

Interpretasi Iklan Marjan Tahun 2023 "Baruna Sang Penjaga Samudera"

Anikatun Nakhlah¹, Muhammad Zakyanda Vara Jati², Diva Aurelia Putri Effendi³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

anikatun.23217@mhs.unesa.ac.id

Abstract

As connoisseurs of visual events we are familiar with the name advertising, advertising is a medium that invites the public to buy or use these goods. Marjan advertisements that we often encounter are aired on television and youtube media as a reminder to the public that the holy month of Ramadan is getting closer, and do not forget that every advertisement displayed by Marjan itself inserts life values that have moral messages. From this step, researchers are interested in examining how the meaning of Marjan ad airtime is interpreted by researchers and also examining the meaning of the parts of Marjan advertisements. In this study, researchers used a qualitative research method using a semiotic approach. With the results found that Marjan advertisements are dominated by inspirational moral messages and can influence consumer perceptions and actions, plus Marjan advertisements in 2023 also use CGI technology in the visuals displayed so that the animation in these advertisements creates new creativity and innovation from previous Marjan advertisements, therefore CGI can attract the audience when viewing Marjan advertisements because of realistic audio visuals. Then on the rational appeal, Marjan wants to provide that its products can support global warming by re-branding its products as useful materials for everyday life.

Keywords: *Interpretation; Advertisement; Mass Media; Mass Communication*

Abstrak

Sebagai penikmat acara visual, kita sudah tidak asing dengan yang namanya iklan, iklan merupakan media yang bersifat mengajak khalayak untuk membeli atau menggunakan barang tersebut. Iklan marjan yang sering kita jumpai ditayangkan pada media televisi maupun youtube sebagai pengingat masyarakat bahwa bulan suci Ramadhan semakin dekat, serta tidak lupa bahwa setiap iklan yang ditampilkan oleh marjan itu sendiri menyisipkan nilai-nilai kehidupan yang memiliki pesan moral. Dari langkah tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana makna waktu tayang iklan Marjan diinterpretasikan oleh peneliti dan juga meneliti makna dari bagian-bagian iklan marjan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Dengan hasil yang ditemukan bahwa iklan marjan di dominasi dengan pesan moral yang inspiratif serta dapat mempengaruhi persepsi dan tindakan konsumen, ditambah iklan marjan pada tahun 2023 juga menggunakan teknologi CGI (*Computer Geneated Image*) pada visual yang ditampilkan sehingga animasi pada iklan tersebut menimbulkan kreativitas serta inovasi yang baru dari iklan – iklan marjan terdahulu, oleh karena itu CGI bisa membuat daya tarik penonton saat melihat iklan marjan karena audio visual yang realistis. Kemudian pada daya tarik rasional, pihak marjan ingin memberikan bahwasanya produknya dapat mendukung global warming dengan cara mendaur ulang produk – produknya sebagai bahan yang berguna untuk kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Interpretasi; Iklan; Media Massa; Media Komunikasi

1. Pendahuluan

Teknologi di era globalisasi ini meningkat pesat dan sudah menjangkau berbagai bidang di ranah sosial masyarakat. Dimulai dari pemanfaatan sumber daya alam menjadi barang-barang yang berguna merupakan salah satu sebab utama peningkatan teknologi saat ini. Salah satu contoh lagi, seperti adanya mesin cetak, internet, telepon yang dapat membantu masyarakat untuk berinteraksi secara bebas di era sekarang. Banyak sekali masyarakat yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas kerja serta untuk meringankan tugas sehari-hari mereka [1]. Salah satu contoh yang mempengaruhi peningkatan teknologi yaitu adanya media massa yang menjadi alat untuk berkomunikasi setiap hari, kapanpun dan dimanapun, antara satu orang dengan orang yang lain. Komunikasi massa tersusun dari semua lapisan masyarakat yang mana para produsen media massa memerlukan terobosan terbaru untuk mengajak para produsen barang ataupun jasa memasarkan produknya serta berinvestasi. Iklan menjadi salah satu opsi yang dimiliki oleh para produsen media massa supaya lebih mudah memasarkan produknya kepada masyarakat luas di luar sana.

Iklan memiliki peran penting dalam dunia pemasaran modern. Iklan sendiri merupakan sebuah bentuk secara nyata komunikasi media massa yang dihasilkan oleh manusia. Iklan adalah sebuah kreativitas yang tersusun baik secara audio ataupun visual yang memuat beberapa informasi serta bertujuan menarik masyarakat di luaran sana. Mereka bukan hanya sarana untuk menyebarkan informasi tentang produk atau layanan, tetapi juga merupakan alat komunikasi yang kuat serta dapat memengaruhi cara konsumen memahami dan merespon merek. Media informasi seperti iklan ini diciptakan agar dapat menarik masyarakat untuk terpicat serta tertarik untuk membeli dan memakai produk yang diiklankan [2]. Periklanan dapat kita jumpai pada beberapa media elektronik, seperti contoh pada media elektronik televisi. Ketika melihat iklan pada media elektronik yang satu ini, iklan akan tersampaikan dalam bentuk audio, visual, dan juga gerak. Melalui televisi inilah, iklan akan dapat lebih mudah tersampaikan kepada konsumen [3].

Dalam konteks ini, iklan menjadi titik fokus interpretasi dan analisis yang mendalam. Salah satu merek yang telah memperkenalkan diri dalam lanskap periklanan Indonesia dengan kehadiran yang kuat adalah Marjan. Marjan, dengan berbagai produk minumannya yang lezat, telah menciptakan iklan-iklan yang mengundang perhatian dan minat konsumen. Di balik pesona visual dan pesan-pesan yang dibawanya, terdapat elemen-elemen interpretatif yang menjadi subjek dari analisis yang mendalam. Iklan marjan hanya selalu ditampilkan saat di bulan ramadhan dan di setiap tahunnya selalu menayangkan cerita yang berkelanjutan sehingga para penonton tertarik melihat iklan marjan, hal tersebut membuat iklan marjan menarik untuk di teliti. Iklan marjan ini juga sudah di teliti oleh Universitas Dian Nuswantoro dengan tema isu pencemaran laut, sedangkan dalam jurnal ini membahas isi *scene*, karakteristik dan tanda dalam iklan marjan [4].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana makna iklan Marjan versi Baruna sang penjaga samudera diinterpretasikan oleh peneliti dan juga meneliti makna dari bagian-bagian iklan marjan [5]. Dalam proses ini, peneliti akan mencoba untuk mengungkapkan aspek-aspek kognitif, emosional, dan perilaku yang muncul saat peneliti berinteraksi dengan iklan Marjan. Penting untuk dipahami bahwa periklanan tidak hanya sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk, tetapi juga sebagai sarana untuk mencerminkan nilai-nilai sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat yang memproduksi produk tersebut [6]. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan interpretasi mendalam terhadap iklan Marjan dengan tujuan untuk menggali makna dan pesan yang terkandung di dalamnya serta bagaimana iklan tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan tindakan

konsumen [7]. Pengenalan ini akan dilanjutkan dengan tinjauan literatur mengenai teori interpretatif dalam analisis periklanan, metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, serta kerangka konseptual yang akan memandu analisis interpretasi periklanan oleh Marjan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih jauh mengenai peran periklanan dalam memahami dinamika budaya dan konsumen di Indonesia [8].

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karena itu, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Karenanya, proses penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar. [9]

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika analitik. Metode semiotika analitik adalah metode analisis yang mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada suatu objek untuk diketahui makna yang terkandung dalam objek tertentu. Tanda yang dianalisis akan menghasilkan ide, objek, dan makna (Pierce). Maksud dari tanda tersebut adalah keberadaan tanda-tanda ini nantinya akan dapat mewakili suatu hal yang berkaitan dengan objek tertentu, di mana tanda ini akan membawa informasi dan dikomunikasikan dalam bentuk tanda. Tujuan peneliti menggunakan metode semiotika yaitu untuk menemukan makna waktu tayang iklan marjan yang hanya ditayangkan di saat bulan ramadhan dan memaknai hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda-tanda ataupun setiap adegan tersebut. [10]

Pada analisis semiotika ini menggunakan paradigma konstruktivisme, maksud dari paradigma tersebut adalah yang memandang kenyataan kehidupan sosial bukanlah sebagai realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Selain itu, dengan menggunakan paradigma konstruktivisme peneliti mendapatkan pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa, seperti halnya saat peneliti memaknai setiap adegan, karakteristik serta tanda-tanda dalam iklan marjan yang bertemakan “Baruna Sang Penjaga Samudera”.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Melalui analisis semiotika seperti ini, kita dapat memahami bagaimana iklan Marjan menggunakan berbagai tanda-tanda visual, verbal, simbolik, ikonik, dan indeksikal untuk menyampaikan pesan tentang rasa, kesegaran, dan kenikmatan produk mereka kepada pemirsa. Berikut adalah analisis cerita dalam salah satu cuplikan iklan marjan.

3.1.1 Cuplikan Adegan Iklan Pada Gambar 1 dan 2



Gambar 1

Gambar 2

Pada tahun 2023 iklan Marjan bagian pertama, terdapat scene di mana memperlihatkan suasana laut dengan dikelilingi oleh dinding-dinding tebing tinggi dan pohon-pohon rimbun hijau yang

menempel dengan cuaca laut yang sangat gelap. Pada tebing-tebing hijau tersebut terlihat rumah-rumah warga yang begitu terawat serta pohon-pohon yang hijau rimbun enak dipandang. Kapal-kapal yang parkir menjadikan nuansa pada cuplikan iklan di awal menjadi lebih menarik untuk ditonton. Dilanjutkan dengan adegan para warga yang sedang bekerja. Dilanjut dengan baruna sang penjaga samudera berdiri tegap membawa tongkat menghadap laut yang sedang pasang serta ombak yang sangat tinggi dan besar.

3.1.2 Cuplikan Adegan Iklan Marjan Pada Gambar 3 dan 4



Gambar 3

Gambar 4

Adegan selanjutnya yakni pemandangan dalam laut yang penuh dengan sampah. Sebagian besar terdiri dari sampah plastik seperti botol, bungkus jajan, kantong plastik, serta gelas plastik yang sedang berhamburan di dalam lautan. Terlihat dua anak laki-laki yang sedang melamun dan satu diantaranya membuang sebuah plastik botol air ke dalam laut. Dilanjut ada seorang wanita membawa barang di tangannya sedang mengamati cuaca saat itu yang sedang gelap seakan-akan akan terjadi badai besar. Pemandangan laut dari atas memperlihatkan ada seekor binatang laut yang sangat besar dan panjang sedang berenang. Ikan-ikan kecil berhamburan menyelamatkan diri dari binatang laut tersebut. Diatas kapal ada seorang lelaki berambut panjang sedang membuang sampah ke laut dengan melemparkannya. Tidak lama kemudian tiba-tiba badai datang diawali dengan guntur disertai petir. Ombak semakin tinggi dan besar, kapal mulai terombang-ambing. Nahkoda segera menjaga kestabilan kapal. Tiba-tiba seekor monster laut besar naik keatas permukaan laut dan melingkari kapal. Seluruh penghuni kapal panik berbondong-bondong masuk kapal. Seorang lelaki penghuni kapal mengangkat senjata berupa sebuah tombak tinggi dan runcing lalu di luncurkan di monster laut dan langsung mengenai bagian kepala sang monster. Lantas sang monster laut tersebut semakin marah.

Karena sang monster semakin marah dan akan merusak kapal mereka, dengan rasa ketakutan seluruh penghuni kapal terjun ke laut dengan tangan kosong. Dilanjut dengan pemandangan sebuah pulau kecil dengan dikelilingi laut dan tebing yang sangat dirimbuni pohon-pohon. Semua penghuni kapal kembali ke desa dalam pulau tersebut dengan selamat. Mereka disambut hangat dengan minuman marjan. Mereka minum bersama pada malam itu. Pada scene ini menampilkan kembali pegunungan yang hijau akan pohon-pohon disertai dengan rumah-rumah warga yang gemerlap terang, bertepatan dengan tebing di samping lautan yang indah. Sedangkan setelahnya menggambarkan tentang para warga yang berlarian berkumpul ke sisi tebing pinggir laut untuk melihat monster laut yang datang menghampiri pulau yang mereka tinggali sambil membawa senjata di tangan mereka. Kentongan dipukul oleh salah satu warga di pulau tersebut dengan menandakan akan terjadi bencana yang akan menyerang pulau mereka, yaitu monster laut yang datang dan siap untuk menyerang pulau.

Setelahnya memperlihatkan monster laut yang berarda di dalam laut, tengah menuju pulau mereka dengan menerjang dan melewati sampah-sampah yang sudah tercemar serta bertebaran di dalam lautan. Bencana datang dengan dimulainya mata sang monster laut berapi-api siap untuk menyerang pulau dengan kekuatan yang lebih besar dari sebelumnya. Salah satu warga di pulau tersebut melihat dengan mata kepalanya sendiri mengenai monster laut yang muncul dari dalam laut. Monster tersebut melewati beberapa gundukan batu dan tebing-tebing yang berada di lautan memberikan kesan lebih menegangkan. Terlihat seorang wanita yang di punggungnya terdapat anak panah yang sedang mengamati monster laut.

Dalam hitungan waktu, seketika monster laut tersebut mengeluarkan api dari dalam mulutnya serta diarahkan ke pulau tersebut. Wanita yang di punggungnya terdapat anak panah tersebut pun menggunakan pintu kayu untuk perlindungan dirinya agar tidak terkena semburan api dari mulut monster laut itu. Dari atas terlihat salah satu warga yaitu wanita juga yang tengah membidikkan anak panahnya ke arah monster laut tersebut. Dibantu juga dengan warga-warga lain yang menyiapkan senjatanya dan siap untuk bertempur dengan monster laut. Setelahnya, monster laut kembali menyemburkan api dari dalam mulutnya dan membakar sebagian rumah warga yang ada di pulau tersebut. Pada scene ini terlihat para warga yang geram dengan kedatangan dan penyerangan oleh monster laut. Mereka langsung menembakkan anak panah, tombak, dan senjata-senjata lain yang mereka punya ke arah tubuh terutama pada bagian kepala monster laut. Panah-panah yang mereka tancapkan ke tubuh dan kepala si monster laut ternyata dikaitkan dengan tali yang siap untuk ditarik oleh para warga di pulau tersebut dengan dipimpin oleh Baruna. Setelahnya Baruna melompat dan berlari ke dalam kapal, siap untuk bertempur dengan monster laut yang tengah menyemburkan api dari dalam mulutnya.

Baruna terjun ke tepian tebing di atas lautan dengan berpegangan dengan tali. Tali yang dimaksud adalah tali yang berkaitan dengan panah para warga serta telah tertancap pada bagian atas kepala monster laut. Terlihat monster laut sedang kesakitan dengan perlakuan warga pulau terhadapnya. Sedangkan para warga kewalahan dengan terombang-ambingnya mereka ketika memegang tali yang tertancap di kepala si monster laut. Iklan marjan sudah seperti ciri khas akan datangnya bulan Ramadan. Dikarenakan iklan marjan ini ditayangkan setiap bulan Ramadan pada hari pertama yang dinanti-nanti oleh masyarakat ramai. Iklan marjan juga menyuguhkan cerita iklan yang berbeda-beda setiap tahunnya, menjadikan iklan paling ditunggu-tunggu oleh masyarakat yang penasaran dengan cerita apa lagi yang akan dimuat dalam pengiklanan marjan. Penyuguhan alur cerita yang menarik, mudah dipahami, lugas, dan memiliki makna yang jelas menjadi salah satu iklan yang tidak membuat masyarakat yang menontonnya tidak kecewa.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Karakteristik

Iklan Marjan adalah salah satu iklan minuman ringan yang cukup terkenal di Indonesia. Interpretasi makna iklan tersebut dapat beragam tergantung pada sudut pandang masing-masing individu. Namun, secara umum, iklan Marjan mungkin ingin menyampaikan pesan sebagai berikut:

No.	Karakteristik	Makna
1.	Kesegaran	Iklan Marjan sering menampilkan minuman ini sebagai penyegar yang cocok untuk dinikmati dalam berbagai kesempatan, terutama saat cuaca panas. Pesan ini dapat diinterpretasikan sebagai solusi untuk merasa lebih segar dan nyaman.
2.	Tradisi dan Kebudayaan	Beberapa iklan Marjan juga menekankan nilai-nilai budaya dan tradisi Indonesia. Ini bisa menjadi cara untuk mengaitkan minuman ini dengan identitas budaya dan nasionalisme.

3.	Keluargaan dan Persahabatan	Beberapa iklan Marjan menyoroti momen-momen kebersamaan keluarga atau pertemanan yang hangat saat menikmati minuman ini bersama. Hal ini menciptakan asosiasi positif dengan produk dan menggugah emosi penonton.
4.	Kreativitas dan Inovasi	Beberapa iklan Marjan mungkin ingin menonjolkan inovasi dalam rasa atau kemasan produk mereka. Ini bisa menjadi cara untuk menarik konsumen yang mencari variasi dan pengalaman baru.

3.2.2 Tanda

Metode semiotika digunakan untuk menganalisis tanda-tanda dan makna dalam suatu teks atau pesan. Berikut adalah contoh analisis semiotika tentang iklan minuman Marjan:

No.	Jenis Tanda	Makna
1.	Tanda Visual	<ul style="list-style-type: none"> - Gambar botol Marjan dengan warna cerah dan segar menjadi tanda visual utama. - Gambar buah-buahan yang berlimpah di sekitar botol menjadi tanda tambahan yang mencirikan rasa buah dalam minuman. - Warna latar belakang yang cerah, mungkin hijau atau oranye, dapat menggambarkan kesegaran dan rasa alami.
2.	Tanda Visual	<ul style="list-style-type: none"> - Slogan seperti "Rasakan Kelezatan Alam" atau "Segarnya Buah Asli" adalah tanda verbal yang mencoba menggambarkan pengalaman rasanya. - Nama merek "Marjan" sendiri dapat dianggap sebagai tanda verbal yang menciptakan identitas merek.
3.	Tanda Simbolik	<ul style="list-style-type: none"> - Buah-buahan yang dihadirkan dalam iklan (apel, jeruk, anggur) memiliki makna simbolik sebagai sumber nutrisi dan kesegaran. - Kegembiraan dan kesenangan yang terlihat dalam iklan juga dapat dianggap sebagai simbol kesegaran dan kenikmatan.
4.	Tanda Ikonik	<ul style="list-style-type: none"> - Ikon botol Marjan yang berisi cairan berwarna cerah dapat menjadi representasi ikonik dari produk itu sendiri. - Warna-warna cerah dan segar yang digunakan dalam iklan dapat menjadi ikonik dari rasa dan kesegaran minuman tersebut.
5.	Tanda Indeksikal	<ul style="list-style-type: none"> - Tanda-tanda indeksikal dalam iklan mungkin mencakup gambar-gambar buah yang mengindikasikan rasa buah dalam minuman.

		- Suara segar ketika botol Marjan dibuka dapat menjadi indeksikal untuk kesegaran minuman tersebut.
--	--	---

3.2.3 Representasi Iklan

Sosok monster naga dalam iklan ini dijadikan sebagai visualisasi bencana sebagai akibat dari pencemaran laut yang terjadi, iklan memperlihatkan bagaimana sang naga bangkit dari dalam laut dan mencoba mencelakai para nelayan yang sedang menangkap ikan. Pada scene ini ditekankan bahwa menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan alam sangatlah penting karena memiliki dampak buruk bagi lingkungan termasuk makhluk hidup yang ada didalamnya. Dampak sampah plastik terhadap lingkungan diungkapkan oleh Arifin dalam (Radia, 2022) yaitu mengganggu ekosistem laut. Adegan ini dengan jelas memperlihatkan bahwa kebiasaan buruk masyarakat yang membuang sampah ke laut justru berbalik menjadi bumerang yang dapat mengancam keselamatan mereka. Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi et al., 2022) bahwa dalam film dokumenter seaspiracy direpresentasikan kehancuran ekosistem laut. Makna dari kehancuran ekosistem laut tersebut dilihat dari aspek penampilan, perilaku, serta lingkungan.

Pencemaran laut bukanlah sesuatu yang dapat diremehkan dan dibiarkan begitu saja, perlu tindakan serius dan penanganan yang berkelanjutan untuk memelihara kelestarian lingkungan terutama kehidupan bawah laut. Maka setiap elemen masyarakat dan pemerintah harus bekerjasama agar dapat meangani pencemaran laut serta mencegah kerusakan lainnya. Kerjasama disini digambarkan pada kata “Bahu membahu” yang divisualisasikan dengan para warga desa yang secara serempak mengarahkan senajatanya pada monster naga. Tindakan ini berarti baik pemerintah, masyarakat, hingga pihak swasta berperan penting dalam upaya penanggulangan dan pencegahan pencemaran laut. Hal tersebut juga dijelaskan pada penelitian (Muharuddin, 2019) bahwa peranan pemerintah, swasta dan masyarakat dalam hal ini menjadi bagian terpenting yang tidak terpisahkan dalam upaya mengelola lingkungan pesisir dan laut.

Peneliti memaknai kepala naga sebagai inti dari segala persoalan pencemaran laut. Hal tersebut dapat dimaknai bahwa persoalan pencemaran laut harus diusut hingga ke akar permasalahan seperti kebiasaan membuang sampah ke laut, metode penangkapan ikan yang dilarang seperti menggunakan bom. Peran pemerintah dan masyarakat sangat diperlukan untuk mencapai keberhasilan tersebut. Adegan ini menunjukkan kepada penonton bahwa titik lemah monster naga adalah bagian kepalanya. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila inti dari permasalahan dapat ditangani maka hasil akhir yang akan diperoleh juga akan memuaskan.

3.2.4 Fakta Menarik

Iklan marjan memiliki beberapa fakta menarik :

No.	Fakta Menarik	Makna
1.	Berkisah baruna sang penjaga samudera	<p>Iklan Marjan series tahun 2023 ini mengusung tema, “Baruna, Penjaga Lautan”, terbit pada Sabtu 25 Februari 2023. Iklan Marjan series tahun 2023 ini mengisahkan tentang seorang pemuda yaitu Baruna melawan monster laut yang menyerang nelayan.</p> <p>Seekor monster laut bergegas keluar untuk mengganggu seorang nelayan yang sedang mendayung perahu setelah terlalu sering membuang sampah ke laut. Baruna tiba-tiba bergegas ke depan dan melompat ke laut untuk</p>

		<p>melawan monster tersebut.</p> <p>Namun sayangnya, Di episode pertama trailer promosi ini, Baruna tidak melakukan perlawanan. Sebaliknya dia memilih untuk menyelamatkan nelayan tersebut terlebih dahulu agar para nelayan kembali ke kampung halaman dan selamat.</p>
2.	Pesan moral sampah	<p>Iklan Marjan series tahun 2023 ini memberikan pesan moral mengenai sampah, supaya para masyarakat tidak membuang sampah sembarangan terutama ke dalam laut karena alam akan mengembalikannya dengan setimpal.</p> <p>Dalam iklan tersebut terlihat anak-anak dan nelayan ikut serta membuang sampah ke laut. ikan lama kelamaan Laut didominasi oleh sampah. Karena itu makhluk laut juga memakan sampah yang dibuang manusia.</p> <p>Puncaknya, monster laut yang sering sekali memakan sampah manusia itu menjadi murka hingga menyerang balik mereka yang telah membuang sampah sembarangan ke laut.</p> <p>Pesan moral dalam iklan sangat jelas, yakni agar manusia tidak membuang sampah sembarangan karena akan berdampak besar pada lingkungan serta pastinya akan dirasakan oleh mereka sendiri di kemudian hari.</p>
3.	Membawa kembali perasaan Ramadhan	<p>Bukan iklan Marjan yang tak ada adegan minum takjil dengan sirup marjan di dalamnya. Sirup marjan yang disuguhkan dalam iklan tahun ini, diselipkan ketika Baruna yang kembali ke desa setelah menyelamatkan para nelayan dari serangan monster laut. Baruna langsung disambut hangan oleh seorang wanita dan kemudian, segera meminum sirup marjan yang telah disiapkan setelah mendengar kumandang azan.</p>
4.	Marjan cinematic universe	<p>Keseriusan Marjan dalam syuting iklan setiap tahunnya telah diakui oleh para penggemar film. Sedemikian rupa sehingga banyak akun Twitter yang khusus mengulas film menamai iklan Marjan MCU atau <i>'Marjan Cinematic Universe'</i>.</p> <p>Hal ini juga didukung oleh tindakan Marjan sendiri yang sejak tahun 2022 telah meluncurkan iklan dengan plot yang menarik. Diketahui, pada tahun 2022 ini Marjan juga akan meluncurkan iklan bertema superhero yang menceritakan kisah Dewi Sri, pelindung desa Lembah Ajaib.</p>

Media massa menjadi sarana penyeberluasan informasi melalui sebuah iklan yang dapat

dikemas dan disalurkan melalui media cetak dan media elektronik. Seperti halnya iklan dari suatu brand tertentu yang dapat mengiklankan produknya melalui sarana media massa. Media massa hingga saat ini masih dijadikan sarana bagian dari penyebarluasan informasi kepada publik dalam beragam aspek meliputi politik, hiburan, ekonomi, pariwisata dan lainnya (Habibie, 2018). Brand Sirup Marjan memanfaatkan media elektronik untuk mempromosikan produknya, media elektronik yang digunakan adalah video durasi pendek sekitar 60-70 detik.

Brand Marjan mengiklankan produknya dengan *Storytelling* yang memuat cerita berjudul “Baruna Sang Penjaga Samudera”. *Storytelling* merupakan penyampaian cerita naratif dapat juga dipresentasikan dalam bentuk sebagai simbol yang terinterpretasi (Erkas dan Baron, 2019). Iklan Marjan 2023 dikemas dengan cerita yang berlatar pedesaan di pesisir laut dengan Baruna yang berperan sebagai Penjaga Samudera. Iklan menampilkan adegan per adegan dari aksi Baruna dalam melawan monster naga untuk menjaga warga desa tetap aman. Selain berupa video, iklan Marjan 2023 juga disertai narasi dan audio yang memperkuat unsur *storytelling*. Dalam narasi tersebut mengandung nilai serta makna tertentu sesuai dengan tema dari iklan yaitu pencemaran laut.

Apabila dikaitkan dengan aspek dari digital *storytelling* dalam iklan berdasarkan pendapat Lambert dan Hessler (2018) maka iklan Marjan “Baruna Sang Penjaga Samudera” 2023 sudah memenuhi aspek digital *storytelling*. Berikut adalah penjelasan dari setiap aspek digital *storytelling* pada iklan Marjan 2023:

- a. *Point of view*-nya adalah poin utama dari suatu konten dan perspektif apa yang dapat dibawakan oleh storyteller. Dalam hal ini, poin utama dalam iklan Marjan 2023 adalah kepahlawanan Baruna Sang Penjaga Samudera
- b. *Emotional content* adalah nilai yang dapat membuat cerita lebih lively dan relatable secara personal kepada audiens. Dalam iklan Marjan 2023, *emotional content* ditunjukkan pada adegan dimana warga desa dan Baruna bersama-sama melawan sosok monster. Poinnya adalah tolong menolong dan kerjasama merupakan nilai yang pasti dialami oleh penonton.
- c. *The gift of your voice* adalah teknik memberikan pendekatan personal agar cerita tersebut dipahami konteksnya oleh audiens. Pengisi suara dalam iklan Marjan 2023 mampu menarik perhatian konsumen melalui intonasi yang pas serta penyampaian narasi yang mudah dipahami.
- d. *The power of soundtrack* adalah audio atau musik yang memberikan nilai tambah pada cerita. Iklan Marjan 2023 memiliki soundtrack atau latar suara yang mendukung sesuai dengan suasana atau adegan pada iklan.
- e. *Economy*-nya adalah penggunaan konten ala kadarnya atau tidak berlebihan (*overload*) sehingga tidak memberikan informasi berlebihan terhadap audiens. Iklan Marjan 2023 memiliki dua bagian dan berdurasi kurang lebih 1 menit setiap bagiannya. Audio narasi juga tidak banyak sehingga penonton dapat menyimak iklan lebih dalam, selain itu latar tempat pada iklan juga fokus pada kawasan lautan dan pedesaan di pesisir laut sesuai dengan tema dan judulnya.
- f. *Pacing* adalah ritme yang mengatur seberapa cepat atau lambat pada sebuah cerita. Ritme dalam Iklan Marjan 2023 tidak lama namun tidak cepat sehingga penonton dapat menyimak dari awal hingga akhir cerita dimana terdapat sebab akibat dalam iklan tersebut.

Iklan sirup Marjan sangat dinantikan oleh masyarakat karena *story telling* serta kualitas video yang memukau. Hal tersebut dibuktikan dengan video iklan Marjan 2023, episode pertama telah ditonton sebanyak 14 juta kali dan episode kedua ditonton 27 juta kali pada platform media sosial Youtube. Iklan merupakan bentuk-bentuk komunikasi non personal guna menyampaikan pesan yang menawarkan suatu produk barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media.

4. Kesimpulan

Berdasarkan kajian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan analisis intepretasi terhadap iklan marjan dan menemukan intepretasi konsumen dapat bervariasi berdasarkan berbagai faktor seperti faktor latar belakang budaya dan persepsi terhadap merek. Hasil peneliti menunjukkan bahwa iklan Marjan cenderung memberikan pesan positif tentang produk mereka. Masyarakat Indonesia pasti tidak asing dengan iklan unik sirup marjan selama bulan Ramadhan. Bahkan iklan marjan merupakan simbol pertanda datangnya bulan Ramadhan, yang dimana jika iklan ini muncul di televisi bisa dikatakan bahwa bulan Ramadhan akan segera tiba. Iklan video ini memiliki unsur pesan moral dan inspiratif yang disampaikan melalui narasi. Pesan tersebut mengajarkan nilai-nilai seperti kebaikan, persatuan, dan kebersamaan yang sangat relevan dengan momen Ramadhan. Dalam animasi tersebut penonton dapat merasakan keindahan malam Ramadhan secara visual dan pesan moral yang disampaikan sehingga dapat menarik perhatian para penonton dengan lebih efektif.

Seperti pada tahun-tahun sebelumnya, iklan marjan pada tahun 2023 ini rilis ulang "Marjan Cinematic Universe" dengan hero bernama Baruna. Makna kepahlawanan dari tokoh utama Baruna menunjukkan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan terutama di lautan untuk mencegah terjadinya pencemaran laut. Makna kepahlawanan ditampilkan dalam adegan iklan Marjan 2023 bersama tokoh Baruna dalam aksi heroiknya melawan sosok naga sebagai tanda datangnya bencana akibat laut yang tercemar oleh sampah. Hal tersebut tercermin saat Baruna menunjukkan sisi kepahlawanannya diiringi dengan tombak Trisula. Dalam edisi ini marjan bercerita tentang datangnya bencana dengan wujud monster laut yang menampakkan diri pada manusia karena monster tersebut murka, laut tempat ia tinggal dipenuhi oleh sampah plastik. Namun, dalam episode pertama iklan ini Baruna tidak jadi bertarung. Ia justru memilih menyelamatkan para nelayan untuk kembali ke kampung halaman. Pesan etis dari iklan tersebut jelas: masyarakat tidak boleh membuang sampah sembarangan karena mereka akan merasakan dampak yang lebih besar di kemudian hari. Iklan marjan pada tahun 2023 menggunakan teknologi CGI (*Computer Generated Image*) memberikan pengalaman yang lebih hidup dan realistis bagi penonton. Marjan telah membuktikan bahwa mereka selalu menghadirkan iklan-iklan yang kreatif dan inovatif, dan berharap marjan menghadirkan iklan-iklan yang lebih menakjubkan di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- [1] Hasnur Ruslan and H. Haslinda, “Interpretasi Makna dalam Iklan Youtube,” *J. Onoma Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, vol. 7, no. 2, pp. 622–635, 2021, doi: 10.30605/onoma.v7i2.1347.
- [2] B. A. B. Ii, “Periklanan Dunia Modern,” no. 1, 2019.
- [3] Oktaviani.J, “Persaingan Cetak Media Lokal dalam Memperebutkan Iklan di Yogyakarta,” *Sereal Untuk*, vol. 51, no. 1, p. 51, 2018.
- [4] E. Zahra, “ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL PADA IKLAN SIRUP MARJAN VERSI RAMADAN 1443 H (Analisis Semiotika John Fiske),” p. 82, 2023.
- [5] A. P. Lestari and M. H. Basori, “Isu Pencemaran Laut dalam Iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 2, pp. 6321–6336, 2023.
- [6] D. Handayani, “Representasi Budaya Dalam Iklan,” *J. Budaya Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 12–22, 2019, doi: 10.36456/b.nusantara.vol3.no1.a2111.
- [7] Syafruddin Pohan and Rima Ivana, “Makna Naga Dalam Iklan Marjan 2023 ‘Baruna Sang Penjaga Samudera,’” *Student Sci. Creat. J.*, vol. 1, no. 3, pp. 313–326, 2023, [Online]. Available: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/sscj/article/view/1454>
- [8] S. Pohan and S. T. Putri, “Representative Moral Message of Marjan Advertisement Ramadan 2023 Edition for the Community,” vol. 1, no. 1, 2023, [Online]. Available: <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/index>
- [9] G. F. Arkandito, E. Maryani, D. Rahmawan, and T. K. Wirakusumah, “Komunikasi Verbal Pada Anggota Keluarga Yang Memiliki Anak Indigo,” *J. Manaj. Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 42–56, 2019, doi: 10.24198/jmk.v1i1.9955.
- [10] K. M. Bass, T. L. Bush, and C. Westhoff, “Ovarian cancer: Epidemiologic and clinical perspectives and the feasibility of screening,” *Menopause*, vol. 2, no. 3, pp. 145–158, 1995.