

MAKNA IKLAN TELEVISI EXTRA JOSS BLEND VERSI “LAKI KALAH SAMA PELANGI” (Analisis Semiotika Jhon Fiske)

THE MEANING OF EXTRA JOSS BLEND ADS ON TELEVISION PLATFORM OF “LAKI KALAH SAMA PELANGI” VERSION (Semiotic Analysis by John Fiske)

Rakhmat Nur Subagja

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
bagja.kr@gmail.com

Abstrak

Media massa merupakan media komunikasi yang diperuntukan untuk khalayak luas. Karena cakupannya luas banyak perusahaan atau organisasi memilih media massa sebagai media komunikasi produk atau jasanya agar diketahui dan diminati oleh khalayak. Seperti halnya iklan dalam media televisi, yang merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang menggunakan media televisi sebagai media penyebaran informasi mengenai suatu produk atau jasa. Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran orang untuk membeli (Kotler, 2003 : 206). Menurut Moriarty et al (dalam Suyanto 2009:332) penggunaan media televisi sebagai media iklan dapat memberikan dampak emosional yang kuat bagi audiensnya yang dikarenakan oleh paduan gambar, suara, warna, gerak dan drama yang dimiliki iklan televisi dapat menciptakan respons emosional dibanding media lain. Seperti halnya minuman penambah tenaga yang sudah menjadi Top Brand di Indonesia yaitu Extra Joss. Extra Joss memiliki iklan yang menarik pada salah satu variannya yaitu iklan Extra Joss Blend versi “laki kalah sama pelangi”. Iklan tersebut dapat diteliti mengenai makna yang terkandung di dalamnya, terutama slogan “laki kalah sama pelangi, move on dong, minum yang next level”, dengan menggunakan analisis semiotika Jhon Fiske.

Kata kunci : Semiotika, Iklan, Iklan televisi, John Fiske, Makna

Abstract

Mass media is a medium of communication for a wide audience. Because has a wide scope, many companies or organizations choose mass media as their medium of communication for their products or services to be known and in demand by audiences. As the advertisement on television platform, which is one of mass communication that using television as the medium of information dissemination about a product or service. Advertising is a form of indirect communication based on information about the advantages of a product that arranged in such a way that gives rise to a sense of gratify and change people's minds to buy (Kotler, 2003 : 206). Moriarty et al (in Suyanto 2005:332) said that uses television as the medium of advertisement can give a strong emotion impact for the audiences because of the combination of images, sounds, colors, movements and dramas that can create emotionally responsive than the other media. As well as Extra Joss, an energy enhancer drink that become the top brand in Indonesia, Extra Joss has an interesting ads on one of their variant, that is Extra Joss Bland with “laki kalah sama pelangi” version. That ads can be investigated about the meaning of, especially the slogan “laki kalah sama pelangi, move on dong, minum yang next level”, using semiotic analysis by John Fiske.

Key Word : Semiotic, Advertising, Television Ads, John Fiske, Meaning

1. Pendahuluan

Media massa merupakan media komunikasi massa yang diperuntukan untuk khalayak luas. Karena cakupannya yang luas banyak perusahaan atau organisasi memilih media massa sebagai media komunikasi mengenai produk atau jasanya agar diketahui dan diminati oleh khalayak luas. Seperti halnya iklan dalam media televisi, yang merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang menggunakan media televisi sebagai media penyebaran informasi

mengenai suatu produk atau jasa yang dimiliki. Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran orang untuk membeli (Kotler, 2003 : 206). Di media konvensional sendiri, iklan memiliki perbedaan dari tiap media yang ada, seperti televisi yang menggunakan audio dan visual yang bergerak dalam menyampaikan pesan iklan. Menurut Moriarty et al (dalam Suyanto 2005:332) penggunaan media televisi sebagai media iklan dapat memberikan dampak emosional yang kuat bagi audiensnya yang dikarenakan oleh paduan gambar, suara, warna, gerak dan drama yang dimiliki iklan televisi dapat menciptakan respons emosional dibanding media lain. Berkaitan dengan iklan melalui media massa, khususnya media televisi, semakin banyak perusahaan yang berlomba-lomba mempromosikan produk atau jasanya di media tersebut. Seperti halnya minuman penambah tenaga yang sudah menjadi Top Brand di Indonesia yaitu Extra Joss sekalipun. Extra Joss memiliki iklan yang menarik pada salah satu variannya yaitu iklan Extra Joss Blend versi “laki kalah sama pelangi”. Iklan tersebut dibintangi oleh DJ Yasmin, pemain bola Atep dari Tim Persib, pemain bola Andritany dari Persija, serta beberapa orang freestyler bola yang bernama Lutfi, Fajar, Rizal, Joko, Aang & Rizki, kemudian pemegang remote yang dibintangi oleh Fadhel dan seorang laki-laki yang memegang minuman bernama Afat. Iklan tersebut dapat diteliti mengenai makna yang terkandung di dalamnya, terutama kalimat “laki kalah sama pelangi”, dengan menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika John Fiske.

2. Dasar Teori

2.1 Komunikasi

Komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin, yaitu communis yang memiliki arti “sama”. Komunikasi menurut Harold Laswswell adalah cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan, who says what in which channel to whom with what effect? Atau yang berarti, siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? (Mulyana, 2008:69)

2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam buku Komunikasi Massa didefinisikan sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang menurut Bittner dalam (Ardiyanto, 2009:188). Berdasarkan definisi sederhana tersebut bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi yang mana keduanya merupakan media elektronik, kemudian ada juga surat kabar dan majalah yang dikenal sebagai media cetak serta media film yang berbentuk film bioskop.

2.2 Iklan

Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran orang untuk membeli (Kotler, 2003 : 206).

2.2.1 Iklan Televisi

Iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebekuan karakter iklan cetak. Selain itu, iklan televisipun dapat menjangkau penyiaran dengan lebih luas dan membuat karakter menjadi lebih hidup (Kertamukti, 2015 : 2-3)

2.3 Sinematografi

Sinematografi merupakan bidang ilmu mengenai teknik menangkap gambar dan menggabungkan gambar menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide (<http://dolphinnda.hol.es>, diakses pada 25 januari 2017, pukul 17.14)

Sinematografi memiliki objek yang sama dengan fotografi yaitu menangkap pantulan cahaya yang mengenai benda. Jadi sinematografi adalah gabungan antara fotografi dengan teknik rangkaian gambar yang mana dalam sinematografi disebut montase atau montage.

2.4 Makna

Makna adalah arti atau maksud dari suatu kata yang tersirat, jadi makna dengan bendanya sangat berhubungan dan saling menyatu, jika suatu kata tidak bisa dihubungkan dengan benda, peristiwa atau keadaan tertentu maka tidak bisa memperoleh makna dari kata tersebut (Tjiptadi, 1984:19).

2.5 Semiotika

Adapun menurut John Fishke, semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (dalam Mulyana, 2014:2). Kemudian John Fiske (dalam Mulyana, 2014:35) mempunyai kode-kode pertelevisian yang terbagi kedalam tiga level, yaitu :

1. Level Realitas
Level Realitas dalam televisi yaitu penampilan, pakaian, makeup, tempat/lokasi, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi.
2. Level Representasi
Dalam level ini ditindakan secara teknis, dengan bahasa tulis seperti kata, kalimat, foto, grafik dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera, tata cahaya, musik, suara dan sebagainya.
3. Level Ideologi
Semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, feminisme, maskulinitas dan sebagainya

2.6 Maskulinitas

Maskulinitas menurut Wood dalam (Kurnia, 2004 : 26) adalah penampakan laki-laki yang active, adventures, powerful, agressive and largely uninvolved in human relationship.

2.7 Kapitalisme

Menurut Friedrich dalam (Bertens, 2000 : 135) kapitalisme dimengerti sebagai praktek ekonomi dan bukanlah suatu teori serta sekaligus sebagai sistem sosial yang ditandai oleh adanya kelas, yaitu kelas kapitalis dan kelas proletas.

3. Pembahasan

Scene 1

Scene	Gambar dan Durasi	Visual	Audio
1	 0:02	Menampilkan lapangan futsal yang sedang ada pertandingan diantara lapangan basket, taman dan apartemen.	Musik, <i>Sound Effect:</i> suara teriakan penonton.


Level Realitas

Di awal iklan ini, pada detik 0:02 tampak gambar dari lingkungan atau setting tempat dari iklan Extra Joss Blend yang berlokasi di sebuah lapangan futsal yang berada disebuah gedung apartemen. Sebuah lapangan futsal dan taman merupakan fasilitas pelengkap yang ada disebuah apartemen, biasanya sebuah apartemen berlokasi di perkotaan yang dimana jarak tempuh antara apartemen dengan tempat anda beraktivitas sehari-hari dekat seperti kantor atau tempat bisnis dan fasilitas yang dimiliki apartemen merupakan keunggulan dibandingkan dengan hunian lainnya, seperti berbagai fasilitas kesehatan dan kebugaran (kolam renang, *fitness center*, jogging track dan lain sebagainya) (www.kompasiana.com, diakses pada 14 Juli 2017, pukul 23.07)

Level Representasi

Di dalam *scene* pertama ini teknik pengambilan gambar (*type of shot*) pada detik 0:02 menggunakan teknik pengambilan gambar *extra long shot* yang dimana objek utama adalah situasi dan kondisi dari keadaan sekitar (Sugiarto, 2011:25) dan sudut pengambilan gambar (*camera angle*) *bird's eye view* yaitu teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan ketinggian kamera berada di atas objek (Widagdo, 2007:8), hasilnya akan terlihat lingkungan yang luas dan benda-benda lain tampak kecil. Terdapat pula musik yang mengiringi pada *scene* ini yaitu musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). Dan juga *sound effect* pada *scene* digunakan untuk menambah kesan yang ingin ditampilkan oleh gambar. Adapun jenisnya ada efek suara fungsional yang artinya efek suara yang berasal dari gambar yang muncul, sedangkan suara efek fungsional adalah efek suara yang ditambahkan untuk kepentingan tertentu. (dalam Wibisono, 2009 : 43). *Sound effect* pada *scene* ini terdengar suara teriakan penonton termasuk kedalam kategori *hard effect* yaitu suara-suara keras contohnya ledakan gunung, senjata, tabrakan mobil yang dapat diambil dari *sound library* atau alat musik *keyboard*.

Scene 2

2	 <p>0:04</p>	Menampilkan tim warna-warni (pelangi) yang sedang melakukan penyerangan dengan gerakan yang lincah dan trik yang digunakan untuk melewati tim kuning. Kemudian salah satu dari pemain warna-warni (pelangi) menendang dan mengenai gawang tim kuning.	Musik, <i>Sound Effect</i> : suara dari trik bola yang dilakukan dan suara tendangan bola.
---	---	---	--

Level Realitas

Pada potongan *scene* kedua di detik 0:04 mulai memunculkan cerita dari iklan yang berupa, dua Tim yang sedang bertanding futsal di lapangan futsal yang berada di sebuah gedung apartemen. Pada *scene* ini terlihat jelas ada bola berwarna kuning hitam dimainkan oleh dua Tim. Salah satu Tim menggunakan pakaian futsal dengan atasan berwarna kuning dan celana berwarna hitam serta satu Tim lainnya menggunakan pakaian futsal berwarna-warni atau seperti warna pelangi. Dimana Tim yang menggunakan pakaian berwarna kuning mewakili Tim Extra Joss yang sesuai dengan warna logo atau warna identik dari Brand tersebut. Kemudian Tim yang menggunakan pakaian warna-warni atau pelangi melambangkan Tim dari pesaing Extra Joss seperti Kuku Bima Ener-G dan Hemaviton (www.topbrand-award.com, diakses pada 21 september 2016 pukul 18.25) karena Brand tersebut memiliki minuman energi selain warna kuning seperti yang disampaikan di (<http://sidomuncul.com>, diakses pada 6 juli 2017 pukul 17.32) bahwa brand itu ingin melepaskan *image* mengenai minuman energi yang selalu berwarna kuning dan rasa agak

masam dengan cara membuat minuman energi berwarna lain dengan varian rasa yang berbeda dari sebelumnya seperti anggur, mangga, jeruk, nanas, jambu, kopi dan susu soda.


Pada *scene* ini terlihat perilaku para pemain iklan yang terdiri dari dua Tim yaitu Tim Kuning dan Tim yang menggunakan pakaian warna-warni sedang bertanding futsal. Terlihat gestur dari Tim warna-warni (pelangi) yang sedang melakukan penyerangan dengan gerakan yang lincah dan juga trik, ada beberapa trik yang digunakan tim warna-warni (pelangi) yaitu, *nutmeg* yaitu gerakan pemain yang melewati bola diantara sela-sela kaki lawannya, orang yang terkena *nutmeg* diibaratkan seperti ditipu dan dibodohi karena pemain lawan berhasil dilewati dengan cara itu (<http://futsalzoneindonesia.com>, diakses pada 14 juli tahun 2017 pukul 01.20). *Rainbow* merupakan gerakan yang sangat memukau penonton dan gerakan ini digunakan agar pemain lawan bisa dilewati, gerakan ini dilakukan dengan cara sedikit mendorong bola ke atas tumit, setelah itu mengangkat kaki yang satu lagi agar bola bisa bergerak melengkung melewati atas kepala lawan (<http://id.wikihow.com>, diakses pada 14 juli tahun 2017 pukul 01.40). dan melakukan tendangan *Half round volley* atau tendangan voli samping adalah gerakan menendang dengan teknik miring (*side on*) dengan cara mencondongkan tubuh menjauh dari bola, ayunkan kaki yang digunakan untuk menendang keatas di sekitar samping tubuh, tendang pada bagian pertengahan bola untuk menjaga agar tembakan anda tidak melambung keatas. Dan ikuti dengan gerakan mengayun kaki yang digunakan untuk menendang sampai melewati badan (<http://www.olahragakesehatanjasmani.com>, diakses pada 14 juli tahun 2017 pukul 02.15). Adapun gerakan menangkap bola dari kiper Tim kuning yaitu Andritany, Menurut Andri Irawan (2009:42) gerakan tangkapan bola atas digunakan pada saat bola berada diatas pinggang, tangan seluruhnya mengelilingi bola, dengan ibu jari dan jari jemari membentuk huruf "W" dibelakang bola. Tapi bola tidak masuk dan membentur tiang gawang.

Level Representasi

Teknik pengambilan gambar (*Type of shot*) yang ada pada detik 0:04 menggunakan teknik pengambilan gambar *close up* yang fungsinya untuk memperlihatkan detail dari foto dan terlihat dramatis (Sugiarto 2011 dalam Bella 2015). Pada teknik sudut pengambilan gambar (*camera angle*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis tetapi kesan wajar (Widagdo 2007 dalam Bella 2015). Dan juga didukung dengan musik yang mengiringi pada *scene* ini yaitu musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroenallo:2011). Dan juga *sound effect* pada *scene* digunakan untuk menambah kesan yang ingin ditampilkan oleh gambar. Adapun jenisnya ada efek suara fungsional yang artinya efek suara yang berasal dari gambar yang muncul, sedangkan suara efek fungsional adalah efek suara yang ditambahkan untuk kepentingan tertentu. (dalam Wibisono, 2009 : 43). *Sound effect* pada *scene* yaitu suara dari trik bola yang dilakukan dan suara tendangan bola termasuk kedalam kategori *Folley*, yaitu merekayasa suara dengan cara tertentu, yang menyerupai efek suara yang diinginkan atau dibuat langsung seperti derit pintu atau langkah kaki (dalam Wibisono, 2009 : 43).

University

Scene 3

3	 <p>0:11</p>	<p>Memperlihatkan Atep yang sedang menggelengkan kepala, karena melihat Fadhel mengendalikan bola menggunakan <i>console game</i> bersama Afat yang sedang memegang minuman. Yang membuat bola bergerak masuk ke gawang Tim kuning dan kemudian bunyi peluit babak pertama selesai disertai suara terikan penonton.</p>	<p><i>Sound Effect:</i> bunyi peluit, tepuk tangan penonton dan suara teriakan penonton</p>
---	---	---	---


Level Realitas

Scene ketiga pada detik 0:11. Setelah bola yang ditendang Tim warna-warni (pelangi) tidak masuk, Fadhel yang menggunakan pakaian berwarna biru sedang memegang *handheld games*, yaitu sebuah alat yang digunakan untuk memainkan *game* pada *console portable* (bisa dibawa kemana-mana) (<http://hendyotaku.weebly.com>, diakses 16 juli, pukul 23.07) bersama Afat yang memakai pakaian berwarna merah muda sedang memegang minuman, yang keduanya bergesur mengendalikan bola agar masuk kedalam gawang menggunakan *handheld game* sehingga kiper Tim kuning, Andritany memperlihatkan ekspresi terkejut saat bola tiba-tiba bergerak masuk ke gawang. Terkejut atau kaget dapat muncul saat seseorang mendengar, mendapat, dan menerima pesan atau sesuatu yang tidak disangka sebelumnya (Amda, 2016:151). Kemudian Atep memperlihatkan ekspresi kecewa dengan bergesur menggelengkan kepala sambil melihat kecurangan dari Fadhel yang mengendalikan *handheld games* tersebut, gestur menggelengkan kepala tersebut menunjukkan ketidaksetujuan atau sikap negatif terhadap sesuatu sesuai dengan yang disebutkan (<http://www.kompasiana.com>, diakses 13 juli tahun 2017, pukul 00.00) yang menjelaskan mengenai berbagai gestur dalam budaya khususnya ketika menunjukkan tidak atau negasi dengan menggelengkan kepala. Dan peluit pun berbunyi serta penonton pun berteriak karena bola masuk ke gawang, tim warna-warni (pelangi) unggul dibabak pertama.

Level Representasi

Pada detik 0:11 teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *medium shot* dimana batas pemotongan objek dari bagian pinggang ke atas. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek beraktivitas (Sugiarto 2011 dalam bella 2015). Sudut pengambilan gambar (*camera angle*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis melainkan kesan wajar (Widagdo 2007 dalam Bella 2015). Efek suara (*sound effect*) pada *scene* ini tepuk tangan penonton, suara teriakan penonton dan suara peluit termasuk ke dalam kategori *hard effect* yaitu suara-suara keras contohnya ledakan gunung, senjata, tabrakan mobil yang dapat diambil dari *sound library* atau alat musik *keyboard* (dalam Wibisono, 2009 : 43).

Scene 4

4	 <p>0:13</p>	<p>Menampilkan Yasmin (disjoki) dari kerumunan penonton dengan mengangkat gelas berisikan Extra Joss Blend mengatakan "laki kalah sama pelangi, <i>move on dong</i>"</p>	<p><i>Sound Effect:</i> tepuk tangan penonton dan suara teriakan penonton. <i>Direct Address:</i> "laki kalah sama pelangi, <i>move on dong</i>, minum yang <i>next level</i>"</p>
---	---	--	--

Level Realitas

Pada *scene* keempat detik 0:13 Setelah Tim kuning tertinggal *score* nya dari Tim pelangi di babak pertama, pada *scene* memperlihatkan perilaku seorang wanita (Yasmin) berdiri diantara kerumunan penonton futsal menggunakan pakaian bernuansa olahraga yang berwarna putih dan jaket serta celana berwarna abu-abu yang berkata “laki kalah sama pelangi, *move on* dong, minum yang *next level*” sambil bergesur mengangkat gelas bertuliskan “Extra Joss Blend”


Level Representasi

Pada *scene* detik 0:13 menyampaikan kalimat “laki kalah sama pelangi, *move on* dong, minum yang *next level*” yang disampaikan oleh Yasmin. Teknik pengambilan gambar (type of shot) pada *scene* ini memperlihatkan teknik *medium shot* dimana batas pemotongan objek dari bagian pinggang ke atas. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek beraktivitas (Sugiarto dalam bella). Sudut pengambilan gambar (*camera angle*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis melainkan kesan wajar (Widagdo dalam Bella). Efek suara pada *scene* ini tepuk tangan penonton dan suara teriakan penonton yang termasuk ke dalam kategori *hard effect* yaitu suara-suara keras contohnya ledakan gunung, senjata, tabrakan mobil yang dapat diambil dari *sound library* atau alat musik *keyboard* (dalam Wibisono, 2009 : 43). Pada *scene* ini terdapat adegan berbicara, yaitu saat Yasmin muncul mengucapkan slogan “laki kalah sama pelangi, *move on* dong” termasuk ke dalam *Direct Address*, yaitu pembicaraan dimana sumber suara muncul di dalam frame dan mengarahkan pandangannya langsung kearah kamera (dalam Saroengallo : 2011).

Level Ideologi

Pada *scene* keempat detik 0:13 menampilkan Yasmin dari kerumunan penonton yang menyampaikan slogan “laki kalah sama pelangi, *move on* dong, minum yang *next level*” dimana kalimat tersebut mencerminkan level ideologi yaitu kapitalisme. Menurut Friedrich dalam (Bertens, 2000 : 135) kapitalisme dimengerti sebagai praktek ekonomi dan bukanlah suatu teori serta sekaligus sebagai sistem sosial yang ditandai oleh adanya kelas, yaitu kelas kapitalis dan kelas proletas. Sehubungan dengan pengertian tersebut berhubungan dengan slogan dalam iklan ini yang menyatakan bahwa slogan “laki kalah sama pelangi” mencerminkan Tim kuning sebagai laki-laki dan pelangi sebagai kompetitor dari Tim Kuning, hal ini didukung dengan alur cerita dari *scene* 1 hingga *scene* 4 yang memperlihatkan Tim kuning kalah dalam pertandingan futsal melawan Tim yang menggunakan pakaian warna-warni (pelangi) yang dimana Tim yang menggunakan pakaian warna-warni tersebut dapat mencetak gol karena Afat dan Fadhel yang mengendalikan bola menggunakan *handheld game* dan mereka adalah konsumen dari kompetitor Extra Joss karena mereka meminum minuman berwarna-warni. Kemudian slogan “*move on* dong, minum yang *next level*” yang mencerminkan dalam iklan ini Extra Joss ingin mempersuasi penonton untuk mengkonsumsi Extra Joss Blend yang merupakan minuman lebih tinggi level nya dibanding komperitornya yang memiliki minuman berwarna-warni, hal ini dikarenakan Extra Joss menempati posisi pertama dalam *Top Brand Award* tahun 2016 dibidang minuman penambah tenaga non cair.


Scene 5

5		Menampilkan gambar gelas Extra Joss dan perpaduan Extra Joss dengan susu dan terdapat tulisan “ <i>next level</i> Extra Joss”	Musik, <i>Sound Effect</i> : suara air
---	---	---	--

Level Representasi

Pada detik 0:15 memperlihatkan kalimat “*next level Extra Joss*” dalam bentuk tulisan pada gambar ilustrasi gelas Extra Joss Blend yang terlihat adanya perpaduan Extra Joss dengan susu. Teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *medium shot*, yaitu teknik fotografi dengan pengambilan jarak menengah, dimana batas pemotongan objek dari bagian pinggang ke atas. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek beraktivitas (Sugiarto dalam Bella). Dan sudut pengambilan gambar (*camera angle*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis melainkan kesan wajar (Widagdo dalam Bella). Serta didukung dengan musik yang mengiringi pada *scene* ini yaitu musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). Efek suara (*sound effect*) pada *scene* ini ialah suara air yang termasuk ke dalam kategori *background sound* seperti suara angin, suara air, suara burung dan suara lainnya yang dapat membantu memperkuat momen (dalam Wibisono, 2009 : 43).

Scene 6

6	 <p style="text-align: center;">0:16</p>	Menampilkan Atep, Yasmin, Andritany dan Tim kuning sedang meminum Extra Joss Blend	Musik. Monolog: “Extra Joss Blend”
---	---	--	--

Level Realitas

Pada *scene* keenam detik 0:16 menampilkan Yasmin yang menggunakan pakaian bernuansa olah raga dengan kaos berwarna putih dan jaket berwarna abu-abu yang senada dengan celana yang ia kenakan, kemudian Andritany yang menggunakan pakaian futsal berwarna orange dengan celana berwarna hitam, serta terlihat Atep dan anggota yang lain dari Tim kuning yang menggunakan pakaian futsal berwarna kuning dan celana hitam sedang berperilaku meminum Extra Joss Blend pada saat istirahat pertandingan. Atep dipilih sebagai pemain dalam iklan ini dikarenakan ia merupakan seorang kapten dari Tim sepak bola Persib dengan posisi pemain sebagai gelandang memiliki julukan “Lord Atep” karena Atep merupakan orang asli sunda & loyal, menjadi pahlawan di saat krusial, selalu menghibur penonton. Selain itu Atep memiliki prestasi yang dapat diperhitungkan sehingga dapat menjadi pemain iklan Extra Joss Blend diantaranya Persib Jr. Juara Piala Suratin, PSSI U-20 *Runner Up* Piala Gubernur Kal-Tim, 2004 Peringkat III Divisi Utama Liga Indonesia, 2005 *Runner Up* Divisi Utama Liga Indonesia, 2007/08 Semifinal Liga Indonesia, 2014 Juara Indonesia Super League (<http://www.izaybiografi.com>, diakses pada 18 agustus 2017 pukul 13.10).


Selain Atep ada juga seorang Wanita yang bernama Yasmin yang merupakan seorang *disk jockey*. Yasmin dikenal sebagai bintang iklan, model dan Dj. Yasmin menjadi pemain dalam iklan ini karena Yasmin merupakan *brand ambassador* dari Extra Joss Blend (<http://www.selebshop.com>, diakses 23 Agustus 2017 pukul 19.00). Kemudian Andritany yang merupakan seorang kiper dari Tim Persija. Andritany menjadi pemain iklan Extra Joss Blend ini karena ia adalah seorang kiper yang memiliki jumlah penyelamatan terbanyak di kompetisi Indonesia Soccer Championship (ISC) A 2016 dan memiliki banyak prestasi lain dalam bidang sepak bola baik dalam Indonesia maupun luar negeri (<https://www.fourfourtwo.com>, diakses pada 24 Agustus 2017 pukul 20.40).

Level Representasi

Pada detik 0:16 teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *medium shot*, yaitu teknik fotografi dengan pengambilan jarak menengah, dimana batas pemotongan objek dari bagian pinggang ke atas. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek beraktivitas (Sugiarto dalam Bella). sudut pengambilan gambar (*camera angle*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis melainkan kesan wajar (widagdo dalam Bella). Dan musik yang mengiringi pada *scene* ini yaitu musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi

sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). Dan adanya kalimat pembicaraan “Extra Joss Blend” berbentuk monolog, yaitu pembicaraan 1 orang dimana tokohnya bisa kelihatan berbicara didalam *frame*, atau tokohnya tidak berbicara tapi suaranya tetap terdengar (dalam Saroengallo : 2011).

Scene 7

7		Kemudian pertandingan dimulai dengan bola dimulai dari tim kuning dengan melakukan tendangan <i>volley</i>	Musik, <i>Sound Effect</i> : suara tendangan bola
---	---	--	---

Level Realitas

Pada *scene* ketujuh detik 0:17 memperlihatkan perilaku pemain yang memulai pertandingan babak kedua yang dimulai dengan bola yang diawali tendangannya oleh Tim kuning. Salah satu pemain dari Tim kuning memperlihatkan gerstur dengan melakukan tendangan *volley* yang kuat. Tendangan *Half round volley* atau tendangan voli samping adalah gerakan menendang dengan teknik miring (*side on*) dengan cara mencondongkan tubuh menjauh dari bola, ayunkan kaki yang digunakan untuk menendang keatas di sekitar samping tubuh, tendang pada bagian pertengahan bola untuk menjaga agar tembakan anda tidak melambung keatas dan diikuti dengan gerakan mengayun kaki yang digunakan untuk menendang sampai melewati badan untuk mengoper bola kepada pemain kuning yang lain (<http://www.olahragakesehatanjasmani.com>, diakses pada 14 juli 2017 pukul 02.15).

Sebelum bola di terima oleh pemain Tim kuning yang lain, bola yang ditendang tersebut mengenai Afat yang sedang memegang minuman yang membuat baju Afat dan Fadhel menjadi basah. Kemudian bola diterima oleh pemain dari Tim kuning yang lain, lalu mengoper kembali bola dengan tendangan *Scorpion kick*. Tendangan Scorpion Kick adalah gerakan tendangan yang dilakukan secara terbalik dari gerakan *bicycle kick*, dengan cara menendang bola dengan tumit kaki dan kepala berada dibawah, sehingga mirip seperti kalajengking (<https://soccer.sindonews.com>, diakses pada 14 Agustus 2017 pukul 10.45). Lalu bola diterima, salah satu dari pemain Tim kuning yang menerima bola itu mendang bola dan masuk ke gawang. *Score* kedudukan menjadi seimbang.

Level Representasi


Pada detik 0:17 teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *long shot* yaitu, pengambilan gambar yang digunakan untuk memperhatikan figure seseorang secara keseluruhan dimana seluruh badan objek akan terlihat. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek yang beraktivitas dengan keluasan suasana lingkungan dimana objek berada (Sugiarto 2011 dalam Bella 2015). Sudut pengambilan gambar (*camera angle*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis tetapi kesan wajar (Widagdo 2007 dalam Bella 2015). Serta adanya musik yaitu, musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). .Efek suara (*sound effect*) pada *scenen* ini ialah suara tendangan bola yang termasuk ke dalam kategori *folley* yang merekayasa suara denga cara tertentu, yang menyerupai efek suara yang diingkan atau dibuat langsung seperti derit pintu atau langkah kaki (dalam Wibisono, 2009 : 43).

Level Ideologi

Pada durasi ini di detik 0:17 memperlihatkan banyak gestur pemain iklan berupa trik-trik yang digunakan dalam bermain futsal, hal ini terkait dengan level ideologi, yaitu maskulinitas yang mana menurut Wood dalam (Kurnia, 2004 : 26) maskulinitas adalah penampakan laki-laki yang *active, advenurous, powerful, agressive and largely uninvolved in human relationship*. Sehubungan dengan pengertian maskulinitas tersebut, gestur yang ada dalam

perilaku orang yang sedang bermain futsal seperti dalam iklan ini mencerminkan penampakan laki-laki yang *active, powerful* dan *agresive*.

Scene 8

8		Tendangan <i>volley</i> itu mengenai minuman Afat yang sedang dipegang dan menyebabkan <i>console game</i> yang dipegang Fadhel rusak. Tim kuning melakukan penyerangan kepada tim warna-warni (pelangi) dengan gerakan yang lincah dan juga trik yang digunakan dan mencetak gol.	Musik, <i>Sound Effect</i> : suara korsleting, suara dari trik bola yang dilakukan dan suara tendangan bola,
---	---	--	--


Level Realitas

Pada *scene* ke delapan detik 0:23 menampilkan Fadhel yang berperilaku sedang memainkan *handheld game*. Kemudian terlihat *handheld game* yang dipegang Fadhel rusak karena terkena cipratan air minuman Afat yang tumpah karena terkena bola yang ditendang salah satu pemain Tim kuning hingga memunculkan efek asap dari *handheld game* tersebut. Kemudian terlihat bola kembali dikendalikan Tim kuning, salah satu pemain dari tim kuning terlihat bergesur mengoper bola kepada Atep dan Ia melakukan tendangan *bicycle kick*, yaitu menendang bola dengan gaya salto atau tendangan gunting (<http://www.bolaotomotif.com>, diakses pada 24 Agustus 2017 Pukul 15.30)

Level Representasi

Pada detik 0:23 teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *Big close up* yaitu pengambilan gambar yang menangkap sebuah ekspresi dan detail-detail. Teknik ini benar-benar menekan kan pada ekspresi objek (dalam Sugiarto dalam bella). sudut pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *high angle* yaitu sudut pengambilan dari atas objek sehingga mengesankan objek jadi terlihat besar, Teknik ini memiliki kesan dramatis (Widagdo dalam Bella). *Scene* ini didukung dengan musik, yaitu musik fungsional. merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). Serta terdapat efek suara (*sound effect*) seperti suara korsleting, suara dari trik bola yang dilakukan, dan suara tendangan bola yang termasuk ke dalam kategori *folley* yang merekayasa suara dengan cara tertentu, menyerupai efek suara yang diinginkan atau dibuat langsung seperti derit pintu atau langkah kaki (dalam Wibisono, 2009 : 43).

Scene 9

9		Menampilkan serangan yang kedua dari tim kuning kepada tim warna-warni (pelangi) dimana bola di tendang oleh Atep dengan gerakan <i>bicycle kick</i> yang memperlihatkan ekspresi kiper yang kaget hingga terpejam karena bola yang ditendang sangat kencang, dan bola masuk ke gawang.	Musik, <i>Sound Effect</i> : suara tendangan bola yang kencang
---	---	---	--

Level Realitas

Pada *scene* kesembilan detik 0:26 menampilkan ekspresi kiper dari tim warna-warni (pelangi) terkejut karena bola sangat kencang menuju gawang, dimana terkejut atau kaget

dapat muncul saat seseorang mendengar, mendapat, dan menerima pesan atau sesuatu yang tidak disangka sebelumnya (Amda, 2016:151). Kiper dari tim warna-warni (pelangi) tidak dapat menangkap bola, sehingga bola masuk ke gawang dan Tim kuning menang.

Level Representasi

Pada detik 0:26 teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *Big close up*, pengambilan gambar yang menangkap sebuah ekspresi dan detail-detail. Teknik ini benar-benar menekan kan pada ekspresi objek (dalam Sugiarto dalam bella). Serta sudut pengambilan gambar (*camera angle*) *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis tetapi kesan wajar (Widagdo 2007 dalam Bella 2015). Terdapat juga musik pada *scene* ini, yaitu musik fungsional merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). Dan efek suara (*sound effect*) pada *scene* ini ialah suara tendangan bola yang kencang termasuk ke dalam kategori *folley* merekayasa suara dengan cara tertentu, yang menyerupai efek suara yang diinginkan atau dibuat langsung seperti derit pintu atau langkah kaki (dalam Wibisono, 2009 : 43).

Scene 10

10		Menampilkan akhir dari iklan yang ditutup dengan kemenangan dari tim kuning dan memperlihatkan logo Extra Joss Blend dan tulisan “bandel susunya, makin asyik!”	Musik, Narasi: “Extra Joss Blend bandel susunya, makin asyik!”
----	---	---	--

Level Realitas

Pada *scene* ke sepuluh detik 0:29 menampilkan akhir dari iklan dengan perilaku bergembira yang terlihat dari pemain Tim kuning, Yasmin dan para penonton yang bergestur bersorak. Dimana bersorak menurut (<https://kbbi.web.id>, diakses pada 1 september 2017, pukul 18.30) berarti berteriak-teriak "hore hore" dan sebagainya; bergembira (bersuka-suka) dengan berteriak-teriak: penonton – gemuruh.

Level Representasi

Pada detik 0:29 teknik pengambilan gambar (*type of shot*) menggunakan *long shot* yaitu, pengambilan gambar yang digunakan untuk memperhatikan figure seseorang secara keseluruhan dimana seluruh badan objek akan terlihat. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek yang beraktivitas dengan keluasan suasana lingkungan dimana objek berada (Sugiarto 2011 dalam Bella 2015). dan sudut pengambilan gambar (*angle camera*) menggunakan *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis tetapi kesan wajar (Widagdo 2007 dalam Bella 2015). Serta terdapat musik yaitu, musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (dalam saroengallo:2011). Dan terdapat pula kalimat berbentuk narasi “Extra Joss Blend bandel susunya, makin asyik!”. Narasi, adalah pembicaraan dimana sumber suara atau pembicara tidak muncul di dalam frame atau tidak berada dalam ruang kejadian film. (dalam Saroengallo : 2011).

4. Simpulan dan Saran

4.1 Simpulan

1. Level Realitas

Pemakaian dalam level realitas menunjukkan kode-kode dari pakaian, tempat, perilaku, gesture, dan ekspresi. Melalui pakaian dapat terlihat sebuah Tim yang mengenakan pakaian futsal dengan baju berwarna kuning dan celana berwarna hitam yang melambangkan produk Extra Joss. Ada juga Tim Lawannya yang menggunakan pakaian futsal dengan baju berwarna-warni yang melambangkan kompetitor. Serta seorang wanita (Yasmin) menggunakan pakaian olah raga dengan kaos berwarna putih dan jaket serta

celana yang berwarna abu-abu. Selain itu terdapat dua orang laki-laki yang bernama Fadhel yang memegang *handheld game* menggunakan pakaian berwarna abu-abu yang lengannya berwarna biru serta celana berwarna hitam dan seorang laki-laki lain yang bernama Afat yang mengenakan pakaian berwarna merah muda dan bercelana hitam. Kemudian melalui kode tempat dalam iklan yang berlokasi di sebuah lapangan futsal yang berada di sebuah apartemen. Melalui perilaku yang ada dalam iklan ini terdapat perilaku dari pemain iklan dalam pertandingan futsal, meminum Extra Joss, memainkan *handheld game*, dan bergembira. Terdapat pula penampakan gestur yang ada dalam level realitas ini yaitu, gestur melakukan penyerangan, gestur mengendalikan bola, gestur menggelengkan kepala, gestur mengangkat gelas, gestur trik-trik futsal, gestur mengoper bola, gestur bersorak dan juga adanya ekspresi yang terlihat pada kode realitas yaitu ekspresi terkejut dan ekspresi kecewa.

2. Level Representasi

Berdasarkan hasil penelitian iklan Extra Joss Blend ini, level representasi dapat terlihat dari kalimat, kamera, musik, dan suara. Kalimat yang ada dalam iklan ini diantaranya berupa kalimat *direct address* “laki kalah sama pelangi, *move on* dong, minum yang *next level*”, kemudian terdapat kalimat yang berbentuk tulisan “*next level* Extra Joss”, kalimat monolog “Extra Joss Blend” serta kalimat “Extra Joss Blend bandel susumnya, makin asyik!” yang berbentuk kalimat narasi. Kemudian dari kode teknik pengambilan gambar (*type of shot*) kamera yaitu *extra long shot* yang dimana objek utama adalah situasi dan kondisi dari keadaan sekitar (Sugiarto, 2011:25), *close up* yang fungsinya untuk memperlihatkan detail dari foto dan terlihat dramatis (Sugiarto, 2011:25), *medium shot* dimana batas pemotongan objek dari bagian pinggang ke atas. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek beraktivitas (Sugiarto, 2011:25), *long shot* yaitu, pengambilan gambar yang digunakan untuk memperhatikan figure seseorang secara keseluruhan dimana seluruh badan objek akan terlihat. Fungsi dari teknik ini ingin menyampaikan keadaan objek yang beraktivitas dengan keluasaan suasana lingkungan dimana objek berada (Sugiarto, 2011:25), dan *Big close up*, pengambilan gambar yang menangkap sebuah ekspresi dan detail-detail. Teknik ini benar-benar menekan kan pada ekspresi objek (Sugiarto, 2011:25). Serta terdapat sudut pengambilan gambar (*angle camera*) pada iklan yaitu, *bird's eye view* yaitu teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan ketinggian kamera berada di atas objek (Widagdo, 2007:8), *eye level* yang memperlihatkan kesan tidak dramatis tetapi kesan wajar (Widagdo, 2007:8), dan *high angle* yaitu sudut pengambilan dari atas objek sehingga mengesankan objek jadi terlihat besar, Teknik ini memiliki kesan dramatis (Widagdo, 2007:8). Melalui kode musik terdapat musik fungsional yang merupakan musik yang terdengar tetapi tidak diketahui sumber musiknya dan berfungsi sebagai pembentuk suasana (Saroengallo:2011). Serta melalui kode suara yang terdapat dalam iklan ini diantaranya, *hard effect* yaitu suara-suara keras contohnya ledakan gunung, senjata, tabrakan mobil yang dapat diambil dari *sound library* atau alat musik *keyboard* (Wibisono, 2009 : 43), yaitu merekayasa suara dengan cara tertentu, yang menyerupai efek suara yang diinginkan atau dibuat langsung seperti derit pintu atau langkah kaki (dalam Wibisono, 2009 : 43), dan *background sound* seperti suara angin, suara air, suara burung dan suara lainnya yang dapat membantu memperkuat momen (Wibisono, 2009: 43).

3 Level Ideologi

Pada level ideologi dari penelitian ini terdapat dua ideologi yaitu kapitalisme dan maskulinitas. Kapitalisme menurut Friedrich dalam (Bertens, 2000 : 135) kapitalisme dimengerti sebagai praktek ekonomi dan bukanlah suatu teori serta sekaligus sebagai sistem sosial yang ditandai oleh adanya kelas, yaitu kelas kapitalis dan kelas proletas. Ideologi ini berhubungan dengan slogan dalam iklan ini yang menyatakan bahwa slogan “laki kalah sama pelangi” mencerminkan Tim kuning sebagai laki-laki dan pelangi sebagai kompetitor dari Tim Kuning, hal ini didukung dengan alur cerita dari scene 1 hingga scene 4 yang memperlihatkan Tim kuning kalah dalam pertandingan futsal melawan Tim yang menggunakan pakaian warna-warni (pelangi) yang dimana Tim yang menggunakan pakaian warna-warni tersebut dapat mencetak gol karena Afat dan Fadhel

yang mengendalikan bola menggunakan handheld game dan mereka adalah konsumen dari kompetitor Extra Joss karena mereka meminum minuman berwarna-warni. Kemudian slogan “move on dong, minum yang next level” yang mencerminkan dalam iklan ini Extra Joss ingin mempersuasif penonton untuk mengkonsumsi Extra Joss Blend yang merupakan minuman lebih tinggi level nya dibanding komperitornya yang memiliki minuman berwarna-warni, hal ini dikarenakan Extra Joss menempati posisi pertama dalam Top Brand Award tahun 2016 dibidang minuman penambah tenaga non cair. Kemudian maskulinitas yang mana menurut Wood dalam (Kurnia, 2004 : 26) maskulinitas adalah penampakan laki-laki yang active, advenurous, powerful, agressive and largely uninvolved in human relationship. Sehubungan dengan pengertian maskulinitas tersebut, gestur yang ada dalam perilaku orang yang sedang bermain futsal seperti dalam iklan ini mencerminkan penampakan laki-laki yang active, powerful dan agresive.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan refrensi dan untuk memperluas wawasan, antara lain:

1. Bidang Akademis

penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai semiotika John Fiske lebih dalam atau dengan objek lainnya selain iklan seperti, film, film pendek atau dari video clip. Kemudian jika penelitian selanjutnya mengenai iklan Extra Joss diharapkan penelitian diharapkan penelitian lebih luas pembahasannya tidak hanya dari segi semiotika saja, mungkin menggunakan analisis narasi atau dengan metode kuantitatif yang melibatkan penonton dari iklan.

2. Bidang Praktis

Diharapkan bagi pembuat iklan extra joss dapat membuat iklan yang lebih menggugah penontonnya untuk tertarik membeli produk tersebut, seperti memperlihatkan kejadian atau aktifitas sehari-hari yang lebih nyata dan tidak menggunakan kalimat atau sindiran yang menyerang langsung kompetitor agar iklan dapat sesuai dengan peraturan yang ada, sehingga konsumen pun akan lebih percaya pada produk Extra Joss dan bagi masyarakat dapat memahami arti dari pesan iklan yang ingin disampaikan Extra Joss dengan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Amda Kaputra, Ratna Fitriyani. 2016. *Membaca Ekspresi Wajah*. Depok : Huta Publisher

Andri Irawan. 2009 *Teknik Dasar Modern Futsal*. Jakarta: Cempaka Putih

Ardiyanto, Elfinaro dan Komala Erdinaya Lukiati. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.

Bertens, Kees. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : Kanisius

Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi kreatif Dalam Periklanan: Konsep pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT.Raja Grafindo Persada

Kotler, Phillip. 2003. *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implikasi dan Kontrol*, Jilid I. Jakarta. PT Prenhallindo.

Kurnia, Novi. 2004. *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UI Volume 8 Nomor 1*. Jakarta

- Mulyana, Deddy. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Saroengallo, Tino. 2011. *Dongeng Sebuah Produksi Film Intisari*
- Sugiarto, Atok. 2011. *Memotret Dengan Kamera Digital untuk Pemula*. Jakarta:Kriya Pustaka
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Tjiptadi, Bambang. 1984. *Tata Bahasa Indonesia*. Cetakan II. Jakarta: Yudistira.
- Widagdo, Bayu dan Gora, Winastawa. 2007. *Bikin Film Indie Itu Mudah*. Yogyakarta:Andi

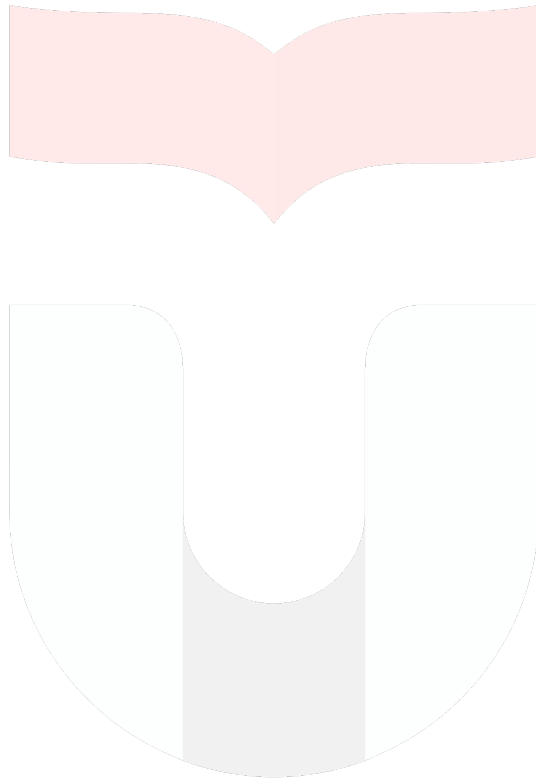
Internet

- <http://www.bolaotomotif.com/20130123/istilah-istilah-atau-sebutan-dalam-dunia-sepakkbola>, (diakses pada 24 Agustus 2017 Pukul 15.30)
- <https://www.fourfourtwo.com/id/features/kipper-terbaik-isc-a-2016-andritany-ardhiyasa-persija-jakarta>, (diakses pada 24 Agustus 2017 pukul 20.40)
- <http://futsalzoneindonesia.com/7228-2/> (diakses pada 14 juli tahun 2017, pukul 01.20)
- <http://hendyotaku.weebly.com/macam-macam-console-dan-jenis-jenis-gamenya.html> (diakses 16 juli, pukul 23.07)
- <http://id.wikihow.com/Melakukan-Trik-Pelangi-dalam-Sepakbola> (diakses pada 14 juli tahun 2017, pukul 01.40).
- <http://www.izaybiografi.com/2016/10/biografi-atep-ahmad-rizal.html> (diakses pada 18 agustus 2017 pukul 13.10)
- <https://kbbi.web.id/sorak>, (diakses pada 1 september 2017, pukul 18.30)
- http://www.kompasiana.com/harjasaputra/berbagai-gesture-dalam-budaya_551acbfb813311c67f9de1fe (diakses 13 juli tahun 2017, pukul 00.00)
- http://www.kompasiana.com/situsapartemen/pengertian-apartemen-bagaimana-cara-memilih-apartemen_54f951eca33311ac048b4cc7 (diakses 14 Juli 2017, pukul 23.07)
- <http://www.olahragakesehatanjasmani.com/2014/10/cara-menendang-bola-futsal-tepat-sasaran.html> (diakses pada 14 juli 2017, pukul 02.15).
- <http://www.selebshop.com/2016/07/biodata-dj-yasmin-female-dj-sekaligus.html>, (diakses 23 Agustus 2017 pukul 19.00)
- <http://sidomuncul.com/kuku-bima-energ.php> (diakses pada 6 Juli 2017, pukul 17.32)
- <https://soccer.sindonews.com/read/1041709/188/setelah-20-tahun-higuita-ulangi-sepakan-kalajengking-di-kolam-renang-1441623705>, (diakses pada 14 Agustus 2017 pukul 10.45)
- http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1 (diakses pada 21 september 2016, pukul 18.25)

Jurnal

- http://dolphinnda.hol.es/?wpfb_dl=6 (diakses pada 25 januari 2017, pukul 17.14)

Wibisono, Bayu. 2009. Stasiun Televisi Swasta Lokal di Yogyakarta. (sumber : <http://e-journal.uajy.ac.id/2933/3/2TA11242.pdf>).



Telkom
University