



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 6321-6336

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Isu Pencemaran Laut Dalam Iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023

Arum Putri Lestari^{1✉}, Muhammad Hasan Basori²

Universitas Dian Nuswantoro

Email: 115201901542@mhs.dinus.ac.id^{1✉}

Abstrak

Pencemaran laut di Indonesia akibat sampah merupakan permasalahan yang kerap dihadapi sebagai negara kepulauan, dimana laut seharusnya dilindungi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan memecahkan masalah-masalah yang ada saat ini dan untuk keberlangsungan kehidupan di masa depan namun beralih fungsi yang tidak semestinya. Oleh karena itu, Iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023 mencerminkan isu pencemaran lingkungan khususnya area laut yang begitu kuat akibat paparan sampah plastik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang diinterpretasikan dalam Iklan Sirup Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis Semiotik Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi media massa dan media sosial sebagai sarana utama penyebarluasan iklan Marjan 2023. Data primer pada penelitian ini ialah iklan Marjan 2023 berjudul Baruna Sang Penjaga Samudera. Sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel jurnal ataupun dokumentasi terkait yang berhubungan dengan obyek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Marjan 2023 menampilkan adegan serta dialog yang merepresentasikan pencemaran laut. Pertama, ditampilkannya adegan membuang sampah seperti botol plasti ke laut. Kedua, nelayan yang membuang sampah ke laut. Ketiga, munculnya monster laut berupa naga sebagai visualisasi akibat dari kebiasaan membuang sampah sehingga menyebabkan pencemaran laut. Diperkuat dengan adanya sampah plastik yang bertebaran didalam lautan.

Kata Kunci: Pencemaran Laut, Iklan Marjan 2023, Semiotik

Abstract

Marine pollution in Indonesia due to waste is a problem that is often faced as an archipelagic country, where the sea should be protected to achieve sustainable development and solve current problems and for the sustainability of life in the future but change functions improperly. Therefore, the advertisement for Marjan Baruna The Guardian of the Ocean 2023 reflects the issue of environmental pollution, especially the sea area which is so strong due to exposure to plastic waste. The purpose of this study was to find out the meaning interpreted in the Commercial of Marjan Baruna Syrup Sang Guardian of the Ocean 2023. This study used a qualitative method with Charles Sanders Peirce's Semiotic analysis. This study uses mass media and social media communication theory as the main means of disseminating Marjan 2023 advertisements. The primary data in this study is Marjan 2023 advertisement entitled Baruna Sang Guardian of the Ocean. While secondary data is obtained from journal articles or related documentation related to the object of research. The results of the research show that the Marjan 2023 ad features scenes and dialogue that represent sea pollution. First, there is a scene where trash such as plastic bottles is thrown into the sea. Second, fishermen who throw garbage into the sea. Third, the emergence of a sea monster in the form of a dragon as a visualization of the consequences of the habit of disposing of garbage causing sea pollution. Strengthened by the presence of plastic waste scattered in the oceans.

Keywords: Marine Pollution, Marjan 2023 Ads, Semiotics.

PENDAHULUAN

Pencemaran laut di Indonesia akibat sampah merupakan permasalahan yang kerap dihadapi sebagai negara kepulauan, dimana laut seharusnya dilindungi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan memecahkan masalah-masalah yang ada saat ini dan untuk keberlangsungan kehidupan di masa depan namun beralih fungsi yang tidak semestinya. Sampah laut merupakan bahan padat yang sengaja atau tidak sengaja dibuang dan ditinggalkan di lingkungan laut sehingga dapat menyebabkan keadaan lingkungan sekeliling menjadi terkontaminasi (Sunyowati et al., 2022). Menurut hasil penelitian, Indonesia merupakan negara yang berada pada peringkat dua di dunia penghasil sampah plastik terbanyak mencapai 83% atau setara 187,2 juta ton sampah plastik yang dibuang ke laut merupakan sampah yang gagal diolah di daratan (Prawitasari, 2022). Laut yang dianggap sebagai tempat pembuangan akhir bagi kehidupan manusia, namun hal itu diabaikan oleh manusia karena laut memiliki volume air yang cukup besar dan memiliki kemampuan untuk mengencerkan segala jenis zat yang dirasa tidak akan menimbulkan dampak sama sekali (Wardana & Azzahra, 2022).

Permasalahan sampah di laut Indonesia dapat melibatkan beberapa faktor penyebab seperti budaya dan kebijakan pemerintah (Marpaung et al., 2022). Budaya masyarakat yang tidak semuanya sadar akan kelestarian lingkungan dengan cara membuang sampah dengan sembarangan, seperti membuang sampah di sungai secara langsung akan mengakibatkan sampah mencemari air sungai yang akan terus mengalir ke laut dan sampah akan terbawa aliran sungai hingga ke laut lepas. Dampak pencemaran sampah di laut Indonesia akan berdampak pada konteks global, karena Indonesia merupakan negara kepulauan dengan dikelilingi laut yang sebagian tercemar oleh sampah akibat aktivitas manusia yang tentunya akan berdampak langsung pada laut samudera dunia yang ikut tercemar oleh sampah. Samudera Pasifik termasuk ke dalam zona konvergen atau tumbukan lempeng yang memungkinkan terjadi adanya kumpulan sampah yang terperangkap, sehingga dengan hal ini dapat berpengaruh terhadap konteks global karena Samudera pasifik adalah samudera yang berhadapan langsung dengan negara Jepang dan Amerika (Rahayu et al., 2022).

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari lautsehat.id sebagai platform yang peduli terhadap isu laut dan lingkungan, diketahui bahwa dari tahun ke tahun pencemaran laut di Indonesia masih terus terjadi karena adanya pembuangan limbah yang berasal dari lautan. Selain itu diketahui juga bahwa terdapat sebanyak 75% perairan di Indonesia yang mengalami pencemaran dan tergolong dalam kategori sangat tercemar, sebanyak 20 % tergolong dalam kategori tercemar sedang dan sebanyak 5% tergolong dalam kategori pencemaran ringan. Oleh karena itu, Iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023 yang mengisahkan tentang Baruna Sang Penjaga Samudera yang berusaha melindungi kebersihan lautan sangat relevan dengan kondisi pencemaran laut di Indonesia saat ini. Iklan tersebut mencerminkan isu pencemaran lingkungan khususnya area laut yang begitu kuat akibat paparan sampah plastik.

Konsep kreatif melalui *storytelling* kerap digunakan brand Marjan sebagai konsep untuk memberikan daya tarik terhadap konten atau pesan yang akan digunakan pada iklan, salah satunya pesan terkait pencemaran laut pada tahun 2023 ini. Iklan Marjan sudah bertransformasi menggunakan konsep *storytelling* sejak tahun 2010, kemudian mulai mengembangkan dasar *storytelling* menggunakan cerita rakyat mulai tahun 2019 hingga sekarang yang dinilai mampu menambah minat beli dari audiens. Hal ini dapat dilihat dari data *Top Rank Syrup* terlaris di tiga *e-commerce* (Shopee, Blibli dan Tokopedia) pada periode 1-15 Maret 2022, Marjan menjadi *Top 1 syrup brand* dengan jumlah persentase

penjualan sebesar 32,2 % unggul jauh dari pesaing terdekatnya Trieste dengan 14,9% dan Drip sebesar 55,8% (Wiwaha, 2022). Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan melalui iklan yang dilakukan oleh brand Marjan mampu menarik perhatian audiens sehingga sangat berpengaruh terhadap penjualan produk perusahaannya.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis iklan Marjan terkini yakni "Baruna Sang Penjaga Samudera 2023" dengan pesan didalamnya merujuk pada isu pencemaran laut. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis wacana atau konten (discourse analysis) yaitu analisis untuk mengungkap pesan atau makna secara komunikatif yang dimuat pada suatu narasi baik secara kontekstual maupun tekstual (Pawito, 2018). Analisis wacana bertujuan untuk menggali makna dari sebuah konten atau pesan komunikasi yang secara implisit. Maka berdasarkan penjabaran diatas peneliti melakukan penelitian skripsi dengan judul "Isu Pencemaran Laut dalam Iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023".

METODE PENELITIAN

Penelitian ialah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2014) penelitian kualitatif ialah suatu proses penelitian ilmiah yang ditekankan pada asas pemahaman terkait permasalahan humanis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika Charles Sanders Peirce dengan mengkaji tiga elemen yakni tanda (sign atau representamen), acuan tanda (objek), dan penggunaan tanda (interpretant). Tanda selalu terkait dengan *ground*, objek, dan *interpretant*. Obyek pada penelitian ini ialah iklan marjan 2023 dengan judul Baruna Sang Penjaga Samudera yang mengangkat isu mengenai pencemaran laut. Iklan marjan pada tahun 2023 mengambil cerita mengenai tokoh Baruna yang harus melawan masalah terkait sampah di area laut tempat tinggalnya dan mengharuskannya melawan seekor naga raksasa sebagai monster pemakan sampah di lautan demi menyelamatkan warga desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Alur Cerita Iklan Sirup Marjan

Pencemaran laut di Indonesia akibat sampah merupakan permasalahan yang kerap dihadapi sebagai negara kepulauan, dimana laut seharusnya dilindungi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan memecahkan masalah-masalah yang ada saat ini dan untuk keberlangsungan kehidupan di masa depan namun beralih fungsi yang tidak semestinya. Sampah laut merupakan bahan padat yang sengaja atau tidak sengaja




dibuang dan ditinggalkan di lingkungan laut sehingga dapat menyebabkan keadaan lingkungan sekeliling menjadi terkontaminasi (Sunyowati et al., 2022). Menurut hasil penelitian, Indonesia merupakan negara yang berada pada peringkat dua di dunia penghasil sampah plastik terbanyak mencapai 83% atau setara 187,2 juta ton sampah plastik yang dibuang ke laut merupakan sampah yang gagal diolah di daratan (Prawitasari, 2022).



Laut yang dianggap sebagai tempat pembuangan akhir bagi kehidupan manusia, namun hal itu diabaikan oleh manusia karena laut memiliki volume air yang cukup besar dan memiliki kemampuan untuk mengencerkan segala jenis zat yang dirasa tidak akan menimbulkan dampak sama sekali (Wardana & Azzahra, 2022). Sampah plastik menjadi masalah besar di Indonesia, menurut hasil studi dari University of Georgia diperkirakan 322 juta ton sampah plastik dibuang setiap tahun ke laut di sekitar Indonesia (Permana et al., 2020).

Selain berpotensi menyebabkan pencemaran pada lingkungan, pada akhirnya juga akan memberikan pengaruh pada perekonomian. Salah satunya seperti sampah plastik yang ada di lautan, hal tersebut akan meningkatkan polusi bagi daerah sekitar pesisir sehingga menyebabkan permasalahan lingkungan yang mengancam pembangunan kota tersebut. Sampah plastik mengurangi estetika dan mengganggu pemandangan alam, terutama apabila terjadi pada pantai-pantai yang dijadikan sebagai tempat wisata. Hal tersebut akan berdampak pada penurunan jumlah pengunjung dan akhirnya pemasukan daerah juga menurun (Sagita et al., 2022). Dengan demikian isu pencemaran laut merupakan hal yang sangat penting sehingga harus ada tindakan sebagai upaya pencegahan pencemaran.

Berangkat dari permasalahan pencemaran laut, iklan Marjan pada tahun 2023 kemudian dirancang dengan mengangkat isu pencemaran laut dengan judul Baruna Sang Penjaga Samudera. Marjan merupakan *brand* sirup yang dimiliki oleh PT. Lasallefood Indonesia, perusahaan ini bergerak pada bidang manufaktur dan pemasaran serta *contract manufacturing* makanan dan minuman (Jannah, 2020). Salah satu ciri khas dari *brand* Marjan adalah iklan menarik yang dikemas dengan *storytelling* serta kualitas video yang apik. Iklan Marjan pada tahun 2023 ini mengangkat tema laut dengan judul Baruna Sang Penjaga Samudera dan ditayangkan dengan dua episode.

Episode pertama berdasarkan hasil pengamatan peneliti, iklan menceritakan tentang sosok Baruna yang dikenal sebagai penjaga Samudera. Suatu hari, Baruna melihat

No	Scene	Deskripsi/Narasi	Detik
1	 <p>Baruna, Sang Penjaga Samudera</p>	<p>Tokoh Baruna berdiri di pinggir laut memandangi permukaan air laut yang bergemuruh dengan tongkat trisula di tangannya</p>	<p>Detik 0:04</p>
Sign: Audio 'Baruna Sang Penjaga Samudera'			
Objek: Seorang laki-laki memiliki postur tubuh gagah dengan sebuah tongkat Trisula ditangannya			
Interpretant: Mendengar audio tersebut, penonton dapat menangkap bahwa dialah sosok Baruna yang merupakan Penjaga Samudera. Visualisasi Baruna menonjolkan kekuatan serta aura yang menggambarkan sosok penjaga dan sosok yang dapat diandalkan.			
2		<p>Terlihat nelayan yang sedang mencari ikan membuang cirigen yang sudah kosong ke laut</p>	<p>Detik 0:16</p>
Sign: Nelayan membuang sampah ke laut			
Objek: Nelayan dan cirigen plastik			
Interpretant: Adegan nelayan yang membuang sampah cirigen plastik ke laut digambarkan sebagai kebiasaan para nelayan sehingga membuat pencemaran laut semakin cepat			
3	 <p>Sampah membangkitkan sosok yang menjadi bencana</p>	<p>Baruna muncul di kapal nelayan untuk menyelamatkan mereka</p>	<p>Detik 0:19</p>

	Sign: Audio 'Sampah membangkitkan sosok yang menjadi bencana'		
	Objek: Sosok makhluk berupa monster naga yang muncul dari dalam lautan.		
	Interpretant: Audio 'Sampah membangkitkan sosok yang menjadi bencana' dapat diartikan penonton sebagai akibat dari kebiasaan membuang sampah di laut hingga menjadi tercemar.		
4		Sosok monster naga tersebut mengelilingi kapal nelayan untuk menyerang	Detik 0:28
	Sign: Baruna menyerang sang naga		
	Objek: Baruna, tongkat trisula, nelayan		
	Interpretant: Baruna mengangkat tongkatnya dan menyerang sang naga tepat pada bagian kepalanya		
5		Baruna menyiapkan tongkat Trisula miliknya untuk menyerang sang naga	Detik 0:29
	Sign: Sosok monster naga terkena tongkat trisula Baruna		
	Objek: Monster naga dan tongkat trisula		
	Interpretant: Tongkat trisula milik Baruna berhasil mengenai kepala sang naga yang membuat sosok tersebut teriak kesakitan		

adanya seekor monster naga yang muncul dari dalam laut bergerak menuju kapal nelayan yang sedang bekerja ditengah lautan. Baruna kemudian berupaya mengejar sang naga untuk menyelamatkan para nelayan dari serangan naga, pada akhirnya Baruna bersama para nelayan memutuskan untuk menyebarkan diri ke dalam laut dan berenang menuju pedesaan dimana warga yang lain sudah menunggu dan membantu Baruna untuk naik ke permukaan. Setelah itu Baruna bersama para warga akhirnya selamat dan merayakannya dengan meminum sirup Marjan, kemudian muncullah logo sirup Marjan dan tulisan bersambung.

Episode yang kedua, sang monster naga laut kemudian kembali muncul dengan kekuatan yang lebih besar. Hal tersebut akhirnya membuat Baruna bersama para warga bersiap siaga dengan berbagai alat dan senjata yang dimiliki. Sang naga terus menyerang pemukiman warga, namun Baruna memimpin para warga untuk melakukan serangan balik terhadap naga tersebut. Setelah berhasil menahan pergerakan serangan dari sang naga, Baruna kemudian bergerak dan menuju bagian kepala naga kemudian menyerang dengan menancapkan pedangnya di kepala sang naga. Pada akhirnya sang naga pun tumbang, Baruna serta para warga bersuka cita merayakan kemenangan dan meminum sirup marjan lalu muncullah logo sirup Marjan dan tulisan "*rayakan manisnya kemenangan*".

2. Tabel Iklan Sirup Marjan Part 1

Frasa 'Sang Penjaga Samudera' mengingatkan dengan tegas kepada audiens bahwa laut dan lingkungan alam sekitarnya haruslah dijaga kelestariannya, sehingga tidak mengancam makhluk hidup yang ada di lautan. Sedangkan isu pencemaran laut secara terang-terangan diangkat dalam dialog yang berbunyi 'merasakan laut yang semakin tercemar'. Analisis Semiotika Pierce identik dengan tanda-tanda yang dapat diartikan berbeda oleh setiap orang (Tania et al., 2022). Sosok Baruna Sang Penjaga Samudera merefleksikan makhluk hidup yang berada di bawah laut karena merasakan laut yang semakin tercemar oleh sampah.


Selain mendengar dialog yang berbunyi 'merasakan laut yang semakin tercemar' penonton juga dapat melihat visualisasi dari laut tercemar pada iklan ini yaitu menampilkan banyaknya sampah yang dibuang ke laut. Pada *scene* ini, iklan Marjan juga memvisualisasikan kegiatan masyarakat pesisir yang membuang sampah plastik ke laut bahkan nelayan yang sedang menangkap ikan namun tidak menjaga kelestarian lingkungan dengan membuang sampah botol plastik begitu saja ke laut. Hal tersebut merefleksikan bagaimana perilaku manusia khususnya para nelayan dalam kehidupan nyata. Pesan yang terkandung pada *scene* ini sama seperti pada adegan film *Aquaman* yaitu objek dari penelitian yang dilakukan oleh (Ningtyas, 2021) bahwa dalam film tersebut pencemaran laut direpresentasikan melalui adegan banyaknya sampah di pantai, kemudian adanya adegan yang memperlihatkan nelayan melakukan penangkapan ikan secara berlebihan.




Kalimat 'Sampah membangkitkan sosok yang menjadi bencana' dapat diartikan penonton sebagai akibat dari kebiasaan membuang sampah di laut hingga menjadi


tercemar. Kalimat tersebut menegaskan bahwa pencemaran laut yang disebabkan oleh kebiasaan masyarakat membuang sampah sembarangan khususnya di lautan dapat memberikan dampak buruk bagi alam sekitar bahkan berdampak buruk bagi lingkungan hidup manusia. Kata 'bencana' diucapkan dengan suara yang tegas dan terkesan seperti memperingati. Bencana yang dimaksudkan adalah dampak dari pencemaran laut dan kebiasaan membuang sampah sembarangan.

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 boomerang yang dapat mengancam keselamatan mereka. Penjelasan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi et al., 2022) bahwa dalam film documenter *seaspiracy* direpresentasikan kehancuran ekosistem laut. Makna dari kehancuran ekosistem laut tersebut dilihat dari aspek penampilan, perilaku, serta lingkungan.

3. Tabel Iklan Sirup Marjan Part 2

	Scene	Deskripsi/Narasi	Detik
		Situasi dan kondisi pemukiman desa	Detik 0:01
	Sign: Audio 'Baruna dan warga bersiap siaga'		
	Objek: Baruna dan warga desa		
	Interpretant: Baruna dan warga desa melihat ke arah lautan bersiap dengan kemunculan kembali sang monster naga.		

		<p>Monster naga terlihat bersiap untuk menyemburkan api ke pemukiman warga</p>	<p>Detik 0:04</p>
<p>Sign: Sosok monster mengeluarkan api dari mulutnya</p>			
<p>Objek: Monster naga</p>			
<p>Interpretant: Kekuatan yang lebih besar ditunjukkan oleh monster naga dengan mengeluarkan api dari mulutnya untuk menyerang pemukiman warga desa.</p>			
	<p>Interpretant: Setelah berhasil membuat tubuh sang naga tertarik dengan bantuan warga desa, Baruna bersiap dan berlari menuju kepala sang naga.</p>	<p>Baruna menahan serangan sang monster naga dengan papan kayu</p>	<p>Detik 0:08</p>
	 <p>Inilah serangan pamungkas Baruna</p>		
<p>Sign: "Inilah serangan pamungkas baruna"</p>			
<p>Objek: Baruna, tongkat trisula, dan monster naga</p>			
	<p>Interpretant: Audio 'Mengembalikan damai untuk semua' ditujukan pada keberhasilan Baruna sebagai penjaga Samudera melawan monster naga yang dapat membahayakan kehidupan warga desa</p>	<p>Nelayan merasa kaget karena getaran kapal yang disebabkan oleh Baruna</p>	<p>Detik 0:19</p>
			

	Sign: Baruna dan warga desa tersenyum mengangkat minumannya		
	Objek: Baruna, warga desa, dan minuman		
	Interpretant: Baruna menutup mata ketika meminum minuman yang terbuat dari sirup Marjan menunjukkan bahwa ia sangat menikmati minuman tersebut	Warga desa menyerang monster naga dengan anak panah dan alat penembaknya	Detik 0:25
			
	Sign: Audio 'Marjan, rayakan manisnya kemenangan'		
	Objek: Logo Marjan		

Kata-kata “bencana kembali datang” menggambarkan bahwa meskipun tindakan pencegahan dan perbaikan sudah dilaksanakan, pencemaran laut dapat terjadi apabila tidak ada upaya penanganan yang berkelanjutan terhadap kelestarian laut sehingga akibat yang ditimbulkan dapat lebih berbahaya. Pada scene ini iklan Marjan dapat memberikan stimulus kepada penonton untuk berpikir dan memaknai kalimat per kalimat dan adegan yang ditunjukkan.

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 menangani 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.

Kalimat "Mengembalikan damai untuk semua" dapat diartikan bahwa persoalan pencemaran laut yang ditangani dengan tepat melalui kerjasama seluruh elemen masyarakat dan pemerintah pada akhirnya akan membuat kelestarian laut terjaga, ekosistem laut terlindungi, serta manusia tidak akan merasakan akibatnya karena lingkungan laut yang terjaga dapat membuat hasil laut melimpah.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi banyak mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia termasuk dalam dunia bisnis yaitu mempromosikan produk yang dihasilkan dengan memanfaatkan media massa. Bungin dalam (Habibie, 2018) menjelaskan bahwa media massa memiliki definisi yaitu media komunikasi dan informasi untuk membagikan informasi dengan skala yang besar kepada khalayak. Media massa berfungsi sebagai alat dalam proses penyebaran suatu informasi, berita, hiburan melalui media cetak atau media elektronik seperti radio dan televisi yang bisa dikemas dalam sebuah iklan.

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 penyeberluasan 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* 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* 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.

Brand Marjan mengiklankan produknya melalui platform media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu Youtube. Menurut Walter, *et. al* (2019) Youtube merupakan platform sosial yang dapat mengangkat *brand position* secara global karena jangkauan

pengguna yang tidak terbatas (*no boundaries*). Maka youtube dianggap sebagai media yang efektif untuk perusahaan dalam melakukan promosi iklan. Selain itu, konten Youtube yang mengandalkan video (*visual audio*). Penggunaan platform media sosial youtube sebagai media iklan oleh *Brand Marjan* sangat tepat. *Short-video* menjadi sebuah format baru bagi pengiklanan pada youtube. Durasi 1-3 menit dalam konten *short video* sudah cukup untuk membangun *engagement* kepada konsumen (Eriyanti, et al. 2018).

Iklan sirup Marjan sangat dinantikan oleh masyarakat karena *storytelling* 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 (Pohan et al., 2021).

Iklan Marjan "Baruna Sang Penjaga Samudera" 2023 terdapat pesan yang mengarah kepada isu pencemaran laut. Oleh karena itu untuk menganalisis tanda-tanda serta pesan yang terkandung dalam iklan tersebut peneliti menggunakan teori Semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce. *Triangle meaning* merupakan inti dari teori Semiotika Peirce. Semiotika ini mendefinisikan tanda yaitu hubungan antara tanda (*representamen*), objek, dan *interpretan* (Malahayati et al, 2022). Isu pencemaran laut pada iklan Marjan 2023 dapat dianalisis melalui tanda dan objek yang ditampilkan dalam iklan. Salah satu tandanya adalah narasi 'merasakan laut yang semakin tercemar' dengan objek yang ditampilkan yaitu keadaan laut penuh sampah plastik didalamnya. Sehingga interpretasi dari peneliti adalah kata tercemar divisualisasikan dengan banyaknya sampah plastik di laut.

Tanda lainnya yang mengarah pada isu pencemaran laut adalah adegan dimana anak-anak dari warga desa pesisir laut membuang botol plastik langsung ke laut. Objek yang ditampilkan adalah anak-anak dan botol plastik yang dilemparkan ke laut. Maka dari tanda dan objek tersebut dapat diartikan (interpretasi) bahwa kebiasaan membuang sampah sembarangan ke laut menjadi penyebab terjadinya pencemaran laut. Berdasarkan penjelasan tersebut maka tanda pada adegan ini termasuk dalam jenis tanda (*singular sign*) yang dikemukakan oleh Peirce dalam (Fatimah, 2020) yaitu tanda-tanda yang menjadi tanda berdasarkan bentuk atau rupanya di dalam kenyataan. Hubungan antara tanda dengan objek termasuk dalam kategori *indeks*, yaitu tanda yang hubungan antara representamen dan objeknya berdasarkan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya atau

disebut tanda sebagai bukti. Sedangkan hubungan antara tanda dengan interpretannya termasuk dalam kategori *Dicisign*, yaitu tanda keberadaan yang sesungguhnya.

SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan dari hasil pembahasan sebelumnya ialah iklan Marjan Baruna Sang Penjaga Samudera 2023 merepresentasikan makna kepahlawanan dari tokoh utama Baruna dan menunjukkan makna 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, terutama dalam adegan iklan part 2 pada durasi 0:43 detik melalui narasi "Inilah serangan pamungkas Baruna" sebagai tanda akhir kehancuran sosok naga dan wujud dari kemenangan. Kemudian terkait pencemaran laut yang tercermin dalam pengemasan alur cerita iklan Marjan 2023 mengajak khalayak untuk menumbuhkan pentingnya menjaga dan merawat kebersihan wilayah laut demi menghindari datangnya bencana yang tidak diharapkan, terutama mengenai pencemaran akibat sampah plastik yang dibuang secara tidak bertanggungjawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Blolo, Y. K. (2021). Implementasi kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik di Kota Denpasar. *SOROT: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 16(1), 13–24. <https://doi.org/10.31258/sorot.16.1.13-24>
- Fatmawati. (2020). *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*. Gowa: Tallasa Media.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79 – 86.
- Hadiyati, N., & Cindo. (2021). Kontekstualisasi Pencemaran Ekosistem Laut Dalam Mencapai Sdgs: Suatu Kajian Hukum Lingkungan Di Indonesia 1. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(3), 1–14.
- Hartono, D., & Sugalih, A. (2019a). Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay's Di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi*, 3(1), 39–49. <https://doi.org/10.24853/pk.3.1.39-49>

- Honouris, C., & Sukendro, G. G. (2022). Representasi Keselamatan dalam Iklan Gojek "It's Okay to be Lebay" (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Koneksi*, 6(1), 136. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15502>
- Jannah, F. (2020). *Pesan Moral Dalam Iklan Sirup Marjan Edisi Ramadhan 1442 H Berdasarkan Teori Semiotika Roland Barthes*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Juniarti, S., & Wahjudi, S. (2018). Representasi Harmonisasi Antar Budaya Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada iklan Matahari Department Store Versi Imlek 2018). *Semiotika*, 12(2), 200–230.
- Jusuf, C. S., & Hermanto, D. R. (2019). Apakah Iklan Televisi Masih Kuat Mempersuasi Konsumen Di Era Teknologi, Komunikasi Dan Informa. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 37–45. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.100>
- Malahayati, N. (2020). Representasi Kecantikan pada Iklan Somethinc x Lifni Sanders 2020. *File:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJA_PRINT.Docx*, 21(1), 1–9.
- Malahayati, N., Islamiyati, R., & Hasyim, N. M. (2022). Representasi Kecantikan pada Iklan Somethinc x Lifni Sanders 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 3(2), 17–28.
- Marpaung, D. N., Iriyanti, Y. N., & Prayoga, D. (2022). Analisis Faktor Penyebab Perilaku Buang Sampah Sembarangan Pada Masyarakat Desa Kluncing, Banyuwangi. *Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 13(1), 47–57. <https://doi.org/10.22487/preventif.v13i1.240>
- Nofiarinanda, Z., & Muhdaliha, B. (2022). Analisis semiotika pada visual iklan gopay jaminan saldo kembali. *Jurnal Nawala Visual*, 4(2), 132–139.
- Permana, R., Rizal, A., & Hasan, Z. (2020). Plastic Consumption in Group of Teens and Young Adults from Pangandaran District, Indonesia: A Glimpse of Environmental Awareness among the Locals outside Big Cities. *Asian Journal of Advanced Research and Reports*, 12(2), 1–9. <https://doi.org/10.9734/AJARR/2020/v12i230282>