu didengarkan.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Adegan ini merepresentasikan kebiasaan perempuan yang selalu peduli dengan temannya. Hal ini ditunjukkan dalam adegan ini dengan sang teman yang sigap memberikan pertolongan pertama pada temannya yang sedang terkena sakit maag.

Gambar 12 : Iklan 3 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 12 : Iklan 3 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Ekspresi lega setelah minum obat.	2. Solusi bagi penderita maag dengan mengonsumsi Esemag.
Tanda Denotatif	
3. Setelah meminum Esemag, sakit maagnya segera hilang.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Kembali makan setelah sembuh dengan lebih berhati-hati menandakan seseorang bisa belajar dari kesalahan yang sebelumnya	5. Esemag diperlukan sebagai solusi jika sewaktu-waktu maag kambuh.
Tanda Konotatif	
6. Menyiratkan pesan edukatif tentang pentingnya menjaga pola makan untuk mencegah sakit maag di masa depan.	

Adegan: Sang wanita tersebut lalu langsung meminum Esemag dan secara cepat sakit maagnya hilang. Lalu ia berterimakasih kepada temannya dan melanjutkan makan namun kali ini dengan lebih berhati-hati.

1). Denotasi

- Sakit maag wanita itu segera sembuh.
- Wanita tersebut berterimakasih pada temannya.
- Wanita kembali makan dengan lebih berhati-hati.

2). Konotasi

- Efektifitas obat Esemag.** Konotasi: Membentuk ide bahwa obat esemag adalah obat yang efektif dalam meredakan sakit maag.

b). Pentingnya mendengar nasihat teman.

Konotasi: Menunjukkan bahwa kepedulian sosial dapat membantu seseorang dalam menjalani kehidupan yang lebih baik.

c). Makan dengan lebih hati-hati sebagai bentuk pembelajaran. Konotasi: Menyiratkan bahwa

seseorang bisa belajar dari kesalahan yang sebelumnya dan menjadi lebih bijak dalam melakukan sesuatu di masa depan.

3). Mitos

a). Menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk sosial, sehingga perlu bantuan dari orang lain.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

a). Makna dalam adegan ini dikonstruksi untuk menampilkan bahwa Esemag adalah solusi cepat dan efektif untuk meredakan sakit maag, sekaligus menanamkan ide bahwa belajar dari pengalaman itu penting.

b. Iklan 4 “Snackit Marshmallow”

Gambar 13 : Iklan 4 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 13 : Iklan 4 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Seorang gadis sedang menggambar kakaknya di ruang tamu.	2. Menggambar sebagai bentuk penghargaan terhadap kakaknya.
Tanda Denotatif	
3. Momen interaksi antara saudara yang harmonis.	
Tanda Konotatif	
4. Kakak memberikan Snackit Marshmallow sebagai bentuk apresiasi.	5. Hadiah sebagai simbol kasih sayang (Budiyanto, 2025)
Tanda Konotatif	
6. Hadiah dari kakak menunjukkan bentuk kasih sayang dan dukungan keluarga.	

Adegan: Seorang gadis sedang menggambar kakak perempuannya di ruang tamu, lalu sang kakak datang dan memuji karya adiknya itu. Lalu karena sang kakak bangga dengan adiknya, dia memutuskan untuk memberikan adiknya cemilan Snackit Marshmallow.

1). Denotasi

- a). Seorang gadis sedang menggambar kakanya di ruang tamu.
- b). Kakaknya datang dan memuji hasil gambarnya.
- c). Karena bangga, sang kakak memberikan Snackit Marshmallow kepada adiknya.

2). Konotasi

- a). **Aktifitas menggambar sang kakak.** Konotasi: Melambangkan kreativitas serta memberikan konteks hubungan antara sang gadis dengan kakanya.
- b). **Pujian dari kakak.** Konotasi: Menunjukkan bentuk kasih sayang dan dukungan keluarga.
- c). **Pemberian cemilan sebagai hadiah.** Konotasi: Dimaknai sebagai bentuk penghargaan atau simbol kasih sayang dari kakak kepada adik. Hadiah merupakan. Ketika seseorang memberikan hadiah dengan penuh perhatian dan kepedulian, hal itu membuat penerima merasa dihargai dan diingat, sehingga mempererat hubungan mereka. (Budiyanto, 2025)

3). Mitos

- a). Adegan ini menunjukkan mitos bahwa seorang kakak bertanggung jawab untuk membimbing dan menyayangi adiknya, yang tercermin dalam tindakan sang kakak memberikan Snackit Marshmallow.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Peran kakak sebagai sosok yang mendukung dan menghargai adiknya ditekankan dalam iklan ini. Hubungan antar keluarga terutama antar saudara perempuan direpresentasikan sebagai sesuatu yang harmonis, dimana kebanggaan dan perhatian antar saudara dapat diekspresikan dengan hal kecil seperti memberi cemilan atau melalui lukisan.

Gambar 13 : Iklan 4 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 14 : Iklan 4 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Sang kakak memberikan tebak-tebakan kepada adiknya.	2. Aktifitas bermain bersama antar kakak dan adik sebagai bentuk interaksi.
Tanda Denotatif	
3. Hubungan kekeluargaan yang penuh keceriaan.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Makan cemilan bersama dikonstruksi sebagai simbol kebersamaan.	5. Snackit Marshmallow menjadi simbol kebahagiaan dalam interaksi keluarga.
Tanda Konotatif	
6. Menunjukkan bahwa Snackit Marshmallow adalah media yang mempererat hubungan antar anggota keluarga	

Adegan: Sebelum memberikan cemilan Snackit Marshmallow, sang kakak memberikan tebak-tebakan kepada sang adik. Jika tebakannya benar, sang adik akan mendapatkan semua cemilan tersebut. Sang adik menyetujui tantangan itu dan berhasil menebak dengan benar. Sang kakak kemudian

memberikan semua cemilan tersebut. Sang adik berterima kasih, dan akhirnya mereka berdua makan bersama dengan bahagia.

1). Denotasi

- a). Bermain tebak-tebakan bersama sebelum memberikan cemilan.
- b). Kedua saudara tersebut makan cemilan bersama dengan bahagia.

2). Konotasi

- a). **Aktifitas bermain bersama antar kakak dan adik.** Konotasi: Mengindikasikan bahwa interaksi antara kakak dan adik tidak hanya sekedar berbagi, tetapi juga melibatkan unsur edukasi dan hiburan.
- b). **Makan cemilan bersama dikonstruksi sebagai simbol kebersamaan.** Konotasi: Menunjukkan bahwa Snackit Marshmallow bukan hanya cemilan, tetapi juga media yang mempererat hubungan antar anggota keluarga.

3). Mitos

- a). Dalam adegan ini pengiklan ingin membangun mitos bahwa momen interaksi sosial dan kebersamaan akan lebih menyenangkan jika sambil menikmati Snackit Marshmallow.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan intensional.

- a). Pengiklan ingin membentuk citra bahwa cemilan Snackit Marshmallow mendukung nilai kekeluargaan dan kebahagiaan. Sehingga, mereka merancang adegan ini untuk mengkomunikasikan bahwa produk ini bukan hanya lezat, namun juga berkontribusi dalam menciptakan suasana bahagia dan harmonis dalam interaksi antar keluarga.

b. Iklan 5 “Roma Bonita”

Gambar 14 : Iklan 5 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 15 : Iklan 5 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Seorang gadis sedang belajar ingin makan bolu ulang tahun.	2. Keinginan seorang anak untuk menikmati momen spesial.
Tanda Denotatif	
3. Harapan akan kesenangan yang dikaitkan dengan konsumsi makanan tertentu.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Sang kakak memberikan bolu Bonita untuk menghibur adiknya yang kecewa.	5. Solusi dari sang kakak dengan memberikan bolu.
Tanda Konotatif	
6. Mengambarkan peran kakak yang peduli dengan adiknya	

Adegan: Seorang gadis sedang belajar namun terganggu karena terus memikirkan pesta ulang tahun disebelah rumahnya dan berharap mendapat kue bolu ulang tahun. Setelah ada yang mengetok pintu sang gadis kegirangan karena mengira akan mendapat kue bolu ulang tahun tersebut, tetapi ternyata yang dibalik pintu adalah sang kakak. Melihat adiknya yang kecewa, sang kakak memberikan cemilan bolu Bonita agar adiknya tidak bersedih.

1). Denotasi

- a). Seorang gadis sedang belajar di ruang tamu terganggu dengan pesta ulang tahun.
- b). Yang datang adalah kakaknya, bukan seseorang yang membawa kue bolu ulang tahun.

- c). Sang kakak melihat kekecewaan adiknya dan memberikan bolu Bonita sebagai pengganti harapannya.

2). Konotasi

- a). **Belajar teganggu oleh pesta ulang tahun.**

Konotasi: Melambangkan keinginan dan harapan sang gadis tentang sesuatu yang menyenangkan.

- b). **Kecewa karena tidak mendapat kue bolu**

ulang tahun. Konotasi: Menunjukan bentuk harapan yang tidak terpenuhi dan perasaan sedih karena keinginan tidak tercapai.

- c). **Solusi dari sang kakak dengan memberikan**

bolu. Konotasi: menggambarkan peran kakak perempuan yang peduli dengan adiknya.

3). Mitos

- a). Adegan ini mengukuhkan nilai keluarga di mana

anggota keluarga saling mendukung dan berbagi kebahagiaan satu sama lain yang tercemin pada perilaku sang kakak perempuan yang tidak ingin melihat adiknya bersedih.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Adegan ini merepresentasikan perempuan sebagai sosok yang penyayang serta peduli pada anggota keluarganya. Hal ini dikokohkan dengan sang kakak yang membeli bolu Bonita bahkan sebelum diminta adiknya, sehingga sang kakak dapat menghibur adiknya ketika sudah sampai rumah.

Gambar 15 : Iklan 5 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 16 : Iklan 5 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Sang adik dan kakak menikmati bolu bersama.	2. Momen kebersamaan muncul saat menikmati makanan bersama keluarga.
Tanda Denotatif	
3. Kegiatan makan bolu bersama keluarga	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Bercanda bersama setelah makan bolu.	5. Momen kebahagiaan dan kebersamaan antar saudara.
Tanda Konotatif	
6. Mengisyaratkan bahwa berbagi makanan dapat menciptakan kebahagiaan dan mempererat hubungan emosional.	

Adegan: Akhirnya mereka berdua makan cemilan bolu Bonita bersama-sama. Sang adik terlihat bahagia ketika memakan cemilan tersebut dan sang kakak senang karena sang adik sudah tidak sedih lagi. Adegan ditutup dengan mereka berdua yang saling bercanda dan menikmati kebersamaan mereka secara bahagia.

1). Denotasi

- a). Sang adik dan kakak menikmati bolu bersama.
- b). Sang kakak senang melihat adiknya tidak sedih lagi.
- c). Adegan diakhiri dengan mereka berdua yang bahagia.

2). Konotasi

a). **Makan cemilan bersama.** Konotasi:

Menggambarkan hubungan harmonis antar saudara perempuan.

b). **Kakak merasa senang.** Konotasi: Menunjukkan

peran kakak sebagai sosok yang peduli dan ikut bahagia ketika adiknya juga bahagia.

c). **Bercanda bersama.** Konotasi: Mengisyaratkan

bahwa berbagi makanan dapat menciptakan kebahagiaan dan mempererat hubungan emosional.

3). Mitos

a). Momen berbagi makanan seperti bolu Bonita

adalah cara untuk menciptakan kebahagiaan dan mempererat hubungan keluarga.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

a). Saudari perempuan dalam adegan ini

direpresentasikan sebagai individu yang saling mendukung dan berbagi kebahagiaan.

c. Iklan 6 “Astor”

Gambar 16 : Iklan 6 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 17 : Iklan 6 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Seorang wanita terburu-buru ingin pergi, namun temannya masih tidur.	2. Situasi keseharian di mana seseorang harus menyesuaikan rencana.
Tanda Denotatif	
3. Momen merubah rencana menjadi bagian dari aktivitas sosial yang dapat memengaruhi emosi antarindividu.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Wanita yang terburu-buru menggambarkan semangat dan antusias.	5. Temannya yang tidur menunjukkan bahwa tidak semua orang memiliki urgensi yang sama
Tanda Konotatif	
6. Situasi ini membangun dinamika sosial yang menyoroti pentingnya komunikasi dan fleksibilitas dalam interaksi antar teman.	

Adegan: Seorang wanita terlihat terburu-buru ingin pergi jalan-jalan, lalu ia mendapati temannya ternyata masih tidur padahal sudah jam nya mereka pergi. Sang wanita tersebut kemudian membangunkan temanya dan bertanya kenapa mereka belum pergi. Lalu temanya menjawab bahwa mobilnya masihh dipakai kakaknya sehingga mereka harus menunggu. Sang gadis pun menyetujuinya.

1). Denotasi

- a). Seorang wanita sedang teburu-buru ingin pergi jalan-jalan.
- b). Sang wanita mendapati temanya yang masih tidur meski sudah membuat rencana.
- c). Mereka akhirnya sepakat menunggu.

2). Konotasi

- a). **Wanita yang terburu-buru.** Konotasi: Melambangkan sifat perempuan yang semangat dan antusias dalam melakukan sesuatu.
- b). **Teman yang masih tidur.** Konotasi: Menunjukan bentuk perbedaan urgensi antar individu.
- c). **Bersepakat menunggu.** Konotasi: menggambarkan sifat perempuan yang mau diajak kompromi dan fleksibel ketika rencananya tidak sesuai harapan.

3). Mitos

- a). Adegan ini menyinggung mitos bahwa orang yang santai cenderung kurang bertanggung jawab, iklan sering kali membangun kontras sifat karakter untuk menciptakan dinamika cerita yang menarik.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Pada adegan iklan ini merespresentasikan beberapa sifat perempuan. Sang wanita merepresentasikan perempuan yang aktif dan selalu memikirkan rencana agar kegiatannya berjalan dengan baik. Ia juga merepresentasikan perempuan yang mau diajak kompromi ketika kegiatannya tidak sesuai rencana.

Gambar 17 : Iklan 6 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 18 : Iklan 6 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Mereka menikmati cemilan Astor bersama sambil menunggu.	2. Aktivitas makan sebagai cara untuk mengisi waktu.
Tanda Denotatif	
3. Cemilan menjadi bagian dari interaksi sosial yang menjadi solusi dalam mengisi waktu	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Mencoba setelah melihat temannya menunjukan pengaruh sosial dalam membentuk opini.	5. Keputusan seseorang dipengaruhi oleh tindakan orang lain. (Cherry, 2024)
Tanda Konotatif	
6. Cemilan bisa menyatukan teman dan menciptakan suasana yang lebih menyenangkan.	

Adegan: Sambil menunggu, sang teman akhirnya menyarankan untuk makan cemilan Astor. Awalnya, sang wanita agak skeptis, tetapi setelah melihat temannya makan dengan nikmat, ia pun mencoba dan akhirnya menyukai cemilan tersebut. Mereka akhirnya makan Astor bersama dengan bahagia.

1). Denotasi

- a). Sang teman menyarankan untuk makan cemilan Astor sambil menunggu mobil.
- b). Setelah melihat temannya menikmati cemilan, ia pun mencoba dan ternyata menyukai rasanya.
- c). Mereka akhirnya menikmati cemilan Astor bersama.

2). Konotasi

- a). **Menunggu sambil makan cemilan.** Konotasi: Menunjukkan bahwa camilan bisa menjadi solusi mengisi waktu sambil bersantai.
- b). **Mencoba setelah melihat temannya.** Konotasi: Keputusan seseorang sering dipengaruhi oleh tindakan orang lain, dikenal dalam psikologi sosial sebagai konformitas. Konformitas adalah penyesuaian sikap, pendapat, atau perilaku

individu agar sesuai dengan norma atau ekspektasi kelompok. (Cherry, 2024)

c). **Menikmati cemilan Astor bersama.** Konotasi:

Menggambarkan kebersamaan dan kebahagiaan yang tercipta dari pengalaman berbagi.

3). Mitos

- a). Adegan ini menunjukkan mitos pengaruh teman dalam mengambil keputusan mengonsumsi sesuatu. Seseorang cenderung lebih percaya untuk mencoba sesuatu setelah melihat orang lain menikmatinya.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Adegan iklan ini mengonstruksi bahwa perempuan merupakan individu yang toleran dan fleksibel, hal ini ditandai dengan sang wanita yang fleksibel dengan rencannya dan ketika temannya yang menyarankan untuk memakan cemilan sambil menunggu, Sang wanita tidak marah dan sebaliknya ia terlihat senang ketika makan bersama temannya.

d. Iklan 7 “Roma Sandwichi”

Gambar 18 : Iklan 7 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 19 : Iklan 7 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Sang wanita ingin melakukan tarian Tiktok bersama temannya.	2. Tiktok menjadi aktivitas hiburan keseharian anak muda. (Chao et al., 2023)
Tanda Denotatif	
3. Melakukan tarian Tiktok diasosiasikan dengan keseruan dan ekspresi diri.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Ajakan menari bersama menunjukan nilai kebersamaan.	5. Kegiatan kreatif di media sosial dapat menjadi pengalaman bersama yang menyenangkan
Tanda Konotatif	
6. Menari bersama melambangkan keterlibatan dalam hal digital dan tren media sosial yang sedang populer	

Adegan: Seorang wanita sedang bermain hp lalu datang teman perempuannya. Sang teman bertanya apa yang sedang wanita itu lakukan, wanita itu menjawab bahwa dia sedang ingin melakukan dance Tiktok tentang roma Sandwichi dan mengajak temannya untuk bergabung. Lalu merak berhasil dengan mulus memperagakan gerakan tarian tersebut.

1). Denotasi

- a). Sang wanita ingin melakukan tarian Tiktok.
- b). Temannya yang penasaran, akhirnya diajak untuk bergabung.
- c). Mereka berdua kemudian memperagakan gerakan tarian TikTok tersebut dengan mulus.

2). Konotasi

- a). **Melakukan tarian Tiktok.** Konotasi: Melambangkan keterlibatan dalam hal digital dan tren media sosial yang sedang populer, terutama di kalangan anak muda atau remaja. Penelitian yang diterbitkan dalam Psychiatry Research menemukan bahwa dari 1.346 remaja yang disurvei, 85,2% menggunakan platform video pendek seperti TikTok. (Chao et al., 2023)

b). **Ajakan Menari bersama.** Konotasi:

menunjukkan nilai kebersamaan dan bahwa kegiatan kreatif di media sosial dapat menjadi pengalaman bersama yang menyenangkan.

c). **Asosiasi dengan Roma Sandwichi.** Konotasi:

Menggambarkan citra produk Roma Sandwich yang dikaitkan dengan tren yang sedang naik daun serta positif.

3). Mitos

a). Partisipasi dalam tren digital (seperti tarian Tiktok) adalah ritual sosial modern yang menciptakan suasana keakraban, inovasi, dan kreativitas.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

a). Adegan iklan ini merepresentasikan wanita sebagai individu yang kreatif, modern, dan aktif dalam tren digital. Iklan ini juga merepresentasikan wanita sebagai sosok yang ekspresif dalam menunjukan bakatnya.

Gambar 19 : Iklan 7 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 20 : Iklan 7 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Dua wanita itu makan cemilan bersama.	2. Menikmati makanan ringan bagian dari kebersamaan.
Tanda Denotatif	
3. Dua wanita itu makan dengan bahagia.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Keputusan mereka untuk berbagi Roma Sandwichi lagi di lain waktu.	5. Produk dikaitkan dengan pengalaman menyenangkan yang ingin diulang.
Tanda Konotatif	
6. Roam Sandwichi merupakan camilan yang melengkapi momen kebahagiaan.	

Adegan: Kedua wanita tersebut mendiskusikan betapa menyenangkannya tarian Tiktok tersebut. Setelah itu mereka memutuskan untuk makan cemilan Roma Sandwichi. Mereka akhirnya menikmati Roma Sandwichi dengan senang dan memutuskan akan berbagi lagi di lain waktu.

1). Denotasi

- a). Kedua wanita mendiskusikan tarian Tiktok yang baru saja mereka lakukan.
- b). Mereka berdua kemudian makan cemilan Roma Sandwichi.
- c). Mereka memutuskan untuk berbagi cemilan lagi di lain kesempatan.

2). Konotasi

- a). **Tarian Tiktok sebagai aktivitas sosial.**

Konotasi: Menggambarkan bahwa melakukan tantangan tarian Tiktok bukan hanya sebagai hiburan, namun juga bentuk kebersamaan antar teman.

- b). **Roma Sanwichi sebagai pelengkap**

kebersamaan. Konotasi: menunjukkan bahwa Roam Sandwichi merupakan camilan yang melengkapi momen kebahagiaan.

- c). **Berbagi antar teman.** Konotasi: Janji untuk

berbagi kembali menandakan bahwa menikmati camilan bersama bukan sekadar untuk konsumsi belaka, namun juga sebagai simbol keakraban dan solidaritas sosial antar teman.

3). Mitos

- a). Adegan ini membangun mitos bahwa budaya berbagi camilan merupakan sesuatu yang ideal dalam interaksi sosial anak muda.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Selain merepresentasikan wanita sebagai individu yang kreatif, iklan ini juga merepresentasikan wanita sebagai sosok yang yang suka berbagi dan menghargai kebersamaan.

e. Iklan 8 “Coklat Dilan”

Gambar 20 : Iklan 8 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 21 : Iklan 8 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Seorang wanita galau ingin menghapus foto mantan.	2. Menghapus foto mantan menandakan berakhirnya hubungan percintaan.
Tanda Denotatif	
3. Seorang wanita ingin melupakan mantannya dengan menghapus foto mantannya.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Setelah memakan coklat, suasana berubah menjadi lebih cerah.	5. Coklat sebagai simbol dukungan emosional. (Brenner, 2021)
Tanda Konotatif	
6. Coklat sebagai simbol kenyamanan yang dapat membantu seseorang melewati masa sulit dengan lebih baik.	

Adegan: Seorang wanita sedang galau ingin menghapus foto mantan pacar di hpnya. Lalu teman wanitanya dengan perhatian menanyakan apakah dia yakin ingin menghapus foto mantannya. Si wanita yakin dan ingin melupakan pria tersebut. Sebagai bentuk dukungan, temannya memberikan cemilan coklat Dilan. Setelah memakan coklat tersebut, suasana berubah menjadi lebih cerah dan mereka menikmati coklat Dilan bersama dengan perasaan yang lebih ceria.

1). Denotasi

- a). Sang wanita ingin tampak bingung dan sedih ingin menghapus foto mantanya.
- b). Temannya memberikan coklat dilan sebagai bentuk dukungan.

- c). Setelah memakan coklat tersebut, ekspresi wanita yang sebelumnya sedih berubah menjadi lebih ceria.

2). Konotasi

- a). **Menghapus foto mantan sebagai simbol**

melepaskan masa lalu: Adegan ini melambangkan proses move on dari hubungan yang telah berakhir.

- b). **Coklat sebagai simbol kenyamanan**

emosional. Konotasi: coklat sering menjadi lambang bentuk dukungan emosional, khususnya dalam dunia percintaan. Konsumsi coklat dapat merangsang pelepasan endorfin dan serotonin, yang dikenal sebagai "hormon kebahagiaan", sehingga membantu mengurangi gejala depresi dan kecemasan. (Brenner, 2021)

- c). **Persahabatan sebagai bentuk dukungan**

emosional. Konotasi: Tindakan teman dalam memberikan coklat menunjukkan nilai kepedulian dan dukungan emosional dalam persahabatan.

3). Mitos

- a). Coklat sering diasosiasikan dengan kenyamanan emosional dan sebagai solusi ketika seseorang merasa sedih atau patah hati..

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Adegan iklan ini merepresentasikan wanita sebagai individu yang mudah mengalami perubahan emosi dan membutuhkan dukungan sosial untuk bangkit dari kesedihan. Wanita juga direpresentasikan sebagai sosok yang memiliki solidaritas tinggi terhadap sahabatnya apalagi jika menyangkut dunia percintaan.

Gambar 21 : Iklan 8 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-31

Tabel 22 : Iklan 8 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Si wanita yang galau bertanya tentang nasihat percintaan.	2. Seorang wanita yang mengalami kesedihan dalam hubungan asmara sedang mencari nasihat.
Tanda Denotatif	
3. Si wanita yang galau bertanya tentang nasihat percintaan untuk mengurangi kesedihannya	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Temannya dengan perhatian memberikan saran dan mencoba menghiburnya.	5. Memberikan perhatian sebagai bentuk kepedulian
Tanda Konotatif	
6. Menunjukkan sifat kebersamaan dan kepedulian antar sahabat.	

Adegan: Setelah menikmati coklat Dilan bersama. Si wanita bertanya pada temannya mengenai nasihat dalam dunia percintaan. Temannya lalu dengan penuh perhatian berusaha memberikan nasihat serta mencoba menghiburnya dengan memberikan coklat Dilan varian lain. Adegan berakhir dengan mereka berdua bercanda bersama.

1). Denotasi

- a). Si wanita yang galau mulai bertanya tentang nasihat percintaan.

- b). Temannya dengan perhatian memberikan saran dan mencoba menghiburnya sambil memberikan varian lain coklat Dilan.
- c). Mereka berdua bercanda bersama dan suasana yang ceria.

2). Konotasi

- a). **Mencari nasihat sebagai bentuk refleksi diri.**

Konotasi: Melambangkan keinginan untuk berubah dan memperbaiki emosional diri membutuhkan sudut pandang orang lain untuk memahami situasi yang terjadi.

- b). **Memberikan perhatian sebagai bentuk**

solidaritas. Konotasi: Teori Etika peduli menyoroti pentingnya hubungan dan makna moral dalam kepedulian terhadap orang lain, menekankan bahwa kepedulian merupakan sifat dasar manusia. (Dunn & Burton, 2025)

- c). **Canda dan tawa sebagai simbol pemulihan**

emosional. Konotasi: Menggambarkan seseorang yang sedih bisa kembali ceria melalui interaksi sosial dan dukungan teman.

3). Mitos

- a). Hubungan dekat antara sahabat perempuan digambarkan sebagai elemen penting dalam mengatasi kesedihan akibat putus cinta.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Adegan iklan ini merepresentasikan wanita sebagai individu yang saling mendukung satu sama lain dalam menghadapi masalah emosional.

2. Hasil Analisis Iklan Sisipan Sinetron Saleha Episode 127

a. Iklan 9 “Le Minerale”

Gambar 22 : Iklan 9 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 23 : Iklan 9 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Dua wanita mengobrol mengenai bahaya BPA dalam produk plastik.	2. Kesadaran akan kesehatan keluarga dalam kehidupan sehari-hari.
Tanda Denotatif	
3. Produk dengan label "bebas BPA" dianggap lebih sehat dan aman dibandingkan yang masih mengandung BPA.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Wanita berbaju coklat menyarankan galon Le Minerale sebagai alternatif yang lebih aman.	5. Produk Le Minerale dikonstruksi sebagai produk yg sehat bebas dari bahaya BPA.
Tanda Konotatif	
6. Mengkonstruksi pesan bahwa produk Le Minerale adalah alternatif produk minuman kemasan yang lebih aman	

Adegan: Adegan menampilkan dua orang wanita yang sedang mengobrol mengenai bahaya Bisphenol A (BPA) dalam produk plastik. Wanita berbaju putih menjelaskan bahwa ia telah mengganti botol susu bayinya dengan produk bebas BPA, tetapi ternyata ia masih menggunakan galon yang mengandung BPA. Ia pun terkejut setelah mengetahuinya, dan wanita berbaju coklat menyarankan penggunaan galon Le Minerale sebagai alternatif yang lebih aman.

1). Denotasi

- a). Dua wanita mengobrol mengenai bahaya BPA dalam produk plastik.
- b). Wanita berbaju putih menyebutkan bahwa ia telah mengganti botol susu bayinya dengan yang bebas BPA.
- c). Wanita berbaju coklat merekomendasikan galon Le Minerale sebagai solusi.

2). Konotasi

- a). **Kesadaran akan kesehatan produk.** Konotasi: Menampilkan kesadaran konsumen akan bahaya yang terdapat pada produk yang mereka gunakan.
- b). **Bahaya BPA dalam produk sehari-hari.** Konotasi: tidak sadarnya wanita berbaju putih akan kandungan bpa pada galon menunjukkan bahwa masih ada banyak produk sehari-hari yang diam-diam mengandung resiko kesehatan.
- c). **Le Minerale sebagai solusi yang lebih aman.** Konotasi: mengkonstruksi pesan bahwa produk Le Minerale adalah alternatif produk minuman kemasan yang lebih aman.

3). Mitos

- a). Kemasan Le Minerale ditampilkan bersih dan bening sedangkan kemasan produk mengandung bpa ditampilkan buram. Hal ini sesuai dengan mitos bahwa produk yang bersih pasti sehat.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Kedua wanita itu merepresentasikan perempuan sebagai sosok yang peduli akan kesehatan khususnya kesehatan keluarga, hal ini ditampilkan dengan si wanita baju putih sudah menggunakan botol susu bebas bpa agar anaknya tidak terkena efek samping dari produk BPA.

Tidak hanya produk untuk bayinya, mereka juga segera menyadari produk air galon yang kemasannya mengandung BPA sehingga memastikan bahwa semua anggota keluarganya terhindar dari efek samping dari BPA tersebut.

Gambar 23 : Iklan 9 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 24 : Iklan 9 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Wanita berbaju coklat menawarkan galon Le Minerale.	2. Le Minerale menawarkan produk bebas BPA
Tanda Denotatif	
3. Produk Le Minerale menjadi simbol kesehatan dan keamanan bagi keluarga.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Wanita berbaju putih merasa lebih aman karena kini keluarganya terhindar dari bahaya BPA.	5. Perempuan adalah sosok yang memperhatikan kesehatan keluarga
Tanda Konotatif	
6. Keputusan bijak dalam memilih produk sehat menyiratkan bahwa sang wanita peduli dengan kesehatan dirinya dan keluarganya.	

Adegan: Adegan dilanjutkan dengan wanita baju coklat yang menawarkan galon Le Minerale, si wanita baju putih langsung menyetujuinya. Setelah keduanya mencoba meminum Le Minerale, keduanya sepakat bahwa

minuman ini lebih sehat dan si wanita berbaju putih merasa lebih aman karena keluarganya sehat dan bebas dari BPA.

1). Denotasi

- a). Wanita berbaju coklat menawarkan galon Le Minerale kepada wanita berbaju putih.
- b). Wanita berbaju putih langsung menerima tawaran tersebut.
- c). Wanita berbaju putih merasa lebih aman karena kini keluarganya terhindar dari bahaya BPA.

2). Konotasi

- a). **Keputusan bijak dalam memilih produk sehat.** Konotasi: menyiratkan bahwa sang wanita peduli dengan kesehatan dirinya dan keluarganya.
- b). **Rasa aman bagi keluarga.** Konotasi: menggambarkan bagaimana perasaan aman muncul setelah memilih produk Le Minerale.
- c). **Kesepakatan bersama sebagai simbol validasi kualitas produk.** Konotasi: memberikan pesan bahwa Le Minerale tidak mengklaim sepihak mengenai kesehatan produk, namun juga didukung oleh pengalaman konsumen.

3). Mitos

- a). Perempuan menjadi pengambil keputusan didalam sebuah keluarga, khususnya jika keputusan tersebut menyangkut konsumsi.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Wanita direpresentasikan sebagai seorang yang peduli akan kesehatan dan siap beralih ke produk yang lebih sehat demi kesehatan keluarganya.

Hal ini mengisyaratkan bahwa tanpa seorang wanita/ibu kesehatan di rumah akan sangat terganggu.

b. Iklan 10 “Sunlight”

Gambar 24: Iklan 10 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 25 : Iklan 10 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Si suami menikmati masakan istrinya dan memberikan pujian.	2. Memberi pujian dalam hubungan.
Tanda Denotatif	
3. Memberi pujian menjadi salah satu bentuk apresiasi dari suami kepada istri	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Si istri menenangkan si suami yang khawatir piringnya sulit dibersihkan.	5. Peran istri sebagai pengelola rumah tangga.
Tanda Konotatif	
6. Sang istri direpresentasikan sebagai wanita yang bertanggung jawab dalam urusan rumah tangga.	

Adegan: Sepasang suami istri sedang berada di dapur. Sang suami mengapresiasi masakan sang istri yang enak. Namun sang suami merasa bahwa piring kotornya akan sulit untuk dibersihkan. Lalu si istri menenangkan si suamidan berkata tidak perlu khawatir karena mereka menggunakan sabun cuci piring Sunlight.

1). Denotasi

- a). Si suami menikmati masakan istrinya dan memberikan pujian.
- b). Si suami merasa khawatir piringnya sulit dibersihkan.

- c). Si istri menenangkan si suami dengan menyebut Sunlight dapat membersihkan lemak dan kotoran.

2). Konotasi

- a). **Kebersamaan di dapur sebagai simbol keharmonisan rumah tangga.** Konotasi:

mengambarkan kebahagiaan sepasang suami istri yang menikmati momen kebersamaan meskipun hanya momen sederhana dalam kehidupan sehari-hari.

- b). **Peran istri sebagai pengelola rumah tangga.**

Konotasi: Sang istri direpresentasikan sebagai wanita yang bertanggung jawab dalam urusan rumah tangga, termasuk pemilihan produk rumah tangga yang tepat.

- c). **Kemudahan dalam mencuci piring.** Konotasi:

mengindikasikan bahwa Sunlight adalah produk yang tepat dalam membersihkan alat makan secara mudah dan cepat.

3). Mitos

- a). Perempuan lebih bertanggung jawab dan memiliki wawasan luas dalam urusan dapur dan kebersihan rumah.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Perempuan dalam adegan ini direpresentasikan sebagai sosok yang ahli dalam urusan rumah tangga. Meskipun terkadang representasi seperti ini cenderung negatif, namun dalam konteks ini perempuan digambarkan sebagai seseorang yang memiliki wawasan yang luas sehingga tanpa adanya peran seorang istri maka suami akan kesusahan dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Gambar 25 : Iklan 10 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 26 : Iklan 10 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Sang istri meminta suami mencuci piring.	2. Pergeseran tugas merupakan bentuk kerjasama dalam rumah tangga.
Tanda Denotatif	
3. Pembagian tugas domestik yang lebih setara dalam hubungan suami-istri.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Pasangan tersebut menyetujui kualitas Sunlight.	5. Persetujuan bersama dalam memilih produk rumah tangga.
Tanda Konotatif	
6. Pasangan yang sepakat dengan keunggulan Sunlight menggambarkan bahwa pemilihan produk rumah tangga adalah keputusan yang dapat didiskusikan bersama.	

Adegan: Adegan dilanjutkan dengan si Istri yang meminta untuk kali ini si suami yang mencuci piring. Si suami menyanggupi dan terkejut karena dia dengan mudah membersihkan piring kotor tersebut. Si istri lalu menjelaskan kelebihan Sunlight yang bahkan dapat dipakai secara aman di perlengkapan bayi. Adegan di akhiri dengan pasangan tersebut menyetujui keunggulan Sunlight.

1). Denotasi

- a). Sang istri meminta suami mencuci piring.
- b). Suami setuju, lalu terkejut karena piring bisa dibersihkan dengan mudah.
- c). Pasangan tersebut menyetujui dan mengapresiasi kualitas Sunlight.

2). Konotasi

a). Pekerjaan rumah tangga bisa dilakukan siapa

saja. Konotasi: Menekankan bahwa pekerjaan rumah dapat dilakukan oleh suami maupun istri.

Studi yang diterbitkan di The Atlantic pada tahun 2022 menemukan bahwa pasangan yang berbagi tanggung jawab untuk setiap tugas rumah tangga melaporkan tingkat kepuasan hubungan yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang membagi tugas secara individual. (Pinsker, 2022)

b). Sunlight sebagai solusi mudah dan efektif.

Konotasi: Reaksi terkejut suami menunjukkan bahwa Sunlight adalah produk yang efektif dan efisien dalam mencuci peralatan dapur.

c). Persetujuan bersama dalam memilih produk.

Konotasi: Pasangan yang sepakat dengan keunggulan Sunlight menggambarkan bahwa pemilihan produk rumah tangga adalah keputusan yang dapat didiskusikan bersama.

3). Mitos

a). Perempuan lebih mahir dalam pekerjaan rumah daripada laki-laki.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Adegan ini merepresentasikan seseorang perempuan memiliki kesetaraan dengan laki-laki. Hal ini ditunjukkan dengan si istri yang tidak sungkan meminta tolong suaminya untuk mencuci piring, meskipun hanya dalam lingkup kecil yaitu rumah tangga namun hal ini adalah langkah bagus dalam berkembangnya kesetaraan gender.

c. Iklan 11 “Apetito”

Gambar 26 : Iklan 11 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Gambar 27 : Iklan 11 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Keterangan: iklan ini tidak dianalisis kembali karena memiliki latar, dialog, dan struktur narasi yang sama persis seperti iklan *Apetito* yang ada pada episode 30. Yang menjadi pembeda hanyalah visual saja yaitu mengganti karakter gadis yang disebelah kiri dengan karakter siswa laki-laki tanpa mengubah pesan utama dan elemen semiotik yang membentuk makna dalam iklan ini. Perubahan karakter ini tidak berdampak secara signifikan terhadap representasi yang telah dibangun pada iklan di episode 30, sehingga analisis pada episode sebelumnya tetap relevan.

d. Iklan 12 “Prochiz”

Gambar 28 : Iklan 12 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 27 : Iklan 12 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Seorang wanita sedang membuat sarapan di dapur.	2. Membuat sarapan sebagai rutinitas pagi.
Tanda Denotatif	
3. Sarapan diposisikan sebagai kegiatan penting dalam memulai hari.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Si wanita menyuruh temannya untuk membuat sarapan sendiri.	5. Sifat mandiri bisa dibentuk dengan membuat sarapan sendiri
Tanda Konotatif	
6. menyiratkan bahwa perempuan haruslah mandiri dalam melakukan hal-hal penting	

Adegan: Seorang wanita sedang membuat sarapan di dapur, lalu temannya datang dan bertanya apa yang sedang wanita itu lakukan. Setelah menjawab bahwa si wanita sedang membuat roti panggang, temannya juga mau. Si wanita menyuruh temannya untuk membuat sarapan sendiri karena sarapan bisa dibuat dengan simpel memakai keju Prochiz yang dapat membuat sarapan yang simpel menjadi spesial. Lalu mereka pun membuat dan menikmati sarapan mereka bersama-sama.

1). Denotasi

- a). Seorang wanita sedang membuat sarapan roti panggang di dapur.

- b). Temannya datang dan juga ingin sarapan, Si wanita menyuruh temannya untuk membuat sarapan sendiri.
- c). Mereka akhirnya membuat dan menikmati sarapan bersama.

2). Konotasi

- a). **Sarapan sebagai simbol kebersamaan.**

Konotasi: menggambarkan bahwa hal kecil seperti membuat sarapan bersama saja juga bisa menjadi momen untuk mempererat kebersamaan.

- b). **Menyuruh temannya untuk membuat**

sarapan sendiri. Konotasi: menyiratkan bahwa semua orang, khususnya dalam hal ini perempuan haruslah mandiri dalam melakukan hal-hal penting, seperti membuat makanan.

- c). **Keju Prochiz sebagai bahan makanan yang meningkatkan rasa.** Konotasi: mengkonstruksi

keju prochiz sebagai bahan yang dapat membuat makanan biasa menjadi lebih spesial.

3). Mitos

- a). Sarapan adalah hal yang penting untuk memulai hari, sehingga kita harus bisa membuat sarapan kita sendiri.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Perempuan direpresentasikan sebagai pribadi yang mandiri. Hal ini digambarkan dengan si wanita yang menyuruh temannya untuk membuat sarapan sendiri, apalagi dengan kemudahan yang ada dan si temannya juga menyanggupi dengan senang hati.

Gambar 29 : Iklan 12 Adegan 2



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 28 : Iklan 12 Adegan 2

Penanda	Petanda
1. Mereka memutuskan untuk membuat jasuke.	2. Aktivitas santai bersama teman.
Tanda Denotatif	
3. Aktivitas membuat cemilan bersama dalam hubungan pertemanan.	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
4. Mereka membuat dan menikmati bersama cemilan tersebut dengan ceria.	5. Membuat dan menikmati cemilan simbol kebersamaan antar teman. (De Neve et al., 2025)
Tanda Konotatif	
6. Membangun kesan bahwa memasak bisa menjadi aktivitas yang seru dan tidak membosankan	

Adegan: Setelah sarapan bersama, kedua wanita tersebut menonton film bersama sampai mereka merasa agak lapar. Si wanita berbaju ungu lalu menyarankan mencoba membuat jasuke dengan menggunakan keju Prochiz. Setelah itu mereka bersama-sama membuat jasuke. Adegan diakhiri dengan mereka berdua bersama-sama menikmati cemilan yang sudah mereka buat.

1). Denotasi

- a). Setelah sarapan, mereka menonton film bersama
- b). Merasa lapar, mereka memutuskan untuk membuat cemilan jasuke dengan keju Prochiz
- c). Mereka membuat dan menikmati bersama cemilan tersebut dengan ceria.

2). Konotasi

a). **Membuat dan makan cemilan bersama simbol**

kebersamaan. Konotasi: Laporan *World Happiness Report 2025* menemukan bahwa individu yang sering berbagi makanan dengan orang lain cenderung merasa memiliki dukungan sosial yang lebih kuat dibandingkan mereka yang jarang melakukannya. (De Neve et al., 2025)

b). **Keju Prochiz sebagai bahan makanan yang**

serbaguna. Konotasi: mengkonstruksi bahwa keju Prochiz adalah bahan makanan yang fleksibel dalam penggunaannya.

c). **Keceriaan dalam membuat makanan.**

Konotasi: adegan ini membangun kesan bahwa memasak bisa menjadi aktivitas yang seru dan tidak membosankan.

3). Mitos

a). **Cemilan adalah hal yang wajib ketika menonton film.**

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

a). Adegan Iklan ini juga merepresentasikan wanita sebagai sosok yang memiliki kreativitas yang tinggi dalam kreasi masakan.

e. Iklan 13 “Mak Cabe”

Gambar 30 : Iklan 13 Adegan 1



Sumber: www.vidio.com/watch/saleha-episode-127

Tabel 29 : Iklan 13 Adegan 1

Penanda	Petanda
1. Si pria enggan berbagi cemilannya. Dan si wanita kecewa.	2. Konflik kecil dalam hubungan akibat keinginan berbagi makanan.
Tanda Denotatif	
3. Situasi ringan yang menyoroti pentingnya berbagi dalam hubungan sosial.	
Tanda Konotatif	
4. Mereka berdua menikmati Mak Cabe bersama dengan bahagia.	5. Berbagi makanan bisa menjadi solusi hubungan sosial
Tanda Konotatif	
6. Memberikan pesan bahwa masalah dalam sebuah hubungan dapat diperbaiki jika mendengarkan pasangan.	

Adegan: Sepasang kekasih sedang bersantai, si pria sedang makan cemilan Mak Cabe sampai si wanita ingin mencobanya. Namun si pria menolak karena Mak Cabe sangatlah enak, si wanita akhirnya meminta putus kepada si pria dan mengancam ingin pergi. Namun hal itu di hentikan oleh maskot Mak Cabe dan memberikan solusi agar si pria membeli lagi cemilan tersebut. Akhirnya, mereka berdua menikmati Mak Cabe bersama dengan bahagia.

1). Denotasi

- a). Sepasang kekasih sedang bersantai bersama.
- b). Si pria enggan berbagi cemilannya. Dan si wanita kecewa.
- c). Maskot Mak Cabe muncul memberikan solusi untuk membeli lagi cemilan tersebut.
- d). Mereka makan bersama-sama.

2). Konotasi

- a). **Si pria tidak ingin berbagi cemilan Mak Cabe.**

Konotasi: menggambarkan bahwa Mak Cabe adalah cemilan yang saking enak nya sampai-sampai merasa enggan untuk berbagi.

- b). **Wanita merasa kecewa.** Konotasi: menyiratkan bahwa seorang wanita memiliki keinginan untuk berbagi dalam suatu hubungan.

- c). **Makan cemilan bersama-sama dengan bahagia.** Konotasi: memberikan pesan bahwa masalah dalam sebuah hubungan dapat diperbaiki jika mendengarkan pasangan.

3). Mitos

- a). Wanita memiliki sifat yang emosional, apalagi dalam sebuah hubungan.

4). Representasi

Setelah menganalisis semiotika pada adegan tersebut, ditemukan bahwa adegan ini berfokus pada pendekatan konstruksionis.

- a). Perempuan dalam iklan ini direpresentasikan sebagai sosok yang emosional, meskipun hal tersebut wajar terjadi pada suatu hubungan apalagi pada iklan ini disebabkan oleh si pria yang tidak ingin berbagi kepada pasangannya sendiri. meskipun begitu iklan ini juga merepresentasikan wanita sebagai sosok yang pemaaf, hal ini ditunjukkan ketika si wanita memaafkan si pria setelah si pria membelikan si wanita cemilan tersebut.

B. Struktur Naratif dan Semiotika Roland Barthes

Iklan sisipan pada sinetron Saleha menggunakan pola naratif sederhana dengan kegiatan sehari-hari sebagai plot utamanya. Plot dalam berbagai iklan sisipan pada sinetron ini menggunakan struktur klasik dengan tiga bagian utama yaitu situasi awal, konflik, dan penyelesaian masalah dengan produk. Pada situasi awal biasanya tokoh sedang melakukan kegiatan sehari-hari seperti mengerjakan tugas, sarapan, dan lain sebagainya.

Lalu muncul konflik atau kendala kecil seperti tokoh mengalami sakit maag, ingin makan bolu, dan lain sebagainya. Pada akhirnya adegan diakhiri dengan penyelesaian masalah tersebut dengan produk sebagai solusinya. Narasi ini membangun hubungan antara produk dengan pengalaman yang menyenangkan serta memperkuat daya tarik emosional bagi penonton.

Dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes dalam menganalisis berbagai iklan sisipan pada sinetron Saleha, peneliti dapat menemukan tanda denotatif atau makna yang sebenarnya dan tanda konotatif atau makna yang lebih dalam yang sering kali berhubungan dengan budaya dan teknologi. Dalam iklan sisipan pada sinetron ini, para pengiklan lebih mengutamakan penonton dapat memaknai iklan secara denotatif ditandai dengan semua iklan memiliki adegan yang menyanjung atau mengapresiasi produk mereka. Oleh karena itu, pencarian makna konotatif dibutuhkan agar dapat memberikan analisis yang lebih mendalam dalam menganalisis representasi didalam iklan sisipan tersebut.

C. Representasi Sosial dalam Iklan Sisipan

Terdapat tiga bentuk representasi dalam teori representasi Stuart Hall, yaitu reflektif, intensional, dan konstruksionis. Kebanyakan adegan dalam iklan sisipan di sinetron Saleha ini menggunakan pendekatan konstruksionis, dimana makna tidak sepenuhnya berasal dari realitas atau dari intensi individu, tetapi dibentuk melalui bahasa, budaya, dan sistem sosial. Berdasarkan analisis, iklan sisipan dalam sinetron Saleha membentuk representasi sosial tertentu, di antaranya:

1. Kebersamaan dan Solidaritas Sosial.

Pada semua iklan di episode 30 dan 31 sinetron saleha terkecuali iklan 1 episode 30, semua iklan sisipan tersebut menampilkan adegan tokoh yang berbagi produk yang diiklankan dengan orang lain, baik itu keluarganya maupun temannya. Pada iklan Apetito si gadis membagikan Apetito kepada temannya yang kehabisan makanan ringan, pada iklan Coklat Dilan, si wanita mencoba menghibur temannya dengan cara berbagi coklat Dilan. Berbagai adegan ini merepresentasikan manusia sebagai makhluk sosial dan individu yang senang berbagi dalam mempererat hubungan sosial. Hal ini divalidasi dengan semua iklan sisipan pada episode 127 juga memiliki pola yang sama, pada iklan galon Le Minerale si ibu rumah tangga diberi galon Le Minerale dari temannya, sedangkan pada iklan Prochiz si wanita juga membagikan keju Prochiz kepada temannya agar dapat membuat jastuke bersama.

Solidaritas sosial yang direpresentasikan pada berbagai iklan sisipan ini selaras dengan teori solidaritas sosial yang dikemukakan oleh Émile Durkheim. Menurut Durkheim dalam Muallif (2023), Solidaritas sosial adalah kesetiakawanan yang menunjuk pada suatu keadaan hubungan antara individu dan atau kelompok yang didasarkan pada perasaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama yang diperkuat oleh pengalaman emosional bersama. Durkheim membagi solidaritas sosial menjadi dua, yaitu solidaritas mekanik dan solidaritas organik. Solidaritas mekanik merupakan konsep bentuk kesatuan sosial di mana anggota masyarakat memiliki kesamaan dalam nilai, peran sosial, dan norma. Sedangkan solidaritas organik adalah bentuk solidaritas yang didasarkan pada ketergantungan fungsional antara individu atau kelompok yang memiliki perbedaan-perbedaan.

Representasi dari solidaritas sosial yang ada pada iklan sisipan sinetron Saleha episode 30 dan 31 termasuk kedalam solidaritas mekanik. Hal ini dikarenakan berbagai iklan sisipan tersebut menggambarkan interaksi sosial yang terjadi dalam konteks kesamaan nilai, norma, dan peran sosial antarindividu. Dalam iklan Apetito, si gadis berbagi makanan ringan dengan temannya yang kehabisan camilan, sementara dalam iklan Coklat Dilan, si wanita menghibur temannya dengan berbagi coklat. Demikian pula, dalam iklan galon Le Minerale dan Prochiz, tokoh-tokohnya saling berbagi produk dengan teman atau keluarga mereka. Adegan-adegan tersebut menunjukkan

bahwa individu merasa terikat satu sama lain karena kesamaan pengalaman dan nilai-nilai sosial yang dianut bersama. Dengan demikian, representasi solidaritas sosial dalam berbagai iklan sisipan tersebut sesuai dengan konsep solidaritas mekanik yang dikemukakan oleh Durkheim.

2. Representasi Perempuan Secara Tradisional Namun Dengan Citra Modern

Semua tokoh dalam episode 30 dan 31 memiliki gender perempuan, yang di representasikan secara beragam. Namun banyak pada iklan sisipan tersebut fokus pada tokoh perempuan yang mandiri, perhatian, atau memecahkan masalah dengan menggunakan produk tertentu. Dan hasilnya tokoh lain yang menerima bantuan dari tokoh tersebut merasa terbantu.

Representasi perempuan dalam iklan sisipan sinetron Saleha menunjukkan kombinasi antara stereotip tradisional dan citra modern. Di satu sisi perempuan di representasikan dalam peran konvensional misalnya sebagai pengasuh, dan simbol kelembutan, seperti dalam iklan Coklat Dilan dan iklan Roma Bonita pada episode 31. Di sisi lain ada upaya menampilkan perempuan yang aktif, mandiri, dan memiliki kontrol terhadap pilihan mereka sendiri, seperti pada episode iklan Snackit Marshmallow pada episode 30 dan iklan Astor pada episode 31. Hal ini divalidasi pada episode 127 dengan ditampilkannya tokoh ibu

rumah tangga yang meskipun menjadi pengambil keputusan konsumsi namun mereka ditampilkan cerdas dan memiliki kontrol terhadap pilihan mereka sendiri.

Representasi perempuan yang masih secara tradisional meskipun dengan citra modern dalam iklan sisipan ini juga dapat ditemukan pada iklan lain seperti yang penelitian dari Prihantini et al. (2024). Dimana penelitian tersebut menyoroti pentingnya rekonstruksi karakter perempuan dalam iklan untuk menciptakan representasi yang lebih kompleks dan positif yang mengangkat status mereka dan meningkatkan hubungan mereka. Terlebih dengan perempuan sebagai target audiens utama dari sinetron, maka pengiklan perlu membuat konten iklan yang tidak hanya bertujuan mengiklankan produk, tetapi juga mengangkat perempuan serta merepresentasikan perempuan tidak secara stereotipikal tradisional.