

Representasi Sikap Pantang Menyerah dalam Iklan Web Series Milenial “Males” Jadi Milineur pada Kanal Youtube Smartfren Super 4G Kuota (Analisis Semiotika Roland Barthes)

M. Ibrahim Prawiranegara¹⁾,
ibrahimprawiranegara@gmail.com,

Djudjur Luciana Radjagukguk²⁾,
djudjurluciana01@gmail.com,

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional¹⁾²⁾

ABSTRACT

Unyielding attitude is an attitude where someone is not easy to accept failure. So that the release of a Smartfren Super 4G Quota product in the Millennial web series “Males” Becomes a Millionaire intended for millennials so they don’t give up easily in reaching their dreams. Advertising plays a role in shaping and determining audience decisions in deciding the purchase and use of a product and service. Advertising is one of the forms of promotion most widely used and discussed by the public, this happens because advertising has a broad reach. The research aims to find out how the Representation of Unyielding Attitude in the “Males” Millennial Web Series Advertising Becomes a Billionaire on the YouTube Channel Smartfren Super 4G Quota. The method used is a descriptive qualitative approach, through the technique of collecting data through in-depth interviews with a scriptwriter from Millennial “Males”. From the results of the study note that there are signs and meanings of unyielding attitude in the form of denotation and connotation meanings and myths. The message of unyielding attitude that is, Millennial “Males” So a billionaire is still an advertisement that aims to attract the attention of the public and provide knowledge about the benefits of a product that is issued. Hadirny Atta Halilintar on the web series is expected to attract public interest in the Smart 4G Super Quota product. The main success of this Smartfren Super 4G Quota ad is that it can be seen from the large number of views on the Smartfren YouTube channel on each episode, from the first episode to the last episode always gets millions of views..

Keywords: *Representation, Advertising, Web Series, Unyielding Attitude*

ABSTRAK

Sikap pantang menyerah merupakan sikap dimana seseorang tidak mudah untuk menerima kegagalan. Sehingga rilis sebuah produk Smartfren Super 4G Kuota dalam web series Milenial “Males” Jadi Miliuner yang diperuntukan untuk para kaum milenial agar tidak mudah menyerah dalam meraih mimpi. Iklan ikut andil dalam membentuk dan menentukan keputusan khalayak dalam memutuskan pembelian dan penggunaan suatu produk dan jasa. Iklan merupakan salah satu jenis bentuk promosi yang paling banyak digunakan dan dibahas oleh masyarakat, ini terjadi karena iklan mempunyai daya jangkauan yang luas. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana Representasi Sikap Pantang Menyerah dalam Iklan Web Series Milenial “Males” Jadi Miliuner pada Kanal YouTube Smartfren Super 4G Kuota. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, melalui tehnik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan *scriptwriter* dari Milenial “Males”. Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat tanda-tanda dan makna dari sikap pantang menyerah yang berupa makna denotasi dan konotasi serta mitos. Pesan sikap pantang menyerah yang ada, Milenial “Males” Jadi Miliuner tetaplah sebuah iklan yang tidak lain bertujuan untuk menarik perhatian khalayak serta memberi pengetahuan tentang keunggulan sebuah produk yang dikeluarkan. Hadirnya Atta Halilintar pada web series tersebut diharapkan dapat menarik minat khalayak terhadap produk Smartfren Super 4G Kuota. Keberhasilan yang utama pada iklan Smartfren Super 4G Kuota ini yaitu dapat dilihat dari banyaknya jumlah *views* pada kanal YouTube Smartfren pada setiap episode, dari episode pertama hingga episode terakhir selalu mendapat jutaan *views*.

Keywords: *Logo, Uniqlo, meaning, semiotic, Peirce*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai usaha untuk menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam usaha mempertahankan sebuah perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah promosi. Promosi bisa dilakukan dengan beriklan, hal ini bisa disaksikan melalui aktifitas di berbagai media. Iklan telah menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia di mana iklan selalu hadir di setiap jeda atau *break* pada sebuah acara di media manapun. Iklan saling berebut dalam menarik simpati khalayak.

Iklan adalah produk yang dihasilkan dari kegiatan beriklan (periklanan atau *advertising*). Jadi, iklan adalah produknya sedangkan periklanan adalah proses kegiatan, mulai dari merancang, membuat, hingga kampanye iklan ke masyarakat. Hal ini sesuai definisi yang dibuat oleh Masyarakat Periklanan Indonesia bahwa periklanan adalah "keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan penyampaian iklan. Sementara itu, iklan adalah "segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat" (Rachmat, 2013: 5).

Iklan juga telah ikut andil dalam membentuk dan ikut menentukan keputusan

khalayak dalam memutuskan pembelian dan penggunaan suatu produk dan jasa. Iklan merupakan salah satu jenis bentuk promosi yang paling banyak digunakan dan dibahas oleh masyarakat, ini terjadi karena iklan mempunyai daya jangkauan yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada khalayak luas terutama yang menggunakan internet.

Internet merupakan salah satu media beriklan yang sangat aktif untuk dijadikan media komunikasi. Seiring berkembangnya jaman akhirnya internet sudah cepat diakses menjadi alternatif iklan pada saat ini untuk dijadikan media beriklan bagi suatu produk barang dan jasa. Penggunaan media komunikasi ini juga sangat membantu dalam mengiklankan sebuah produk di media sosial. Khusus bagi produsen iklan sangat membantu dalam meningkatkan penjualan. Salah satu yang sering digunakan untuk membuka internet adalah telepon seluler atau lebih dikenal dengan *smartphone*. Karena kepraktisannya hampir semua khalayak mempunyai *smartphone* dan jaringan internet didalamnya.

Pada era globalisasi ini banyak muncul teknologi informasi yang memunculkan inovasi-inovasi baru dalam dunia periklanan. Kemudahan dalam mengakses internet dimanfaatkan oleh banyak produsen untuk berpomosi di media sosial. Media sosial telah memunculkan berbagai macam bentuk media alternatif dalam dunia periklanan dan salah satunya adalah media sosial YouTube. YouTube mulai dimanfaatkan oleh

perusahaan-perusahaan besar untuk sarana mempromosikan dan mengiklankan produk atau *brand* mereka, seperti melalui iklan berdurasi pendek yang biasa muncul diawal sebuah video YouTube.

Seiring kemajuannya YouTube menjadi *platform* yang dapat dimanfaatkan oleh pembuat konten video dan pembuat film untuk menayangkan karyanya. Penggunaan YouTube memungkinkan video atau film dapat ditonton oleh cakupan penonton yang luas. Tidak hanya itu, pembuat konten video juga bisa mendapat uang dari YouTube.

Pengguna YouTube dapat melakukan monetisasi. Monetisasi merupakan cara untuk menguangkan video konten dengan mengizinkan pengiklan untuk memasang iklan dalam video. Semakin banyak penonton dan *subscriber*, maka semakin banyak jumlah uang dari iklan yang bisa didapat. Dengan adanya iklan YouTube, tidak hanya *Youtuber* yang merasakan manfaatnya. *Brand* dan perusahaan pun bisa memanfaatkan fasilitas ini dengan meletakkan iklan yang dibuat kedalam beberapa video yang sedang *viral*. Algoritma dalam YouTube pun dapat memastikan iklan yang dipasang ditonton oleh penonton yang tepat.

Hingga pada saat ini muncul sebuah inovasi baru dalam mengiklankan produk di YouTube dalam bentuk *web series* untuk menarik minat penontonnya. *Web series* merupakan sebuah format sinema berseri yang dirancang untuk ditayangkan melalui YouTube. *Web series* saat ini mulai dilirik sebagai media promosi karena lebih terukur dan terarah penontonnya dibandingkan dengan menampilkan iklan di televisi atau di

media lainnya. Format *web series* sebenarnya serupa dengan acara yang ditayangkan di televisi, tetapi terdapat perbedaan dalam *platform* dan konten yang disajikan.

Web series sendiri sangat berbeda dengan iklan televisi, karena *Web series* tidak hanya berfokus pada promosi produk, tapi memiliki *plot* yang mengarahkan penonton pada penggunaan produk yang dipasarkan. Saat seseorang menonton film atau iklan yang menarik perhatian mereka, apa yang khalayak lihat bisa masuk ke alam bawah sadar dan tersimpan di memori.

Web series adalah sebuah format acara berseri yang ditayangkan disebuah medium yang sedang berkembang bernama web TV. Contoh web TV yang populer di dunia maya adalah YouTube dan Vimeo. Di setiap episodenya berdurasi sekitar sekitar dua hingga tujuh menit. Berbeda dengan Sinetron (sinema elektronik) dan novel sinetron adalah sebuah acara yang tayang di televisi dan membutuhkan beberapa seri atau episode untuk sampai pada akhir cerita (Sumarno, 2008: 23).

Di Indonesia, istilah *web series* dipopulerkan oleh Dennis Adhiswara, yang selama ini dikenal sebagai sutradara dan juga aktor. Dennis menggagas "*Indonesian Web Series Community*" yang merupakan sebuah komunitas untuk para kreator dan pecinta *web series* asal Indonesia yang dikelola secara independen. Sebelum Smartfren pernah merilis *web series* ada salah satu *web series* yang *booming* pada 2012 yaitu Malam Minggu Miko karya Raditya Dika bersama Ryan Adriandhy dan Hadian Saputra. Walaupun dapat mencapai 3.265.222x

ditonton *web series* Malam Minggu Miko belum ada unsur iklan didalamnya, berbeda dengan kebanyakan *web series* yang ada pada jaman sekarang. Dan baru pada 28 Mei 2014 Smartfren merilis *web series* yang berjudul "Smartfren Webseries Eksis Stories Eps 1 - Adu Foto Makanan di Path".

Di Indonesia, prospek *web series* bisa dikatakan cukup bagus. Terutama animo masyarakat terhadap YouTube cukup tinggi. Maka bisa dikatakan bahwa *web series* merupakan senjata ampuh bagi merek dagang untuk memperkenalkan dirinya. Ini bisa dilihat dari jumlah pengguna Youtube yang ada di Indonesia. Dilansir pada laman brilio.net, YouTube merupakan media sosial pertama yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia yaitu YouTube. YouTube sendiri merupakan media sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk melihat, mengirim, dan berbagi video. Berdasarkan data *We Are Social*, tercatat 88% orang Indonesia yang menggunakan media sosial YouTube. Ini artinya, dari 150 juta pengguna media sosial di Indonesia, sekitar 132 juta orang sudah menggunakan YouTube.

Dengan melihat animo khalayak lebih banyak yang mengakses YouTube dibandingkan menyaksikan televisi. Ditambah dengan sejumlah kelebihan-kelebihan *web series* lainnya, prospek tontonan internet ini bisa dikatakan cukup bagus. Ini membuat *web series* sekarang banyak digunakan sebagai senjata promosi bagi sejumlah perusahaan. Melihat banyaknya *web series* di YouTube, menarik banyak produsen untuk merakan

keuntungan darinya. Salah satunya adalah *brand operator* telekomunikasi yaitu Smartfren.

Menurut laman www.smartfren.com, Smartfren merupakan salah satu operator penyedia jasa telekomunikasi yang memiliki lisensi selular dan mobilitas terbatas (*fixed wireless access*) berbasis teknologi CDMA yang ada di Indonesia. Pada tahun 2017, Smartfren mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan operator 4G terdepan melalui migrasi pelanggan CDMA menjadi pelanggan 4G, sehingga Perseroan saat ini merupakan satu-satunya operator yang beroperasi di jaringan 4G sepenuhnya. Dengan wilayah cakupan jaringan yang luas, melalui sekitar 15.000 BTS 4G yang tersebar di 200 kota di seluruh Indonesia, Smartfren telah didaulat menjadi *official telco partner* untuk *brand-brand* smartphone global ternama. Selain itu, Smartfren juga menghadirkan pengalaman layanan data yang fleksibel melalui pilihan paket data yang bervariasi, dan melalui smartphone Andromax dan MiFi modem. Smartfren menawarkan jasa dan layanan yang memiliki nilai-nilai sebagai mitra yang terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan solusi yang cerdas dalam layanan-layanan telekomunikasi untuk mengingatkan pengalaman hidup pelanggan dalam berkomunikasi.

Melihat peluang yang ada dalam marketing modern ini Smartfren ikut meramaikan promosi dengan menggunakan *web series*. Berbeda dengan kebanyakan *web series* lain yang lebih kearah *genre romantic*, Smartfren membuat *web series* dengan

genre komedi. Smartfren meluncurkan *web series* dengan judul Milenial “Males” Jadi Miliuner.

Milenial “Males” Jadi Miliuner diluncurkan oleh Smartfren untuk para milenial yang ingin mewujudkan mimpinya dengan kuota internet sepanjang hari. Untuk urusan kuota internet dapat mengandalkan Smartfren Super 4G Kuota. Super 4G Kuota merupakan produk keluaran Smartfren yang ditujukan untuk para kaum millennial. Keunggulan dari produk Super 4G Kuota adalah harganya yang terjangkau, cukup dengan merogoh kocek sebesar Rp 60.000,- konsumen sudah bisa menikmati kuota sebesar 30GB. Kelebihan lain dari Super 4G Kuota ini adalah *full* 4G 24jam, dapat digunakan pada modem wifi, dan bisa disemua handphone 4G.

Web series ini berkisah tentang Jim (diperankan oleh Bang Ijal) yang berusaha untuk meraih mimpinya seorang *vlogger* terkenal. Berbagai cara dilakukan Jim bersama sahabatnya Denis (diperankan oleh Mamat Alkatiri) untuk membuat video kreatif yang bisa mengundang banyak *views* dan *subscribers*. Namun usaha mereka terhalang oleh kedua orang tua Jim, karena orang tua Jim menginginkannya menjadi menteri ekonomi, selaras dengan gelar sarjana ekonomi yang disandanginya. Jim juga sempat ditolak oleh ayah pacarnya Janet (diperankan oleh Jessica Veranda), karena jumlah *subscribers*-nya hanya sedikit. Sampai akhirnya Jim diberikan saran lewat mimpi oleh Atta Halilintar yang bermain sebagai karakter aslinya sebagai youtuber idola.

Dalam *web series* ini sangat memperlihatkan sikap pantang menyerah dari Jim untuk menjadi *vlogger* terkenal. Walaupun tidak direstui oleh Mamih dan ayah dari pacarnya Jim pantang menyerah untuk mengejar impiannya tersebut. Jim juga sempat diusir ketika sedang ada di rumah Janet, karena jumlah *subscribers* Jim hanya 2 orang. Beberapa kali pula video unggahan Jim tidak memuaskan. Jim juga dibuat minder ketika sedang membuat video dan bertemu dengan *vlogger* dengan alat yang lebih mumpuni. Ditambah ditengah perjalanan mereka berdua, Denis memutuskan untuk tidak lagi menemani Jim dalam membuat vlog karena diterima kerja dan Denis lebih realistis dalam menjalani kehidupan. Namun Denis tetap mendukung penuh keinginan sahabatnya tersebut.

Dalam kisah ini Jim merupakan pribadi yang memiliki sikap pantang menyerah, dimana sikap pantang menyerah merupakan sikap yang tidak mudah menyerah dengan tantangan dan rintangan yang ada. Seperti Jim sudah dilarang oleh Mamihnya untuk menjadi seorang *vlogger*, namun Jim tetap percaya bahwa dia bisa menjadi seorang yang sukses. Sikap yang dimiliki Jim merupakan sikap yang tidak mudah putus asa dalam melakukan segala hal, dan sikap pantang menyerah dari Jim ini selalu dibarengi dengan sikap yang optimis dan mudah untuk bangkit dari keterpurukan. Dengan sikap pantang menyerah yang dimilikinya, akhirnya Jim menjadi orang yang sukses mengejar impiannya.

Pantang menyerah adalah sikap mental untuk kembali bangkit dari situasi sulit.

Kemampuan ini bukan hanya dibutuhkan untuk meraih impian, tetapi dibutuhkan oleh diri setiap insan agar terhindar dari depresi, stres, dan penyakit mental lainnya (Ahmad, 2019: 297).

Kisah Jim inilah yang ingin direpresentasikan dengan menggunakan analisis semiotika dengan teori dari pakar semiotika yaitu, Roland Bathers. Semiotika merupakan salah satu bidang studi yang hangat dan memikat, dimana yang menjadi konsep dasar semiotika adalah konsep tentang tanda. Tidak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda melainkan dunia itu sendiri pun terkait dengan pikiran manusia sepenuhnya terdiri atas tanda-tanda, karena jika tidak begitu manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan kenyataan.

Kata semiotik berasal dari kata Yunani, yaitu *semeion* yang berarti tanda. Maka semiotika berarti ilmu tanda. Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa dan seluruh kebudayaan sebagai tanda. Pada dasarnya, analisis semiotika merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika kita membaca teks atau narasi / wacana tertentu (Indiawan, 2011: 5)

Representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan atau dirasakan

dalam bentuk fisik tertentu. Berdasarkan pemaparan diatas penulis memahami bahwa, representasi merupakan mekanisme tentang memberikan arti kepada apa yang diberikan pada suatu objek yang sebelumnya telah digambarkan (Marcel, 2010: 24).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dipergunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian kualitatif. Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Lexy, 2018: 5).

Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan aktual mengenai fakta dan sifat populasi disuatu daerah. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana representasi sikap pantang menyerah dalam iklan *web series* Milenial "Males" Jadi Miliuner pada kanal YouTube Smartfren dengan analisis semiotik menggunakan teori Roland Barthes.

Untuk mengetahui keabsahan data penelitian ini, peneliti menggunakan analisis triangulasi data. Karena pada penelitian ini perlu adanya kecocokan antara informasi yang diperoleh dari beberapa potongan dari *scene* visual, audio dan hasil wawancara dari *key informan* dan juga informan.

Key informan pada penelitian ini adalah Norman Mahardika *scriptwriter* dari *web series* Milenial "Males" Jadi Miliuner.

Wawancara dilakukan pada Kamis, 26 Desember 2019 pukul 20.00-22.00 WIB dan berlokasi di Si Cangkir Coffee Pasar Minggu. Sedangkan *informan* pada penelitian ini adalah Siraj Perdana yaitu pegawai, pengguna dan penonton dari web series Milenial “Males” Jadi Miliuner. Wawancara dilakukan pada Selasa, 31 Desember 2019 pukul 20.00-22.00 WIB dan berlokasi di SiCangkir Coffee Pasar Minggu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa dilakukan dengan potongan gambar dari beberapa gambar atau adegan pada *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner secara *scene per scene*. *Web series* ini bercerita tentang perjalanan Jim (diperankan oleh Bang Ijal) dalam mengejar mimpinya menjadi seorang *vlogger* terkenal. Kemudian penulis akan mengidentifikasi tanda-tanda dari sikap pantang menyerah yang ada pada iklan tersebut.

Analisis ini berupa potongan-potongan *scene per scene* dari beberapa adegan *web series* Smartfren, Milenial “Males” Jadi Miliuner. Yang dianalisa menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan juga konsep lain seperti iklan, youtube, *web series* dan sikap pantang menyerah.

Pada episode pertama yang berjudul “Sarjana Ekonomi” menceritakan perjalanan Jim yang baru lulus kuliah dan ingin menjadi *vlogger* terkenal, namun ditolak oleh ibunya dan ditolak sama Papahnya Janet. Pada episode kedua dengan judul “Ngebet Viral”, Jim mulai membuat konten tentang istri Piktip Prasetyo, sampai bertemu dengan

vlogger lain yang alatnya lebih mumpuni, dan akhirnya ditinggal oleh Denis sahabatnya yang memilih untuk bekerja di perusahaan dan tetap gagal. Pada akhir episode kedua, Jim bermimpi dan bertemu oleh idolanya kemudia diberi tips bagaimana agar menjadi *vlogger* terkenal.

Pada episode ketiga yang berjudul “4G: Gercep – Gila – Gubrak – Go”, Jim mulai mengikuti saran dari idolanya dan mulai beranjak sukses. Sampai akhirnya Jim menggunggah sebuah video yang menjadi *viral*. Dan diakhir episode Jim mendapat kontrak 10 Milyar dari sebuah stasiun televisi. Episode terakhir merupakan episode spesial yang berjudul “Hidup Baru! Cieileee!” dimana Jim telah mencapai kesuksesan dan menjadi kaya raya. Dan pada episode ini Jim berhasil mendapat restu dari Papahnya Janet.

Selanjutnya potongan gambar dari beberapa gambar dari visual dan juga audio yang sudah diambil akan dideskripsikan makna denotasinya, lalu akan diinterpretasikan kembali untuk memahami makna konotasi dari potongan gambar, visual dan audio dari *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner. Dimana pada makna konotasi akan diketahui penanda tentang sikap pantang menyerah yang ada dalam *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner.

Berikutnya untuk menjelaskan bagaimana penanda tentang sikap pantang menyerah dalam bentuk konotasi pada *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner, pembahasan ini akan terfokus pada isi, sikap pantang menyerah pada *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner untuk menjawab

penelitian ini. Dengan menggunakan semiotika Roland Barthes penulis berharap dapat memahami tentang sikap pantang menyerah yang terdapat pada *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner.

Penulis mendapatkan hasil bahwa dalam *web series* Milenial “Males” Jadi Miliuner terdapat pesan tentang sikap pantang menyerah. Sikap pantang menyerah sendiri memiliki empat unsur yaitu: berfikir positif, siap menghadapi tantangan, percaya diri dan pandai bersyukur.

Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 1: Sarjana Ekonomi

Pada episode pertama terdapat beberapa potongan visual dan audio yang mengandung unsur sikap pantang menyerah, yaitu berfikir positif. Potongan visual dan audio pada *scene* pertama menggambarkan Jim dan Denis yang sedang membuat konten dan ditengah proses membuat konten terlihat mimik wajah yang memerah dari Jim yang terlihat tidak kuat menahan pedas. Dilain sisi mimik wajah dan gerak tubuh dari Denis terlihat kesal dan mengingatkan kepada Jim untuk tetap sabar, karena untuk menjadi terkenal semua butuh proses.

Makna denotasi yang terdapat pada *scene* pertama ini adalah Denis yang sedang

Tabel Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 1: Sarjana Ekonomi (Berpikir Positif)

Scene 1

Visual (00.25- 00.29)	
	
Audio	Audio pada scene pertama: “Eh... Jim, sabar saja! Pokoknya kalau mau berhasil ya harus ada prosesnya macam begini.”
Denotasi	Pada potongan audio dan visual pada scene pertama ini adalah Denis yang sedang mengingatkan Jim bahwa untuk menjadi vlogger terkenal harus ada proses yang dijalani.
Konotasi	Pada potongan visual dan audio pada scene pertama ini adalah Denis menyampaikan kepada Jim jika ingin memperoleh keuntungan hendaklah bisa menanggung kesusahan dalam satu pekerjaan.
Mitos	Pada potongan visual dan audio pada scene pertama ini adalah Jim harus sabar dan mengikuti segala proses yang ada. Karena pepatah bilang usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil.

mengingatkan Jim bahwa untuk menjadi *vlogger* terkenal harus ada proses yang dijalani. Denis yang sedang mengingatkan Jim bahwa untuk menjadi *vlogger* terkenal harus ada proses yang dijalani. Dan makna konotasi yang terdapat pada *scene* pertama adalah Denis menyampaikan kepada Jim jika ingin memperoleh keuntungan hendaklah bisa menanggung kesusahan dalam satu pekerjaan.

Mitos yang terdapat pada potongan visual dan audio pada *scene* pertama ini adalah Jim harus sabar dan mengikuti segala

proses yang ada. Karena pepatah bilang usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil.

Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 2: Ngebet Viral

Pada potongan *scene* pertama ini menggambarkan Mamih yang tengah membangunkan Jim yang sedang tertidur. Sambil memarahi Jim, Mamih mengatakan Jim adalah anak yang malas dan manja karena sudah pagi dia masih tidur. Akhirnya Mamih memberikan bekal 60rb kepada Jim untuk jangka waktu sebulan. Sambil berlalu

Tabel Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 2: Ngebet Viral (Siap Menghadapi Tantangan)
Scene 1

Visual (00.01-00.19)	
	
Woy!! Bangoon!!	Kolonial males! Jam segini masih tidur.
	
Dasar anak manja.	Ni 60ribu bakal bekal lu selama sebulan.
	
Mau jadi Menteri Ekonomi keki!	Mau beli pulsa keki!

Audio	Mamih: “Woy!! Bangun!! Kolonial males jam segini masih tidur. Dasar anak manja. Nih 60rb bakal bekel lu selama sebulan. Mau jadi menteri ekonomi kek! Mau beli pulsa kek!”.
Denotasi	Pada potongan visual dan audio di gambar adalah Mamih yang sedang membangunkan Jim yang tengah tertidur. Mamih membangunkan Jim karena waktu sudah masuk pagi hari. Dengan ekspresi yang marah Mamih meberika bekal kepada Jim 60rb untuk sebulan dan mengatakan kepada Jim terserah dirinya uang itu mau digunakan untuk apa.
Konotasi	Pada potongan visual dan audio di gambar adalah Mamih marah kepada Jim karena sudah pagi dirinya masih tertidur pulas. Mamih sudah lelah kepada Jim dan akhirnya membebaskan Jim untuk memilih jalannya. Namun Mamih hanya memberikan bekal sebesar 60rb dan Jim harus memanfaatkannya serta hemat menggunakannya.
Mitos	Mamih mengajarkan kepada Jim untuk hemat. Karena menurut kepercayaan orang tua dulu, hemat pangkal kaya.

Mamih mengatakan dan membebaskan kepada Jim untuk memilih jalannya sendiri.

Makna denotasi yang terdapat pada *scene* ini adalah Mamih yang sedang membangunkan Jim yang tengah tertidur. Mamih membangunkan Jim karena waktu sudah masuk pagi hari. Dengan ekspresi yang marah Mamih meberika bekal kepada Jim 60rb untuk sebulan dan mengatakan kepada Jim terserah dirinya uang itu mau digunakan untuk apa.

Sedangkan makna konotasi yang terdapat pada *scene* ini adalah Mamih marah kepada Jim karena sudah pagi dirinya masih tertidur pulas. Mamih sudah lelah kepada Jim dan akhirnya membebaskan Jim untuk memilih jalannya. Namun Mamih hanya memberikan bekal sebesar 60rb dan Jim harus memanfaatkannya serta hemat menggunakannya. Dan mitos yang terdapat pada *scene* ini adalah Mamih mengajarkan kepada Jim untuk hemat. Karena menurut kepercayaan orang tua dulu, hemat pangkal kaya.

Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 3: 4G – Gercep – Gila – Gubrak – GO

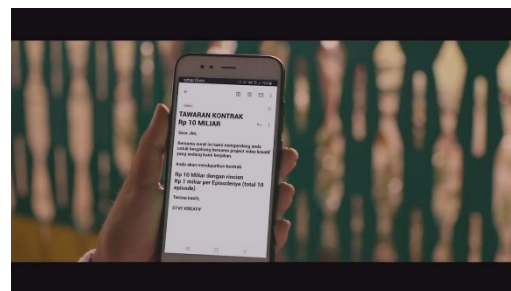
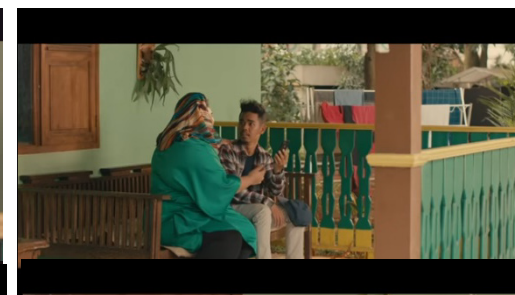
Potongan visual dan audio pada *scene* keempat ini menggambarkan Mamih yang sedang mengajak Jim berbicara namun Jim sedangteperangahmelihatlayarsmartphone-nya. Ketika Mamih menghampiri Jim dan ikut melihat layar *smartphone*-nya, mereka berdua terperangah karena mendapati Jim mendapat kontrak 10 Miliyar dari stasiun TV. Mamih mengatakan kepada Jim bahwa rezeki tidak akan kemana, Jim saja anak yang dianggapnya malas bisa menjadi seorang miliyuner.

Makna denotasi yang terdapat pada *scene* keempat ini adalah Mamih dan Jim yang kaget karena Jim mendapatkan kontrak sebesar 10 miliar dari stasiun TV. Dan Mamih mengatakan kalau memang sudah rezeki tidak akan kemana. Jim saja yang dianggapnya anak malas namun bisa menjadi seorang miliyuner.

Makna konotasi yang terdapat pada *scene* keempat ini adalah Ekspresi kaget dan tidak percaya diperlihatkan oleh Jim dan Mamih karena berhasil mendapatkan 10 Miliyar. Memang rezeki tidak akan kemana, namun jika tidak dikejar dengan sungguh-sungguh rezeki tersebut juga bakal

Tabel Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 3: 4G – Gercep – Gila – Gubrak – GO (Pandai Bersyukur)
Scene 4

Visual (00.25- 00.29)



Audio	Mamih: “Aelah nih bocah diajakin ngomong Mamih / Jim : “10miliar, Jim? / 10miliar, Mih? Mamih : “YaAllah Jim.. Emang dasar rejeki kagak kemane ye.... Elu kolonial males aje jadi miliuner.” Jim: “Mak.. Milenial Males Jadi Miliuner.”
Denotasi	Mamih dan Jim yang kaget karena Jim mendapatkan kontrak sebesar 10 miliar dari stasiun TV. Dan Mamih mengatakan kalau memang sudah rezeki tidak akan kemana. Jim saja yang dianggapnya anak malas namun bisa menjadi seorang miliyuner.
Konotasi	Ekspresi kaget dan tidak percaya diperlihatkan oleh Jim dan Mamih karena berhasil mendapatkan 10 Miliar. Memang rezeki tidak akan kemana, namun jika tidak dikejar dengan sungguh-sungguh rezeki tersebut juga bakal enggan menghampiri seseorang. Jim sudah membuktikan bahwa usaha keras tidak akan mengkhianati hasil dan berhasil pula membuktikan kepada Mamihnya bahwa vlogger bukan pekerjaan sembarangan jika ditekuni dengan sungguh-sungguh.
Mitos	

enggan menghampiri seseorang. Jim sudah membuktikan bahwa usaha keras tidak akan mengkhianati hasil dan berhasil pula membuktikan kepada Mamihnya bahwa *vlogger* bukan pekerjaan sembarangan jika ditekuni dengan sungguh-sungguh.

Pada episode pertama Milenial “Males” Jadi Miliuner: 4G – Gecep – Gila Gubrak – Go terdapat satu *scene* yang didalamnya terdapat unsur sikap pantang menyerah dari berfikir positif. Serta terdapat masing-masing dua *scene* dari unsur siap menghadapi tantangan dan pandai bersyukur. Dan terdapat satu *scene* dari unsur percaya diri.

Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 4: Hidup Baru! Cieileee!

Pada potongan visual dan audio pada *scene* kedua ini menggambarkan Jim yang sedang berkunjung ke bank dengan membawa uang satu koper dan dimana teller dari bank tersebut adalah Denis temannya. Jim memberitahukan bahwa isi koper tersebut uang senilai 1 miliar dan ada 9 milyar lagi belum dibayar. Dan ekspresi wajah Denis sangat kaget ketika diberitahu bahwa jumlah uang Jim sangat banyak.

Tabel Milenial “Males” Jadi Miluner, Episode 4: Hidup Baru! Cieilee! (Percaya Diri)
Scene 2

Visual (00.25- 00.29)	
	

	
Audio	Jim: "Oh iya, gue mau buka rekening. Ini duit semua ni!" Denis: "Ini uang semua?!" Jim: "Ya masa daun... masih ada 9 miliar lagi" Denis: "9 miliar???!..."
Denotasi	Jim yang sedang berada di sebuah bank dan ingin membuka rekening. Ternyata teller dari bank tersebut adalah Denis sahabatnya. Dan Denis terlihat kaget karena uang yang dimiliki Jim senilai satu miliar dan masih ada Sembilan miliar lagi belum dibayarkan.
Konotasi	Saat diberi tahu Jim jumlah uang yang dia bawa Denis memperlihatkan ekspresi yang sangat kaget. Jumlah uang yang dimiliki oleh Jim adalah hasil jerih payah dia dalam mengejar mimpinya dan membuat kepercayaan dirinya bertambah.
Mitos	

Makna denotasi yang terdapat pada *scene* kedua ini adalah Jim yang sedang berada di sebuah bank dan ingin membuka rekening. Ternyata *teller* dari bank tersebut adalah Denis sahabatnya. Dan Denis terlihat kaget karena uang yang dimiliki Jim senilai satu miliar dan masih ada Sembilan miliar lagi belum dibayarkan.

Makna konotasi yang terdapat pada *scene* kedua ini adalah saat diberi tahu Jim jumlah uang yang dia bawa Denis memperlihatkan ekspresi yang sangat kaget. Jumlah uang yang dimiliki oleh Jim adalah hasil jerih payah dia dalam mengejar mimpinya dan membuat kepercayaan

dirinya bertambah.

Pembahasan

Berdasarkan pembahasan diatas Milenial "Males" Jadi Miliuner dapat dikategorikan sebagai iklan dengan format *web series* yang cukup berhasil menarik perhatian dari khalayak penonton di Indonesia. Karena dari pertama tayang pada maret 2019 kemarin, *web series* ini sudah mencapai jutaan *views* pada setiap episodenya. Tetapi bukan hanya banyaknya *views* yang ingin dicapai, karena Milenial "Males" Jadi Miliuner merupakan sebuah iklan yang harus mampu menggiring

khalayak untuk melakukan pembelian. Sehingga Milenial "Males" Jadi Miliuner sendiri akan menjadi sebuah iklan yang berhasil menarik minat khalayak untuk melakukan pembelian pada produk Smartfren Super 4G Kuota.

4. SIMPULAN

Pada penelitian ini penulis menemukan adanya sikap pantang menyerah pada *web series* Milenial "Males" Jadi Miliuner yang terbagi menjadi tiga episode dan satu special episode, dimana karakter utama diperankan oleh Muhammad Rijal Mulyana (Bang Ijal) sebagai Jim. Dalam penelitian ini ditemukan juga sudut pandang lain dari *web series* Milenial "Males" Jadi Miliuner, yaitu sudut pandang yang melihat dari sisi proses perjalanan karakter Jim dalam menuju keberhasilannya dalam menggapai mimpinya.

Dalam *web series* ini penulis mendapatkan kesimpulan bahwa sikap pantang menyerah yang ditunjukkan pada karakter utama di Milenial "Males" Jadi Miliuner ini, bisa menjadi acuan atau pemicu semangat bagi anak milenial jaman sekarang yang baru merintis karirnya menjadi vlogger. Dan juga merubah stigma dari orang tua terdahulu bahwa pekerjaan sebagai *vlogger*, *content creator* atau pekerjaan kreatif yang *antimainstream* lainnya bisa menjadi sebuah pekerjaan. Bahkan jika ditekuni lebih lanjut bisa menjadi sebuah profesi yang sangat menjanjikan.

Dari *web series* Milenial "Males" Jadi Miliuner penulis belajar bahwa profesi

pada era moderen seperti sekarang banyak rupanya. Seperti sebagai *vlogger* atau *content creator* tidak dapat dipandang sebelah mata. Butuh tingkat kesabaran yang cukup tinggi dalam menghadapi omongan dari orang lain bahkan dari orang tua sendiri yang meremehkan. Juga butuh keuletan dan sikap pantang menyerah dalam menjalankannya. Karena untuk menjadi seorang *vlogger* butuh proses dan waktu yang panjang. Tinggal bagaimana membuktikan kepada orang lain bahwa seorang vlogger tidak bisa dipandang sebelah mata oleh masyarakat.

Namun terlepas dari pesan sikap pantang menyerah yang ada, Milenial "Males" Jadi Miliuner tetaplah sebuah iklan yang tidak lain bertujuan untuk menarik perhatian khalayak serta memberi pengetahuan tentang keunggulan sebuah produk yang dikeluarkan. Sehingga pada akhirnya bisa menjadi sebuah pembelian dari khalayak penonton. Ditambah dengan hadirnya seorang Atta Halilintar pada *web series* tersebut diharapkan dapat menarik minat khalayak terhadap produk Smartfren Super 4G Kuota. Keberhasilan yang utama pada iklan Smartfren Super 4G Kuota ini yaitu dapat dilihat dari banyaknya jumlah *views* pada kanal YouTube Smartfren pada setiap episode, dari episode pertama hingga episode terakhir selalu mendapat jutaan *views*.[]

DAFTAR PUSTAKA

- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Makna dan Tanda*. Jalastutra, Yogyakarta.
- Erlangga, Adryan M.. 2017. *Pantang*

- Menyerah*. Familia, Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2013 *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*, Malang: UB Press.
- M.A, Morrisa. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana. Jakarta.
- Marcelli, Sumarno. 2008. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Grasindo. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rif'an, Ahmad Rifa'l. 2019. *Generasi Emas*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Wibowo, Indriawan Seto Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- <https://www.smartfren.com/id/overview/>