



ANALISIS SEMIOTIK IKLAN PARIWISATA NEGARA AUSTRALIA

Anak Agung Istri Manik Warmadewi
Universitas Warmadewa
manikwarmadewi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa penanda 'signifier' dan petanda "signified" yang terkandung dalam dua iklan pariwisata Negara Australia. Dari tiap iklan memiliki temanya tersendiri, yaitu 'Zoo without Fences' dan "Meet the Locals". Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan menggunakan metode dokumentasi, dan untuk menganalisa data dalam penelitian ini, digunakan metode analisis semiotik yang bertumpu pada teori dari Roland Barthes, untuk penanda "signifier", petanda "signified", denotasi "denotation", dan konotasi "connotation". Berdasarkan identifikasi akhir dan analisa data, maka dapat diketahui bahwa semua iklan tersebut memiliki makna denotasi yang sama, namun mempunyai makna konotasi yang berbeda. Makna konotasi untuk setiap iklan berbeda dengan iklan lainnya. Sebagai contoh, iklan pertama memiliki arti ketenangan dan kebebasan tanpa batas di Pulau Kanguru. Sedangkan iklan kedua memiliki konotasi yang berarti merasakan kesabaran dari penduduk lokal Australia

Kata kunci: semiotik, penanda, petanda, denotasi, konotasi

ABSTRACT

[Title: Semiotic analysis on Australian tourism advertisement] The aim of this study is to analyze the "signifier and signified which contain in two Australian tourism advertisements. Each of them has their own theme, those are "Zoo without Fences" and "Meet the Locals". The method that is used in collecting the data is documentation method and to analyze the data in this study, semiotic analysis method is used which relies to Roland Barthes theory, for signifier, signified, denotation and connotation. Based on final identification and data analysis, can be known that all advertisements have the same denotation meaning but different connotation meaning. The connotation meaning for each advertisement is different to other advertisement. For example, first advertisement has connotation meaning unlimited tranquility and freedom in Kangaroo Island. While the second advertisement means feeling the patienty of local habitant of Australia.

Keywords: semiotic, signifier, signified, denotation, connotation.

PENDAHULUAN

Semantik adalah sebuah studi mengenai makna. Sebelum mengetahui apa itu makna, penting untuk berbicara mengenai bahasa. Cara masing-masing orang dalam menggunakan bahasa berkaitan erat dengan permulaan dalam menganalisis semantik dan juga memberikan sumbangan kosakata dimana kita bisa memulai untuk mengidentifikasi dan medeskripsikan fenomena yang terjadi. Bahasan mengenai makna bahasa yang kita gunakan sehari-hari seperti menjelaskan kata-kata baru, mengatakan istilah, kadang-kadang membutuhkan penerjemahan baha-



sa satu ke bahasa lainnya untuk mendapatkan arti yang sebenarnya.

Manusia mendapatkan pengaruh berbahasa tidak hanya dari hubungannya dengan individu lain, melainkan media-media yang terdapat di sekelilingnya. Televisi adalah salah satunya. Televisi adalah salah satu media yang menjadi sarana promosi sebuah produk, dimana pengenalan produk itu dikemas dalam sebuah media yang disebut iklan. Dalam sebuah iklan tidak hanya menawarkan atau memperkenalkan sebuah produk yang berupa benda atau jasa, maupun barang dan jasa. Iklan didefinisikan sebagai kegiatan berpromosi atau berkampanye melalui media massa (Wibowo, 2011). Setiap iklan memiliki pengertian yang berbeda-beda sehingga bisa juga dimaknai berbeda oleh para penyimaknya. Namun setiap iklan memiliki tujuan yang sama, yaitu tujuan persuasif, atau mempengaruhi setiap orang yang menyimaknya. Berkembangnya zaman yang diikuti juga dengan perkembangan teknologi membuat setiap aspek kehidupan berubah, termasuk juga pada bidang periklanan. Keinginan produsen untuk menarik konsumen secara instan salah satunya adalah dengan iklan yang mudah diingat dan menarik. Para produsen berlomba-lomba untuk menciptakan hal tersebut. Sebagai konsumen juga selalu ingin mendapatkan informasi mengenai suatu produk secara cepat melalui iklan. Untuk itu amatlah penting bagi kita mengetahui makna yang terkandung dalam sebuah iklan. Karena produk yang baik biasanya dikemas juga dalam iklan yang pintar. Claria dalam penelitiannya meneliti tentang teks iklan komersial parfum untuk pria yang mengungkap tentang konteks situasi dalam iklan komersial parfum untuk pria. Penelitian tersebut menyentuh beberapa aspek dalam Linguistik Sistemik Fungsional, namun dalam unsur lain belum dikaji (Claria, 2018).

Berbeda dengan unsur penelitian yang dilakukan oleh Claria, penelitian ini lebih menekankan pada unsur semiotika. Semiotika adalah ilmu yang tentang bagaimana menafsirkan suatu tanda. Semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti 'tanda' atau dapat pula diartikan dengan kata *seme* yang memiliki arti penafsir tanda. Pada bahasa, huruf, kata ataupun kalimat tidak memiliki arti apa-apa. Tanda hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembaca. Pembaca lah yang nantinya menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dari system bahasa yang bersangkutan (Sobur, 2009). Tanda, selain dipakai sebagai istilah generic dari semua yang termasuk kajian semiotika juga sebagai salah satu dari unsur spesifik semiotika tersebut, adalah suatu atau sesuatu yang dapat menandai atau mewakili ide, pikiran, perasaan, benda dan tindakan secara langsung dan alamiah (Chaer, 2012: 37). Berdasarkan hal tersebut, berkaitan dengan analisis semiotika wacana iklan pariwisata Negara Australia 'Discover a Zoo Without Fences' dan 'Meet The Locals' maka perlu untuk diketahui bagaimana deskripsi penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*) dalam iklan pariwisata tersebut, dan bagaimana makna yang terkandung dalam iklan pariwisata Negara Australia 'Discover a Zoo Without Fences' dan 'Meet The Locals'.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode dokumentasi data analisis semiotik dengan pendekatan analisis semiotika dari Roland Bathers. Dimana dalam memaknai tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988 dalam Fre-



gina Pondaag, 2013). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah iklan pariwisata Negara Australia yang diambil langsung dari laman resmi pemerintah Australia (Tourism, 2013) yang berjudul *‘Discover a Zoo Without Fences’* dan *‘Meet The Locals’*. Pembahasannya adalah tentang bagaimana mendeskripsikan penanda (signifier) dan petanda (signified) dalam iklan pariwisata Negara Australia dan tentang bagaimana makna yang terkandung dalam iklan pariwisata Negara Australia yang berjudul *‘Discover a Zoo Without Fences’* dan *‘Meet The Locals’*

PEMBAHASAN

Deskripsi Penanda (Signifier) dan Pertanda (Signified) pada Iklan Pariwisata Negara Australia Versi “Zoo Without Fences”

Berawal dari mitos, Barthes dalam teorinya mengembangkan mitos yang mempunyai makna sebagai suatu bentuk pesan ataupun tuturan yang ada dalam masyarakat yang harus diyakini keberadaannya namun tidak dapat dibuktikan (Iswidayanti, 2007). Mitos berkaitan dengan semiologi yang berhubungan erat dengan dua istilah, yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified). Menurut Barthes, ada dua tahap dalam signifikasi, tahap pertama yang menjelaskan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (petanda) yang disebut dengan denotasi. Dapat pula diartikan denotasi merupakan suatu hubungan tanda – isi yang sederhana ataupun makna yang paling nyata. Dalam hal ini apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek. Signifikasi tahap dua adalah konotasi yang menjelaskan tentang isi, tanda bekerja melalui mitos. Dapat pula dikatakan bahwa konotasi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan emosi ataupun perasaan dari pembaca dengan nilai-nilai kebudayaannya.

Dalam hal ini, pembahasan pertama adalah mengenai bagaimana mendeskripsikan penanda (signifier) dan petanda (signified) pada iklan pariwisata Negara Australia versi “Zoo Without Fences”



Gambar 1 (Tourism, 2013)

Tabel 1 Deskripsi Penanda (Signifier) dan Pertanda (Signified)

Penanda	Petanda
Awan putih	Iklan yang dibuat departemen pariwisata negara Australia dalam rangka mempromosikan pariwisata negara Australia.
Langit biru	
Padang rumput	
Beberapa ekor kangguru merah	
Sepasang pria dan wanita	
Teks bertuliskan “DISCOVER A ZOO WITHOUT FENCES”	
Teks bertuliskan “THERE’S NOTHING LIKE AUSTRALIA”	
Simbol pariwisata Negara Australia	
Teks terkecil bertuliskan “EXPLORE UNFORGETTABLE KANGAROO ISLAND AT AUSTRALIA.COM”	



Makna yang Terkandung dalam Iklan Pariwisata Negara Australia Versi “Zoo Without Fences”

Untuk mendapatkan makna dari iklan tersebut, terlebih dahulu dilakukan analisis dari tanda verbal dan visual yang terdapat pada iklan pariwisata ini. Proses pemaknaan tanda pada manusia tidak terjadi satu kali, akan tetapi berulang – ulang sehingga membuat makna menjadi lebih dinamis. Begitu juga yang dilakukan oleh Barthes dengan teori konotasinya.

Sistem Primer (Denotasi)

Setelah melihat penanda-penanda pada iklan, bisa disimpulkan bahwa makna denotasi yang terangkum pada gambar iklan diatas adalah sebuah iklan yang dibuat untuk kepentingan pariwisata, mempromosikan daya tarik suatu wilayah di Australia yang bernama *Kangaroo Island*.

Analisis Teks Verbal

Teks bertuliskan “DISCOVER A ZOO WITHOUT FENCES” ini terlihat jelas pada gambar, walaupun di desain dengan warna putih, karena ukurannya yang terbesar. Secara visual, putih diharapkan tidak mencuri pesona warna lain yang ada pada gambar, namun makna yang lebih dalam, karena putih melambangkan kesempurnaan, kebersihan dan energi positif. Yang kesemua hal ini ditawarkan pada setiap wisatawan yang berkunjung ke *Kangaroo Island* yang terletak di negara Australia.

Menurut artinya bahwa di Australia wisatawan akan menemukan kebun binatang tak berpagar. Bukan menunjukan maksudnya pada kebun binatang dimana kesemua hewannya bisa berkeliaran kemana saja, namun di pulau ini, yang merupakan pulau ketiga terbesar di Australia, terletak sebuah taman nasional, dimana populasi hewan dan tumbuhan menjadi mayoritas terbesar setelah ditinggal penduduk asli karena permukaan air laut yang semakin tinggi disini. Jadi wisatawan yang berkunjung kesini akan merasakan interaksi langsung dengan penghuninya, tanpa terhalang apapun.

Selanjutnya adalah teks yang bertuliskan “THERE’S NOTHING LIKE AUSTRALIA” yang bila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, kalimat ini mengandung arti Australia yang tidak ada duanya. Hanya satu negara Australia di dunia ini. Walaupun makna konotasi yang sebenarnya adalah pengalaman yang ditawarkan negara Australia, tidak ada bandingannya dengan yang lain, dan hanya di Australia, pelancong bisa menemukan pantai yang ditinggali kangguru. Dibalut warna hijau tua, dimana warna ini melambangkan ambisi, yang merupakan ambisi negara Australia yang serius dalam mempromosikan kampanye pariwisata ini.

Setelah itu ada teks terkecil bertuliskan “EXPLORE UNFORGETTABLE KANGAROO ISLAND AT AUSTRALIA.COM”. Teks terkecil ini menyimpan informasi yang sangat jelas mengenai tempat indah ini, jika wisatawan tertarik dan membuka laman yang disediakan. Warna putih melambangkan kesederhanaan maksudnya. Bahwa jika ingin tahu lebih banyak informasi, silahkan membuka laman, dan jika tidak, tulisan ini sangat kecil, sehingga bisa saja tidak terlalu terlihat lagi di mata pemerhati gambar.

Sedangkan maknanya adalah pengalaman tak terlupakan di Pulau Kangguru yang dihuni oleh beragam spesies hewan dan tumbuhan yang merupakan penghuni asli di pulau ini. Pengalaman di tempat ini akan terasa berbeda dari tempat lainnya, karena tidak ada keberadaan manusia disini. Wisatawan akan merasakan petualangan yang sebenarnya di alam bebas.



Analisis Teks Visual

Awan yang terlihat di gambar hanyalah awan tipis, yang muncul saat hari sedang sangat panas. Bisa juga terlihat sangat tipis karena posisinya yang masih jauh. Awan adalah kumpulan uap air yang terkumpul di langit dan akan turun menjadi hujan jika massanya sudah berat. Awan putih menyimbolkan harapan yang suci. Harapan yang suatu saat menjadi kenyataan bila waktunya sudah tiba. Pulau Kangguru bukan merupakan tempat wisata yang sering dituju oleh wisatawan namun pemerintah selalu mengupayakan agar tempat ini menjadi tujuan wisata yang utama dan dikenal oleh khalayak.

Langit biru hanya akan terjadi bila cuaca sedang cerah. Langit menyimbolkan sesuatu yang tak terbatas dan sangat luas. Awan yang terbang di langit memadukan makna bahwa harapan yang akan selalu ada. Harapan bagi para wisatawan untuk menyaksikan yang terbaik di pulau ini.

Padang rumput yang terlihat berwarna hijau muda dan sangat luas. Sangat menyegarkan mata siapapun yang memandangnya. Hijau menyimbolkan kesuburan, kesegaran, keseimbangan. Pulau ini memang menawarkan pengalaman yang tak terlupakan dari segi sumber daya yang dimilikinya. Lebih dari itu, wisatawan akan merasakan keseimbangan jiwa, setelah melihat dari dekat anugerah alam yang hanya ada di pulau ini.

Kangguru merah adalah hewan marsupial terbesar yang masih hidup. Apabila berdiri tingginya dapat mencapai lebih dari 2 meter dan bobotnya mencapai 90 kg. Kangguru jenis ini biasanya bergerak dalam kelompok besar. Mereka tidur di kala siang yang hawanya paling panas. Apabila tidak ada air, mereka akan mencari kelembaban dari tumbuhan hijau. Mereka juga hanya akan berkembang-biak apabila ada hujan dan tumbuh tanaman baru. Dari ciri-ciri yang ada diatas, menjelaskan bahwa pulau ini merupakan habitat yang cocok untuk kangguru merah.

Pada lambang negara Australia, selain burung emu, kangguru merah adalah salah satu satwa yang disimbolkan memegang perisai. Jadi dapat disimpulkan bahwa kangguru jenis ini adalah simbol kekuatan Australia. Karena pada lambang tersebut, terlihat kangguru menopang perisai yang berisikan logo-logo semua negara persemakmuran Australia.

Pria merupakan sosok yang menyimbolkan kejantanan dan kekuatan. Sedangkan wanita melambangkan sosok yang penuh kelembutan dan kasih sayang. Pada gambar terlihat kedua sosok ini. Seorang wanita yang menyandarkan bahunya ke badan sang pria. Hal ini menunjukkan adanya hubungan khusus di antara mereka.

Secara makna konotasi, hal ini menyatakan kekuatan dan ketangguhan akan menjadi seimbang jika dipadukan dengan kelembutan dan kecantikan. Kesemua ini berkaitan dengan pesona Australia yang coba ditampilkan pada iklan ini.

Simbol lain adalah matahari dan kangguru. Matahari berwarna kuning dan berbentuk bulat. Warna kuning sendiri menyimbolkan kegembiraan dan bentuk bulat menyimbolkan sesuatu yang tak berkesudahan.

Kangguru yang terdapat pada simbol ini dihiasi 5 warna, yaitu merah pada bagian kepala dan ekor yang melambangkan energi pada awal dan akhir, kuning pada leher yang melambangkan keceriaan, ungu pada bagian perut ke bawah yang melambangkan ambisi dan kekuatan, biru muda pada kaki kanan yang menyimbolkan kedamaian dan biru tua pada kaki kiri yang melambangkan kekuatan dan



keseriusan.

Hubungan Teks dengan Gambar

Di iklan kedua ini, teks utama berbunyi “DISCOVER A ZOO WITHOUT FENCES” yang memiliki arti literal menjelajahi kebun binatang tak berpagar. Bila dilihat sekilas pembaca akan sedikit kebingungan mengartikan kalimat ini karena di gambar jelas tidak ada sama sekali tanda-tanda bahwa ada petunjuk mengenai kebun binatang disana. Yang ada hanyalah sekumpulan kangguru merah yang sedang makan rumput dan sepasang wisatawan yang berdiri menyaksikannya. Bila melihat petunjuk yang diberikan teks terkecil dibawah, untuk mengunjungi alamat laman yang diberikan, semua itu akan terasa jelas.

Jadi, berpetualang di kebun binatang yang dimaksud disini adalah berpetualang menjelajahi Pulau Kangguru yang dihuni spesies kangguru merah. Di dalam pulau yang dihuni oleh spesies tanaman dan hewan langka, juga terdapat sebuah taman nasional Flinders yang menaungi semua spesies ini. Di taman ini, kangguru merah bisa dengan bebas berkeliaran karena memang ini adalah tempat yang baik untuk mereka hidup dan berkembang biak. Merupakan daya tarik utama bagi para wisatawan karena mereka bisa dengan bebas melihat kangguru secara dekat tanpa ada penghalang apapun dan merasakan petualangan yang sebenarnya di alam bebas bersama hewan yang menjadi ciri khas negara ini.

Sistem Sekunder (Konotasi)

Pada sistem primer pemaknaan masih terikat oleh konvensi sosial dalam suatu masyarakat bahasa, sehingga menyebabkan makna menjadi statis. Selanjutnya Barthes mengembangkan sistem primer menjadi sistem sekunder atau pemaknaan pada tahap kedua.

Pada sistem primer yang disebut dengan denotasi, yakni pemaknaannya secara umum diterima dalam konvensi dasar sebuah masyarakat. Pemaknaan tidak pernah terjadi pada tahap primer. Proses pemaknaan tersebut dilanjutkan dengan pengembangannya pada sistem sekunder, Barthes menyebutnya konotasi. Pemahaman sistem sekunder sangat bergantung pada pengetahuan, pengalaman, dan latar belakang pembaca.

Pada iklan pariwisata negara Australia versi “Zoo Without Fences” makna denotasinya adalah iklan tersebut adalah iklan pariwisata yang dibuat produsen untuk menarik minat konsumen berkunjung ke negara tersebut.

Berdasarkan tanda (verbal dan visual) dalam iklan tersebut dapat ditemukan konotasi yaitu “Pulau Kangguru menawarkan petualangan yang tak terbatas”, “Merasakan petualangan seperti di habitat aslinya”, “Kedamaian dan kebebasan tak berkesudahan di Pulau Kangguru”, dan masih banyak makna lainnya yang bisa didapat berdasarkan interpretasi masing-masing pembacanya.

Semiotika Komunikasi

Iklan tersebut memiliki makna merasakan pengalaman berwisata yang sebenarnya dengan mengunjungi habitat asli hewan yang menjadi ciri khas Australia, yaitu kangguru. Pengalaman berwisata yang menjadi harapan bagi setiap wisatawan dan tak mengenal batas disimbolkan dengan adanya awan putih dan langit biru. Sedangkan padang rumput hijau memperlihatkan kesejukan dan ketenangan yang akan didapatkan para wisatawan saat datang. Representasi seorang pria dan wanita adalah simbol keseimbangan hubungan antara para individu setelah memperoleh ketenangan batin berwisata ke pulau ini, dan terakhir kangguru merah yang sedang memakan rumput. Kangguru sendiri menyimbolkan penghuni pulau ini yang akan memperlihatkan wisatawan pengalaman alam liar



yang sesungguhnya.

Deskripsi Penanda (Signifier) dan Pertanda (Signified) pada Iklan Pariwisata Negara Australia Versi “Meet The Locals”

Pembahasan: diskusi/ analisis dari data yang diperkuat oleh teori atau temuan penelitian yang relevan.



Gambar 2 (Tourism, 2013)

Tabel 2. Deskripsi Penanda (Signifier) dan Pertanda (Signified)

Penanda	Petanda
Langit biru	Sebuah iklan pariwisata yang dibuat produsen untuk mempromosikan daya tarik sebuah Negara, yaitu Australia
Awan putih	
Pantai	
Padang rumput yang luas	
Daratan karang	
Rumput hijau	
Beberapa kangguru	
Dua orang wanita	
Teks bertuliskan “MEETING THE LOCALS HAS NEVER BEEN MORE MEMORABLE”	
Teks kecil bertuliskan “THERE’S NOTHING LIKE AUSTRALIA”	
Simbol pariwisata Negara Australia	
Teks terkecil bertuliskan “EXPLORE BEAUTIFUL PEBBLY BEACH AT AUSTRALIA.COM”	

Makna yang Terkandung dalam Iklan Pariwisata Negara Australia Versi “Meet The Locals”

Untuk menganalisis iklan tersebut secara keseluruhan akan digunakan sistem primer (denotasi) dan sistem sekunder (konotasi) dari Roland Barthes. Barthes mengembangkan model dikotomis penanda – petanda menjadi lebih dinamis. Barthes menyebut penanda (*Signifier*) dalam konsep Saussure sebagai *Ekspresi* (E) atau ungkapan/bentuk dari suatu tanda. Namun, Barthes mengembangkan teori tanda dari Saussure menjadi teori tentang denotasi dan konotasi. Barthes menyebut denotasi sebagai sistem tanda “sistem pertama” karena denotasi berlaku umum, terkendali secara sosial. Artinya, maknanya merupakan kesepakatan sosial dari suatu masyarakat bahasa. Saussure sebagai tokoh strukturalis mengatakan bahwa petanda itu adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Selanjutnya, Barthes sebagai penerus Saussure mengembangkan model petanda dari Saussure menjadi *contenu* (C) atau konsep atau bentuk dari sebuah tanda.



Sistem Primer (Denotasi)

Berdasarkan hasil pengamatan yang diperoleh dari adanya penanda-penanda yang terdapat pada iklan, bisa terlihat jelas bahwa makna denotasi yang terkandung dalam iklan pariwisata Negara Australia versi “Meet The Locals” adalah sebuah iklan yang mengemas daya tarik Negara Australia untuk menarik wisatawan berkunjung ke Negara tersebut. Kesemuanya itu disajikan dalam bentuk memperlihatkan langsung pada iklan, apa yang bisa wisatawan lakukan pada salah satu tempat wisata disana.

Analisis Teks Verbal

Teks berukuran terbesar dalam gambar, berwarna putih dan semuanya terdiri dari huruf besar. Teks bertuliskan “MEETING THE LOCALS HAS NEVER BEEN MORE MEMORABLE”. Tulisan yang menggunakan huruf kapital merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mudah tidaknya pesan verbal untuk dicermati. Penggunaan huruf kapital dilakukan oleh produsen untuk memperjelas apa yang ingin disampaikan produsen, untuk mempengaruhi pelanggan atau calon pelanggan. Sedangkan warna putih yang dianggap menyimbolkan kesederhanaan, karena warna ini secara visual akan menampilkan warna-warna lain yang terdapat disekelilingnya lebih jelas, serta kesederhanaan lain yang dalam hal ini adalah makna konotasi yang coba diungkapkan oleh teks ini. Bahwa untuk bertemu dengan penduduk asli Australia, yang dimaksud disini adalah bukan penduduk sebenarnya, melainkan ikon negara tersebut, yaitu hewan kanguru adalah sesederhana duduk di alam terbuka.

Teks berukuran sedang bertuliskan “There’s Nothing Like Australia”, berdasarkan laman resmi pariwisata negara Australia, yaitu www.tourism.australia.com, slogan ini merupakan sebuah kampanye Negara Australia yang didesain untuk mempromosikan daya tarik wisata negara ini. Kampanye ini memiliki beberapa jenis iklan. Beberapa diantaranya adalah iklan yang dipromosikan di media sosial dan digital. Slogan kampanye ini diusung agar bisa diperbaharui setiap waktu sesuai dengan kepentingan pariwisata yang terus berkembang.

Selain itu, slogan ini juga telah membangun kesuksesan dan mengembangkan dasar yang berfokus pada kualitas pariwisata, produk terbaik pariwisata Negara Australia dan merasakan hal-hal terbaik yang ditawarkan negara ini. Letaknya yang di bawah dimaksudkan hanya untuk menampilkan slogan ini sebagai tambahan dan menghubungkannya dengan teks terbesar diatas.

Warna hijau tua yang dipilih sebagai warna kotak pembungkus teks dipilih karena warna hijau dianggap sebagai warna alam. Sangat relevan dengan hal yang ingin ditawarkan iklan ini. Makna konotasinya adalah bahwa hijau tua sebagai warna yang melambangkan ambisi, dan saat melihat iklan ini ambisi yang terlihat adalah bahwa Australia memiliki misi yang sangat serius dalam menjaga alamnya karena merupakan komoditas untuk menarik wisatawan berkunjung ke negara ini.

Teks terkecil dibandingkan kedua teks lain yang mengatakan “Explore Beautiful Pebbly Beach at Australia.com”, bila melihat sekilas iklan diatas, tulisan ini mungkin bisa saja terabaikan. Karena ukurannya yang kecil sekali dan terletak paling bawah. Namun tulisan ini diharapkan bisa memberikan info yang jelas dan menjawab rasa ingin tahu wisatawan mengenai tempat yang tertera di iklan. Suruhan untuk membuka laman negara Australia agar bisa melihat informasi yang jelas mengenai segala sesuatu mengenai tempat diatas dan nama tem-



pat tersebut, karena bisa saja wisatawan tertarik untuk mengunjunginya.

Analisis Teks Visual

Gambar yang terlihat paling pertama adalah gambar langit biru dan awan putih. Keduanya menandakan hari yang sedang cerah secara denotasi. Bila disimak dari makna konotasi, langit yang biru menandakan harapan yang selalu ada. Sedangkan awan putih yang hanya terlihat tipis karena awan itu sudah jauh tertiuip angin. Hal itu mengandung makna konotasi bahwa

Pantai yang memiliki daratan yang luas dan landai. Terlihat bahwa pantai diatas sangatlah tenang karena tidak adanya ombak yang besar dan daratan yang landai yang membuat pengunjung juga dapat menggunakannya untuk hanya sekedar duduk dan melihat-lihat atau juga aktivitas lain bila tidak ingin beraktivitas dalam air. Makna konotasinya adalah bahwa wisatawan yang berkunjung ke pantai ini akan merasakan ketenangan dan dapat melakukan aktivitas yang beragam sesuai dengan selera mereka.

Daratan karang. Karang adalah sesuatu yang keras, sehingga apapun yang bisa hidup diatasnya haruslah memiliki kemampuan yang kuat dan baik karena banyak tantangan yang harus dihadapi. Wisata alam Australia selain menawarkan ketenangan dan sesuatu yang indah, namun juga untuk mencapainya dari kota, perlu melakukan perjalanan yang cukup jauh sebagai tantangannya karena lokasi ini tidak terletak di pusat kota.

Padang rumput yang luas. Permukaan yang landai dan ditumbuhi rumput yang relatif pendek membuat siapapun yang berdiam diatasnya akan merasa betah. Selain itu, padang rumput juga melambangkan sesuatu yang tak terbatas. Jika duduk di dataran tertinggi pantai ini yang mana juga masih ditumbuhi padang rumput, adalah sebuah titik pandang terbaik untuk menyaksikan keindahan Pantai Pebbly.

Beberapa ekor hewan kangguru. Kangguru adalah hewan berkaki empat dan berkantung. Populasi terbanyak terdapat di negara Australia sehingga juga dijadikan simbol negara Australia dan simbol kampanye pariwisata negara ini. Di pantai ini kangguru bisa hidup dengan tenang dan bebas. Mereka dibiarkan berliarian disekitar pantai dan padang rumput, sehingga wisatawan bisa langsung berinteraksi dengan mereka secara dekat tanpa takut akan disakiti karena populasi kangguru di tempat ini adalah jenis yang lebih jinak .

Dua orang wanita. Wanita adalah simbol individu yang menenangkan dan adanya dua wanita melambangkan adanya hubungan diantara keduanya. Dari pakaian dan atribut yang ada di sekitar mereka tampak bahwa keduanya adalah wisatawan yang berkunjung ke pantai itu. Raut wajah mereka pun tampak menikmati hari itu dan kunjungan mereka, karena mereka dapat berinteraksi langsung dengan hewan yang menjadi ikon negara tersebut.

Terdapat dua hal yang menjadi simbolnya, yaitu matahari dan kangguru. Matahari berwarna kuning dan berbentuk bulat. Warna kuning sendiri menyimbolkan kegembiraan dan bentuk bulat menyimbolkan sesuatu yang tak berkesudahan. Kangguru yang terdapat pada simbol ini dihiasi 5 warna, yaitu merah pada bagian kepala dan ekor yang melambangkan energi pada awal dan akhir, kuning pada leher yang melambangkan keceriaan, ungu pada bagian perut ke bawah yang melambangkan ambisi dan kekuatan, biru muda pada kaki kanan yang menyimbolkan kedamaian dan biru tua pada kaki kiri yang melambangkan kekuatan dan keseriusan.



Hubungan Teks dengan Gambar

Pada iklan pariwisata Negara Australia ini, jelas sekali bahwa teks dan gambarnya mempunyai hubungan yang erat. Teks yang lebih kurang bermakna bahwa bisa berjumpa dengan penduduk lokal Australia adalah saat yang mengesankan. Penduduk lokal disini bermakna konotasi, yaitu hewan yang menjadi simbol negara itu, kangguru. Dua wisatawan yang terlihat pada gambar sangat menikmati pengalaman itu, ditunjukkan dengan wajah mereka yang berseri-seri dan gerak tubuh yang santai tanpa takut saat menghadapi kangguru di depan mereka. Seolah-olah mereka sudah terbiasa berhadapan dengan hewan tersebut.

Sistem Sekunder (Konotasi)

Jika pada sistem primer pemaknaannya masih terikat pada konvensi yang ada di masyarakat, lain halnya dengan sistem sekunder. Proses semiosis (penafsiran dan pemaknaan) sangat terikat pada pengetahuan, latar belakang, pengalaman bahkan emosi dari pembaca. Berdasarkan penanda – penanda yang terdapat pada iklan tersebut baik (verbal atau visual) dapat diperoleh konotasi yaitu “Merasakan langsung keramahan warga lokal Australia”, “Pengalaman tak terlupakan dengan berinteraksi langsung dengan warga lokal Australia”

Semiotika Komunikasi

Banyak hal yang dapat mendukung terciptanya atmosfer pariwisata yang baik pada suatu tempat. Yang utama ditawarkan tentu saja keindahan alamnya. Namun hal itu tidak akan berarti jika tidak didukung oleh hal lainnya, seperti peran serta masyarakat dan pemerintah, untuk selalu ikut menjaga kesinambungan hal ini. Menjaga kelestarian alam adalah hal terpenting yang dapat dilakukan untuk menjaga kelestarian alam. Baik pemerintah dan warga harus memiliki tekad yang kuat dan tegas untuk menjaganya.

Australia adalah salah satu-satunya negara yang juga merupakan sebuah benua. Perekonomian yang telah maju menjadikan negara ini tumbuh dengan baik dan memiliki kualitas hidup yang baik. Namun pemerintahnya selalu bekerja keras untuk memperkenalkan negara ini ke publik dengan mengeluarkan seri iklan pariwisata terbaru setiap tahunnya. Dalam menjalankan misinya ini, pemerintah Australia mungkin mendapati beberapa halangan, seperti hubungan politik yang kurang baik dengan beberapa negara lain. Namun negara ini selalu mencoba mengesampingkan hal itu dan tetap mempromosikan negaranya ke belahan dunia lain yang juga diharapkan dapat menaikkan devisa negara mereka.

Dari banyak hal yang ditawarkan aspek pariwisata negara ini, kecantikan alamnya, berbagai macam aktivitas wisata, semuanya tidak akan berarti jika warga lokalnya juga tidak ikut berperan aktif menjaga kesinambungan ini. Semua itu ditawarkan Australia dalam jangka waktu yang tak terbatas, kapan pun wisatawan berkunjung kesana, akan selalu ada harapan bahwa pengalaman mereka berkunjung ke negeri Kangguru ini akan menjadi sesuatu yang indah dan tak terlupakan sepanjang hidup mereka.

SIMPULAN

Pada kedua iklan pariwisata ini dibuktikan sisi emosional kehidupan berbeda yang ditampilkan sebagai hasil proses otak dan karena adanya penanda yang berbeda di setiap gambarnya, sehingga makna yang ditimbulkan pun berbeda satu sama lain.



Penanda pada iklan pariwisata negara Australia terdiri dari semua teks dan gambar pada iklan tersebut. Sedangkan, petanda yang berasal dari produsen pengiklan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen (pelanggan atau calon pelanggan) untuk mengunjungi negara Australia. Makna denotasi pada iklan pariwisata negara Australia sama dengan petanda yang terdapat pada iklan tersebut, karena petanda merupakan makna dari suatu tanda. Makna konotasi pada iklan sangat beragam, penentuan makna atau interpretasi sangat tergantung dari pengetahuan, pengalaman, latar belakang, dan bahkan emosi dari pembaca. Makna konotasi dari iklan tersebut adalah sebagai berikut. Hal pertama adalah merasakan pengalaman tak terlupakan dengan berinteraksi langsung dengan warga lokal. Kedua, kedamaian dan kebebasan tak berkesudahan di Pulau Kangguru, dan yang terakhir adalah mengetahui sejarah Australia dengan merasakan kehidupan langsung suku asli Aborigin.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Claria, D. A. K. (2018). Teks Iklan Komersial Parfum untuk Pria. *Kulturistik: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 2(1), 103–109.
- Fregina Pondaag, A. (2013). Analisis Semiotika Iklan A Mild Go Ahead Versi “Dorong Bangunan di Televisi”. *Journal “Acta Diurna,”* I(1).
- Iswidayanti, S. (2007). Fungsi Mitos Dalam Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Pendukungnya. *Harmonia Jurnal Pengetahuan Dan Pemikiran Seni*, III (2).
- Sobur, A. (2009). *Analisis teks media*. Bandung: Rosdakarya.
- Tourism, A. D. of. (2013). There’s nothing like Australia.
- Wibowo, W. (2011). *Semiotika komunikasi: aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.