

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love*

Pond's flawless white merupakan produk kosmetik dari PT Unilever Tbk yang ditujukan untuk kulit tampak lebih putih, mengurangi noda hitam bekas jerawat hanya dalam waktu 7 hari. Adapun target marketnya adalah perempuan usia 21-30 tahun. *Pond's Flawless white* adalah produk pemutih wajah dengan kandungan dan bahan alami yang dapat memutihkan kulit dalam 7 hari. Diperkaya dengan VAO-B6 *complex* yang merupakan formula aktif pencerah kulit terdiri dari vitamin E, *Allantoin*, *Optics* dan Vitamin B3 yang bekerja menghasilkan warna kulit lebih cerah. Teknologi Vitamin B pertama kali dikembangkan oleh *Pond's institute* untuk memutihkan kulit, mengontrol dan memperbaiki pigmentasi kulit yang diakibatkan oleh melanin yang terdapat di dalam kulit, sehingga memberikan kulit lebih putih dan lebih bercahaya. Hasil uji klinis membuktikan bahwa 9 dari 10 perempuan yang telah mencoba *Pond's Flawless White* merasakan kulit mereka menjadi tampak lebih putih bersih dan halus dalam 7 hari (Utami, 2011)

Iklan *Pond's Flawless White 7 Days to Love* dirancang untuk menarik wanita muda Asia, seri mini-drama mengikuti nasib seorang wanita muda yang menghadapi dilema emosional ketika pacarnya kembali dari luar negeri dengan yang lain, wanita cantik. Empat-bagian seri telah memikat penonton di seluruh wilayah karena mereka mengikutinya perjalanan kadang-kadang menyakitkan dari putus asa meskipun penerimaan, keyakinan diri dan cinta akhirnya benar. Iklan ini

merupakan arah baru untuk iklan perawatan kulit di Asia yang didominasi oleh citra mengkilap tradisional atau dukungan selebriti (Naïve, 2008)

Berikut ini cerita iklan *Pond's Flawless White 7 Days to love* per episode:

1. Episode 1

Cuplikan iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'* episode pertama dapat dilihat berikut ini



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Iklan televisi *Pond's Flawless White '7 Days to love'* bercerita tentang sepasang kekasih yang memadu janji dan berpisah untuk sementara waktu karena pekerjaan. Sebelum berpisah, Carrie memberi kalung belahan hati pada Jack untuk sama-sama disimpan sebagai tanda janji cinta mereka.



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Namun dalam kurun waktu 5 tahun Carrie menemukan berita di sebuah majalah bahwa sang pujaan hati akan mengikat janji dengan perempuan lain.



Sumber: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Kaget dan sedih, sambil berjalan meninggalkan cafe, dirinya justru berpapasan dengan kekasihnya yang telah menggandeng wanita lain. Jack tampak terkejut lalu membalikkan badan sambil mengingat si perempuan kemudian ia digandeng kembali oleh si wanita dan mereka pun pergi berlalu.



Sumber: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Termenung sejenak memikirkan apa yang harus dilakukan hingga kemudian sang perempuan tertarik pada satu etalase yang memajang produk Cuplikan *Pond's Flawless White 7 Days to love*. Pada saat itu muncul tulisan dan audio "*Pond's Flawless White reduces dark spot and lighten skin in just 7 day*". Sambil memegang kalung belahan hati miliknya, si perempuan menggunakan *Ponds Flawless White*. Lalu muncul gambar *close up Pond's Flawless White*, diikuti audio *Ponds Flawless white, loves happy end*. Lalu muncul tulisan *to be continue*.

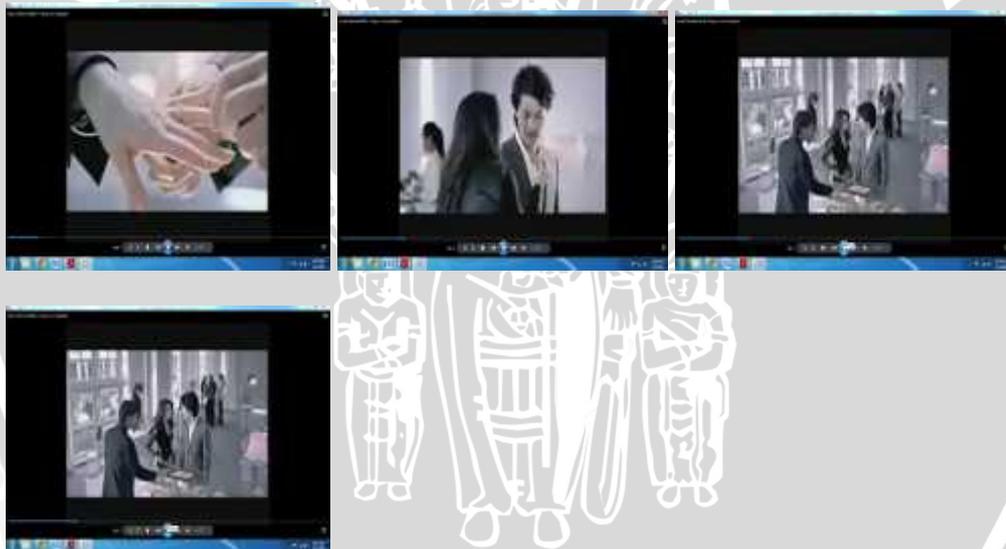
2. Episode 2

Cuplikan iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'* episode kedua dapat dilihat berikut ini



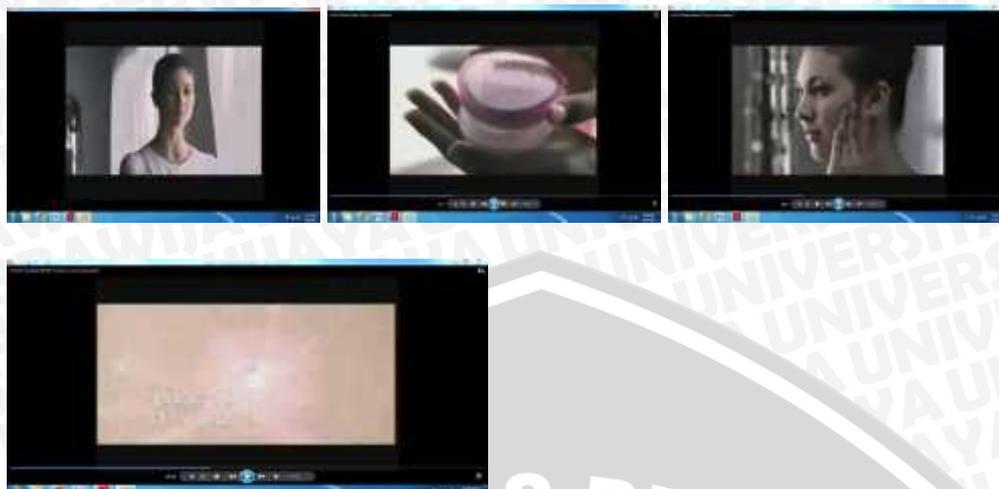
Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Carrie termenung sendiri di kamarnya sambil teringat peristiwa ketika ia melihat berita di majalah tentang pacarnya yang kini telah bersama wanita lain.



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Sementara di tempat lain Jack tengah memilih cincin pertunangan untuk si wanita, namun pilihan sang pria ditolak mentah-mentah oleh si wanita karena tak sesuai dengan keinginannya. Si wanita langsung pergi begitu saja.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Ditempat lain Carrie termenung dikamarnya, kemudian ia melihat ke arah Pond's Flawless white, membuka kemasannya, lalu mengoleskannya pada wajah. Diikuti dengan tulisan dan audio 'Pond's Flawless white reduces darkspot and lighten skin in just 7 days'.

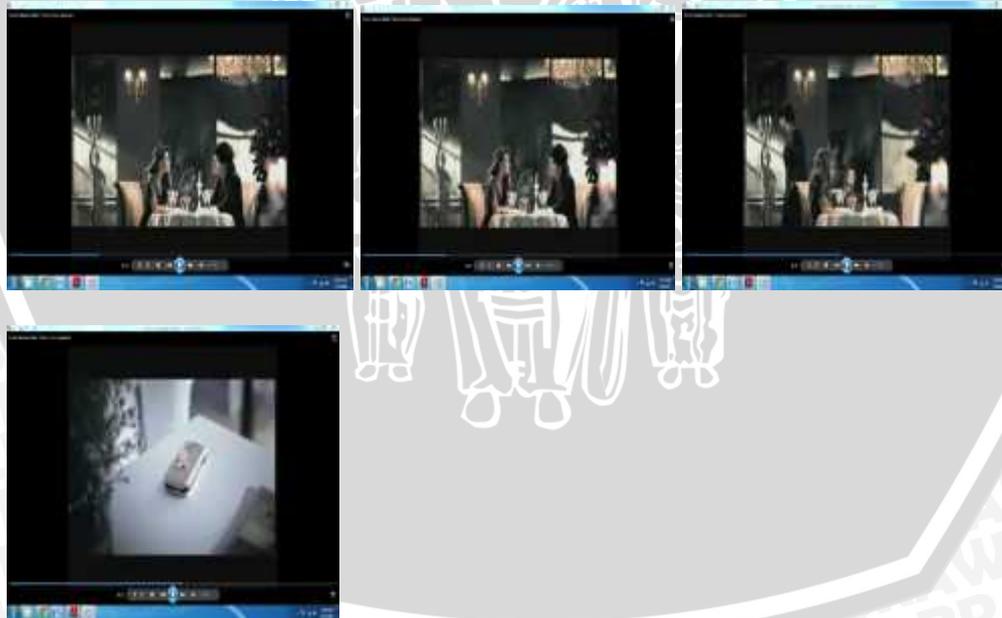


Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Hari berikutnya Jack bermaksud menghibur si wanita dan meminta maaf dengan memberikannya sekuntum bunga. Tidak disangka sang pria membeli bunga pada toko pacar lamanya (Carrie). Sekilas sempat terlihat kalung belahan hati yang masih terpakai di leher Carrie, walaupun ia berusaha menutupinya. Sang wanita kembali terbayang pria pujaannya ketika memandang foto mereka di masa lalu. Tiba-tiba Carrie menulis sms ke Jack yang mengerti no telponya dari kartu namanya. SMS tersebut bertuliskan 'I still love you'. '...lalu muncul gambar *close up Pond's Flawless white* diikuti audio "Ponds Flawless white happy end"....selanjutnya muncul tulisan *to be continue*

3. Episode 3

Cuplikan iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'* episode ketiga dapat dilihat berikut ini



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Di sebuah restoran Jack sedang makan malam dengan wanita dan memberikan cincin tanda pertunangan mereka. Namun sedetik kemudian nada SMS dari HP si pria berbunyi yang ternyata merupakan SMS dari perempuan (Carrie) yang

isinya ‘ *I hope you are happy always*’. Seketika itu sang pria jadi kaget dan bingung lalu pergi ke toilet dengan meninggalkan HP di meja.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Kekasih Jack mengambil HP tersebut dan menulis SMS balasan ‘ *I never want to see you againt*’. Membaca SMS tersebut Carrie menangis, merasa sedih, lalu melihat ke arah *Pond's Flawless White reduces dark spot and lighten skin in just 7 days*.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Carrie kemudian menyingkirkan fotonya bersama pujaan hatinya, membuang kalender, lalu memandang pada lukisan menara Eiffel dan bekemas menuju Paris. Carrie melepas kalung dengan liontin hati miliknya... Ia pun pergi...

Ketika Jack menyadari SMS balasan tadi, lalu terulis...*to be continue*

4. Episode 4

Cuplikan iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'* episode keempat dapat dilihat berikut ini



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Jack menyesali apa yang telah terjadi. Ia baru menyadari melalui *sent box* di HP nya tentang SMD balasan yang terkirim untuk mantan kekasihnya.

Sang pria lalu terlibat pertengkaran dengan kekasihnya yang berusaha pergi ke bandara.



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Tanpa sengaja mereka berdua (Jack dan kekasihnya) justru berpapasan dengan Carrie di *escalator*. Jack memandang Carrie dan Carrie pun sempat melirik pada Jack, lalu muncul gambar *close up Pond's Flawless White* disertai audio *Pond's Flawless White reduces dark spot and lighten skin in just 7 days'*.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Ketika Jack terus memperhatikan Carrie di *escalator*, kekasih Jack marah kepada Jack dan menampar Jack. Tanpa disadari Jack melihat bahwa Carrie telah melepas kalung dengan liontin hatinya. Seketika Jack teringat janjinya kepada Carrie dan berlari mencari Carrie.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Jack langsung berlari menembus kerumunan orang di bandara untuk mencari Carrie. Di tengah pencariannya, tiba-tiba Carrie tersenggol orang lain dan kalung belahan hati yang digenggamnya terjatuh sehingga menimbulkan suara gemerincing yang kemudian membuat Jack menoleh dan menemukan Carrie.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Jack tersenyum namun Carrie justru kaget dan berusaha menghindar. Jack mengejar dan menarik tangan Carrie sehingga ia berontak dan mendorong Jack.



Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

Tanpa sengaja Carrie memegang kalung liontin belahan hati pada Jack. Disinilah Carrie menyadari bahwa pria pujaannya masih mengenakan kalung belahan hati pemberiannya dahulu, ketika mereka berpisah. Carrie terharu

sekaligus bahagia dalam pelukan pria pujaannya. Lalu muncul gambar bersatunya kalung hati dan diikuti tulisan *Pond's Flawless White* disertai audio disertai audio *Pond's Flawless White loves Happy end.*

5. Episode 5

Cuplikan iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'* episode kelima dapat dilihat berikut ini



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Carrie akhirnya menikah dengan pria pujaan hatinya. Sang perempuan tampak anggun dengan gaun putih elegan. Wajahnya pun putih berseri cerah mempesonal. Jack pun tampak gagah menanti di pelaminan. Mereka begitu tampak bahagia



Sumber: Youtube: Iklan *Pond's Flawless White '7 Days to love'*

Pada sesi terakhir muncul gambar *close up 'Pond's Flawless White* disertai audio *'Pond's Flawless white reduces dark spots and lighten skin in just 7 days*. Carrie lalu menyerahkan kalung hatinya pada perempuan yang merias dirinya, kemudian muncul tulisan *'could yours be the next love story?* Seraya perempuan tersebut melemparkan sekuntum bunga ke atas tanda berbagi kebahagiaan...*The end*

4.2. Penyajian Data Sesuai Fokus Penelitian

4.2.1 Penyampaian Pesan Iklan Pond's 'Flawless White 7 Days To Love'

Melalui iklan dengan Unsur Drama Kepada Konsumen

Pesan iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* menurut sebagian besar informan dapat menyampaikan pesan dari produk yang ditawarkan. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Sefina (27 tahun) bahwa "iklannya menarik". Jawaban yang lebih panjang dikemukakan oleh Lita (20 tahun) bahwa "dengan menggunakan pond's maka akan menjadi lebih cantik dan menarik perhatian lawan jenis", Alvi (26 tahun) menyatakan bahwa "dengan adanya drama dalam iklan tersebut, mempengaruhi *audience* dengan memakai pond's akan berhasil menjadi putih (efek drama)". Sementara menurut Dinda (26 tahun) bahwa "dengan iklan pond's tersebut bisa membuktikan perubahan yang terjadi ketika sebelum menggunakan pond's dan sesudah". Namun ada informan yang menyatakan bahwa tema pesan produk *pond's Flawless White 7 Days To Love* tidak dapat dipahami. Hal ini seperti yang dikemukakan Sari (22 tahun) bahwa "iklan tidak dapat dipahami karena iklan bersambung".

Semua informan menyatakan bahwa “tokoh dalam iklan *pond’s Flawless White 7 Days To Love* dapat mendukung dengan baik produk yang ditawarkan”. Hal ini karena tokoh dalam iklan tersebut cantik (Dinda, 26 tahun; Sefina, 27 tahun; Sari, 22 tahun; Alvi, 26 tahun) ataupun “tokoh tersebut menarik” (Lita, 20 tahun)

Alur cerita juga mendukung pesan produk *pond’s Flawless White 7 Days To Love* yang ditawarkan. Dimana sebelum memakai *pond’s Flawless White 7 Days To Love* kulit wajah Carrie terlihat agak gelap, dan setelah memakai terlihat lebih putih dan cerah. Hal ini didukung oleh pernyataan informan Dinda (26 tahun) bahwa “alur cerita iklan *pond’s* sangat mendukung produk”. Menurut informan Sefina (27 tahun) dan Lita (20 tahun) bahwa “alur cerita iklan *pond’s* dari awal seritanya sudah menarik untuk ditonton dan sangat mendukung produk *pond’s*”. Dalam alur cerita tersebut ditunjukkan bahwa sebelum memakai produk *pond’s* Carrie memiliki warna kulit yang kusam dan setelah memakai produk *pond’s* warna kulit Carrie menjadi lebih terang. Perubahan warna kulit Carrie tersebut menurut alur cerita, terjadi karena Carrie ingin terlihat cantik dan lebih putih dari kekasih Jack yang baru. Perubahan warna kulit wajah dalam iklan *pond’s* tersebut dapat dilihat di gambar berikut ini



Sebelum memakai, wajah carrie terlihat lebih gelap dibandingkan kekasih Jack yang baru



Setelah memakai *pond’s flawless white 7 days* wajah carrie sudah tampak lebih putih dan cerah

Sumber: Youtube: Iklan *Pond’s Flawless White ‘7 Days to love’*

Sebagian besar informan menyatakan bahwa alur iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* tidak terlalu panjang. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Alvi (26 tahun); Dinda (26 tahun); Sefina (26 tahun) bahwa “iklan tidak terlalu panjang karena ceritanya bersambung dari episode satu dan seterusnya”. Tetapi ada juga informan yang menyatakan bahwa iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* terlalu panjang, seperti yang dikemukakan oleh informan Sari (22 tahun) bahwa “iklan terlalu panjang sehingga sulit mengetahui jalan ceritanya”. Panjang pendeknya iklan dipengaruhi oleh adanya durasi maksimal yang diperbolehkan oleh iklan dalam televisi. Dengan demikian iklan dengan unsur drama yang panjang harus dibagi menjadi beberapa sesi untuk memenuhi durasi tersebut.

Seluruh informan menyatakan bahwa alur cerita dengan unsur drama yang digunakan pada iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* sangat menarik. Dan sebagian besar menyatakan bahwa mereka dapat mengetahui isi pesan iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* yang dilakukan melalui iklan dalam bentuk drama. Namun ada yang menyatakan bahwa ia tidak dapat mengetahui isi pesan. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh informan Sefina (27 tahun) bahwa “ia tidak mengetahui isi pesan iklan karena iklan terlalu panjang”.

Iklan dengan unsur drama dapat menceritakan fungsi suatu produk kecantikan melalui alur cerita. Dalam penelitian ini produk *pond's flawless white* yang merupakan produk pemutih wajah diinformasikan melalui pesan cerita bahwa seorang wanita perlu mempercantik diri yang salah satunya dapat dilakukan dengan cara mencerahkan kulit wajahnya sehingga lebih terlihat cantik dan menarik. Pesan ini ditunjukkan melalui tokoh perempuan yaitu Carrie.

Gaya bahasa baik yang bersifat verbal maupun non verbal (yang ditunjukkan dengan adegan tanpa suara) dalam iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* dinyatakan oleh sebagian besar informan tidak dapat memperjelas dialog yang dilakukan dalam iklan, hal ini seperti yang dikemukakan berikut ini. Menurut informan Alvi (26 tahun) bahwa “gaya bahasa dalam iklan *pond's* tidak dapat memperjelas iklan, karena banyak menggunakan ekspresi dari pada percakapan”.

Namun menurut informan Dinda (26 tahun) bahwa gaya bahasa dalam iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* dapat memperjelas iklan. Hal ini seperti yang diungkapkannya, bahwa gaya bahasa dalam iklan *pond's* dapat memperjelas iklan melalui ekspresi dan audio yang menjelaskan kegunaan *pond's Flawless* di sela-sela cerita dapat memperjelas isi pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut.

4.2.2 Iklan dengan Unsur Drama untuk Meningkatkan Fungsi Iklan

Pond's Flawless White 7 Days To Love menawarkan produk yang diiklan dijelaskan oleh pendapat responden sebagai berikut. Menurut informan Lita (20 tahun) bahwa “iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* menawarkan produk *pond's* dengan cara menyampaikan informasinya melalui gambar hasil setelah memakai produk menjadi lebih cantik dan menarik dari pada sebelum memakai *pond's*”. Menurut informan Sari (22 tahun) menyatakan bahwa “iklan tersebut mempengaruhi konsumen melalui gambar bawah dengan memakai *pond's* dapat membuat kita terlihat lebih cantik”.

Sefina (27 tahun) juga menyatakan bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* mempengaruhi penonton dengan memberikan informasi bahwa dengan menggunakan pond’s akan lebih menarik”. Menurut informan Alvi (26 tahun) menyatakan bahwa “iklan tersebut menyampaikan informasi produknya dengan cara memberikan gambaran tentang hasil yang dicapai setelah memakai produk tersebut”. Sementara menurut informan Dinda (26 tahun) bahwa “iklan tersebut menyampaikan informasinya dengan cara menggunakan drama yang terjadi dan mendapatkan apa perubahan yang terjadi pada kulit wajahnya”.

Semua responden menyatakan bahwa iklan *pond’s flawless white 7 days to love* dapat membujuk mereka untuk tertarik dengan produk yang disampaikan sehingga ingin membeli produk tersebut. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh informan Sefina (27 tahun) yang menyatakan bahwa “iklan tersebut dapat membujuknya, sehingga ia menggunakan produk pond’s tersebut”. Menurut informan Lita (20 tahun) bahwa iklan tersebut dapat membujuknya karena “dari iklan tersebut tokoh wanitanya terlihat lebih putih dan selama ini saya merasa bahwa produk pond’s aman digunakan oleh saya”. Sedangkan informan Dinda (26 tahun) menyatakan bahwa “iklan tersebut dapat membujuknya karena cerita dalam iklan tersebut dapat menunjukkan bahwa produk tersebut dapat memutihkan dalam waktu yang cepat (7 hari)”.

Iklan dalam bentuk drama pada *pond’s flawless white 7 days to love* juga mudah diingat oleh konsumen. Hal ini dinyatakan dengan jawaban semua responden yang menyatakan ya. Menurut informan Dinda (26 tahun) bahwa “iklan tersebut mudah diingat karena ceritanya bagus dan tidak membosankan, sehingga ingin melihat kelanjutan dari satu episode ke episode lainnya”. Informan Lita (20

tahun) menyatakan bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* mudah diingat karena merupakan iklan berbentuk drama yang pertama di TV”. Sedangkan informan Sefina (27 tahun) menyatakan bahwa “iklan drama *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* berbeda dengan yang lainnya (ditayangkan dalam beberapa episode)”.

Semua responden menyatakan bahwa iklan drama *pond’s flawless white 7 days to love* dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen atas produk yang ditawarkan. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh informan Sari (22 tahun) bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* memberi nilai tambah dalam memahami produk *pond’s* sehingga membuat ia ingin membeli”. Menurut informan Dinda (26 tahun) bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* memberi nilai tambah berupa cerita drama karena iklan dengan unsur drama lebih menarik”. Menurut informan Sefina (27 tahun) juga menyatakan bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* menjadi lebih menarik untuk dilihat”.

Informan Lita (20 tahun) menyatakan bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* memberikan nilai tambah karena mampu menumbuhkan motivasi saya untuk menggunakan *pond’s* agar terlihat lebih cantik dan putih”. Begitu juga dengan informan Alvi (26 tahun) yang menyatakan bahwa “*Pond’s Flawless White 7 Days To Love* memberi nilai tambah karena secara tidak langsung mempengaruhi saya supaya mempunyai kulit yang seperti pada tokoh iklan tersebut”.

Berikut ini disajikan beberapa pendapat responden mengenai cara iklan dengan unsur drama dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Pada dasarnya drama merupakan film pendek sehingga penonton merasa ingin tahu untuk mengikuti ceritanya. Dengan adanya drama tersebut, diselipkan iklan/informasi mengenai produk, sehingga secara tidak langsung audience merasa menikmati drama meskipun sebenarnya audien menikmati iklan (Alvie, 26 tahun)

Menurut informan Sari (22 tahun) bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* menarik minat konsumen untuk membeli karena iklan dengan unsur drama lebih menarik untuk ditonton”. Menurut informan Sefina (27 tahun) menambahkan bahwa “iklan *Pond’s Flawless White 7 Days To Love* menarik minat konsumen untuk membeli karena selain iklan dengan unsur drama lebih menarik untuk di lihat, juga mudah diingat”. Iklan pond’s dapat mempengaruhi minat membeli konsumen karena lebih mudah diingat juga dikemukakan oleh informan Lita (20 tahun) yaitu “menurut saya iklan dengan unsur drama menarik minat saya pada produk tersebut karena iklan tersebut selalu kita ingat karena ceritanya menarik”. Informan Dinda memberikan penjelasan yang lebih panjang sebagai berikut

Menurut saya iklan dengan unsur drama dapat menarik minat konsumen terhadap produk tersebut, karena dalam iklan tersebut ditayangkan bagaimana perubahan di kulit wajahnya yang kusam, kemudian setelah menggunakan pond.s menjadikan kulitnya lebih cerah sehingga menarik perhatian (Dinda, 26 tahun)

4.3. Pembahasan

4.3.1 Penyampaian Pesan Produk *Pond’s Flawless White 7 Days To Love*

Melalui iklan dengan Unsur Drama Kepada Konsumen

Iklan merupakan sarana komunikasi terhadap terhadap produk yang disampaikan melalui berbagai media dengan biaya, agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti (Pujiyanto, 2003). Adapun tujuan iklan adalah mengubah

atau mempengaruhi sikap-sikap khalayak, dalam hal ini adalah sikap-sikap konsumen. Iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk maupun jasa pada konsumen sehingga konsumen terprovokasi/terpengaruh (Lukitaningsih, 2013)

Berdasarkan data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa penyampaian produk *Pond's Flawless White 7 Days To Love* dilakukan dengan cara memasukkan pesan produk melalui drama percintaan. Produk diiklankan mengikuti alur cerita, sehingga iklan tidak terkesan memaksakan untuk mempengaruhi sikap konsumen untuk tertarik terhadap produk yang diiklankan. Melalui sebuah drama, pesan iklan disampaikan, sehingga konsumen dapat memahami fungsi dari produk yang diiklankan.

Berikut ini pembahasan berdasarkan unsur drama yang ada dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love*

1. Tema iklan

Tema merupakan gagasan pokok yang terkandung dalam drama. Tema berhubungan dengan sudut pandang yang dikemukakan oleh pengarang (Kemal, 2013).

Berdasarkan iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* menunjukkan bahwa tema yang diusung dalam iklan ini adalah tema percintaan yang pada awalnya menyedihkan, karena sang pria tertarik kepada wanita lain yang lebih putih, dan melupakannya sementara waktu. Namun berkat *Pond's Flawless White 7 Days To Love* sang perempuan dapat mengubah penampilannya menjadi lebih putih dan cantik.

Tema ini akan banyak diminati oleh wanita dengan usia 21 sampai 30 tahun. Dengan demikian tema ini sesuai dengan *market* pasar yang telah

ditetapkan oleh perusahaan. Penetapan iklan sesuai dengan *market* pasar yang dituju akan dapat memfokuskan konsumen yang menjadi target penjualan. Hal ini sangat penting dilakukan, agar produk yang diiklankan dapat mencapai sasaran, sehingga iklan berjalan dengan efektif untuk meningkatkan penjualan.

Tema yang ada dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* sangat mendukung produk yang diiklankan, dapat dimengerti oleh khalayak dan menarik untuk dilihat. Hal ini ditunjukkan oleh sebagian besar informan yang menyatakan bahwa tema iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* menarik untuk dilihat. Hal ini seperti yang dikemukakan informan Lita, sebagai berikut “*Ya, dengan menggunakan pond's maka akan menjadi lebih cantik dan menarik perhatian lawan jenis*” (Lita, 20 tahun)

Banyaknya responden yang menyatakan mampu memahami tema dari iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* untuk memperkenalkan produk pemutih wajah menunjukkan bahwa tema yang diusung dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* cukup menarik untuk dilihat, mudah memahami pesan yang disampaikan dari sebuah iklan, sehingga konsumen dapat memahami fungsi produk dengan lebih baik. Pemahaman terhadap suatu produk akan dapat menarik minat beli konsumen.

Namun ada responden yang tidak dapat memahami tema iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* dengan alasan iklan bersambung. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh informan Sari (22 tahun) bahwa “*saya tidak dapat memahami iklan, karena iklan bersambung*”.

Adanya pernyataan tersebut menunjukkan bahwa walaupun sebagian besar responden mampu memahami tema dari iklan *Pond's Flawless White 7*

Days To Love. Namun ada beberapa orang yang tidak dapat memahami tema dari iklan tersebut dikaitkan dengan produk yang diiklankan. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa orang yang kurang tertarik dengan inovasi iklan dalam bentuk drama, yang menggunakan beberapa episode. Sehingga menyulitkan untuk memahami produk apa yang akan dipromosikan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikatakan bahwa tema dalam sebuah iklan sangat penting disesuaikan dengan produk yang akan diiklankan. Tema iklan akan mendukung pemahaman konsumen mengenai produk yang diiklankan.

2. Tokoh dan penokohan

Tokoh atau pemain drama disamping berfungsi sebagai penunjang jalannya cerita atau tumbuhnya plot, juga berfungsi sebagai alat pernyataan watak. Penokohan adalah penyajian watak tokoh dan penciptaan citra tokoh dalam cerita yang berupa penyajian sifat, sikap, dan tingkah laku tokoh. (Kemal, 2013)

Tokoh utama dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* adalah tokoh wanita yang diperankan oleh Carrie. Tokoh ini menggambarkan wanita muda yang memiliki usia kurang dari 30 tahun. Tokoh ini memiliki watak seorang yang pendiam, sederhana, lembut, dan setia. Carrie juga mencitrakan seorang wanita yang tegar ketika menghadapi kenyataan bahwa pujaan hatinya yang ia tunggu-tunggu telah memilih wanita lain. Tokoh ini memberikan citra bahwa seorang wanita cantik tidak hanya cantik secara fisik, tetapi juga cantik kepribadiannya.

Setelah mengenal produk *Pond's Flawless White 7 Days To Love*, mencobanya, kulit wajah Carrie menjadi semakin putih dan bersih. Dengan menggunakan produk *Pond's Flawless White 7 Days To Love* maka kecantikan Carrie akan semakin terpancar secara fisik dan kepribadiannya, sehingga mampu memikat kembali pujaan hatinya.

Sementara tokoh wanita pembantu yang memerankan sebagai kekasih Jack digambarkan sebagai seorang wanita modern, yang modis, cantik, putih, memiliki gaya hidup yang mewah (terlihat saat ia menolak cincin pertunangan yang dirasa tidak sesuai dengan keinginannya). Ia memiliki watak yang berbeda dengan Carrie. Kekasih Jack tersebut memiliki watak yang keras, pemarah dan sedikit kasar (ditunjukkan ketika menampar Jack saat bertengkar).

Kedua tokoh wanita dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* tersebut dapat mendukung cerita drama yang ada. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan tokoh dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* dapat mendukung dan membentuk pencitraan produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan peran tokoh dalam sebuah drama. Tokoh atau pemain dalam drama "menterjemahkan dan sekaligus menghidupkan" deretan kata-kata yang berupa naskah atau cerita. Disamping berfungsi sebagai penunjang jalannya cerita atau tumbuhnya plot, pemain berfungsi pula sebagai alat pernyataan watak (Kemal, 2013)

Peran tokoh dalam sebuah drama sangat penting dalam memperkuat sebuah cerita. Sepanjang cerita, tokoh-tokoh akan mempertahankan ciri-ciri mereka, dari awal sampai terjadinya klimaks cerita. Watak seorang tokoh akan

semakin tergambar ketika menghadapi konflik yang ada, dan cara menyelesaikannya.

Dalam hal ini konflik terjadi ketika Carrie menyadari bahwa kekasihnya, yang ditunggunya telah berpaling darinya, kepada wanita yang lebih cantik (lebih putih). Sehingga ia mencari solusi untuk mempercantik diri dengan cream pemutih wajah, yaitu *Pond's Flawless White 7 Days*. Pada akhirnya upaya yang dilakukannya mampu mengembalikan dan memikat kembali pujaan hatinya, hingga mewujudkan janji suci pernikahan.

3. Alur cerita

Alur atau plot adalah hubungan antara satu peristiwa atau sekelompok peristiwa dengan peristiwa yang lain. Unsur plot adalah pelukisan awal cerita, komplikasi atau pertikaian awal, klimaks atau titik puncak cerita, serta resolusi atau penyelesaian (Kemal, 2013)

Alur cerita dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* dimulai dengan situasi awal, pemaparan cerita, kemudian terjadinya konflik dan terakhir adalah adanya penyelesaian. Karena panjangnya cerita, iklan ini dibagi menjadi beberapa sesi penayangkan, sesuai durasi iklan di televisi. Walaupun dibagi dalam beberapa sesi alur cerita iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* dinyatakan seluruh responden sebagai iklan yang menarik. Namun ada informan yang menyatakan bahwa iklan terlalu panjang. Hal ini seperti dikatakan oleh informan Sari (22 tahun) bahwa “alur cerita iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* terlalu panjang”.

Alur cerita juga mendukung pesan produk *pond's Flawless White 7 Days To Love* yang ditawarkan. Dimana sebelum memakai *pond's Flawless White 7*

Days To Love kulit wajah Carrie terlihat agak gelap, dan setelah memakai terlihat lebih putih dan cerah. Hal ini dapat dilihat di gambar berikut ini



Sebelum memakai, wajah Carrie terlihat lebih gelap dibandingkan kekasih Jack yang baru



Setelah memakai Pond's Flawless White 7 Days wajah Carrie sudah tampak lebih putih dan cerah

Sumber: Youtube: Iklan Pond's Flawless White '7 Days to love'

4. Latar cerita

Setting atau tempat kejadian sering disebut latar cerita. *Setting* meliputi tiga dimensi, yaitu tempat, ruang, dan waktu. *Setting* tidak berdiri sendiri tetapi berhubungan dengan waktu dan ruang. *Setting* waktu artinya apakah lakon terjadi di waktu seperti siang, pagi dan sore. *Setting* ruang menyangkut tempat dan suasana. (Kemal, 2013)

Setting iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* banyak dilakukan di siang hari, seperti ketika pertama bertemu dengan Jack dan kekasihnya, ketika pertama kali melihat iklan Pond's di sebuah etalase toko, di bandara ataupun saat pernikahan. Sedangkan malam hari dilakukan ketika makan malam antara Jack dengan kekasihnya, di sebuah *restaurant*.

Setting tempat banyak dilakukan di dalam ruangan, seperti di kantor, di kamar, di bandara. Namun ada juga *setting* tempat yang dilakukan di luar ruangan seperti saat berjalan dan melihat iklan pond's di etalase toko, dan saat pernikahan di sebuah taman. Tempat secara keseluruhan dilakukan di wilayah kota.

Setting waktu sebagian besar menceritakan kejadian saat ini, walaupun ada *setting* yang menggambarkan masa lampau (*flashback*). *Setting flashback* terjadi saat menceritakan kembali awal perpisahan Carrie dan Jack di bandara dan Carrie menyerahkan sebuah kalung dengan liontin hati kepada Jack. *Setting* dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* yang menjadi latar cerita dari tema yang diusung secara keseluruhan, terlihat sangat mendukung alur cerita.

5. Isi pesan

Amanat adalah pesan moral yang ingin disampaikan penulis kepada pembaca naskah atau penonton drama. Pesan itu tentu saja tidak disampaikan secara langsung, tetapi lewat lakon naskah drama. Artinya penonton atau pembaca dapat menyimpulkan pelajaran moral apa yang diperoleh dari membaca atau menonton drama tersebut (Kemal, 2013)

Isi pesan yang disampaikan dalam iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* adalah bahwa *Pond's Flawless White* dapat memutihkan wajah dalam 7 Days. Tidak seperti iklan-iklan lainnya, unsur drama yang ada dalam iklan ini mampu membuat iklan tidak secara langsung mendoktrin konsumen untuk memahami produk yang diiklankannya, misalnya langsung menunjukkan wajah hitam menjadi putih setelah menggunakan suatu produk kosmetik.

Dalam iklan ini juga menyiratkan bahwa memutihkan wajah dengan menggunakan *pond's flawless* merupakan solusi untuk terlihat cantik dengan waktu yang relatif cepat, yaitu tujuh hari. Produk *pond's* dijadikan solusi atas permasalahan yang ada dari drama tersebut, yaitu ketika Jack melupakan

janjinya kepada Carrie dan akan menikah dengan wanita lain yang lebih cantik karena memiliki wajah yang lebih putih.

Iklan ini menekankan nilai positif yang ditunjukkan dengan sikap Carrie yang tidak marah-marah ketika mengetahui Jack telah berpaling darinya, tetapi ia berusaha memperbaiki kekurangannya dengan cara mempercantik dirinya, dan menjaga kesetiiaannya.

Isi pesan dari iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* juga mudah untuk diikuti, sehingga *audience* mampu mengetahui isi pesan dari iklan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban sebagian informan yang menyatakan bahwa mereka mampu mengetahui isi pesan dari iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love*. Walaupun ada juga yang tidak mampu mengetahui isi pesan dari iklan tersebut, seperti yang dikemukakan oleh informan Sefina.

Kondisi ini menunjukkan bahwa *audience* yang suka dengan melihat drama, akan senang dengan iklan dengan menggunakan unsur drama, yang ditayangkan dalam beberapa sesi. Mereka akan berusaha mengikuti dan ingin mengetahui bagaimana akhir dari cerita dalam iklan tersebut. Dengan demikian konsumen akan terus melihat dan mengingat produk yang diiklankan. Kondisi ini merupakan upaya stimulus dari iklan tersebut untuk merangsang pikiran seseorang agar tertarik dengan produk yang diiklankannya.]Namun bagi *audience* yang tidak suka dengan drama, iklan tersebut akan kurang menarik dan tidak dapat dipahami isi pesan, karena mereka hanya melihat sepotong-sepotong (tidak semua sesi dilihatnya)

6. Gaya bahasa

Ciri khas suatu drama adalah naskah yang berbentuk percakapan atau dialog. Penulis naskah drama harus memperhatikan pembicaraan yang akan diucapkan para tokoh. Ragam bahasa dalam dialog antar tokoh merupakan ragam lisan yang komunikatif karena drama adalah potret kenyataan yang diangkat ke pentas. Dialog juga harus bersifat estetis, artinya memiliki keindahan bahasa. Kadang-kadang juga dituntut agar bersifat filosofis dan mampu mempengaruhi keindahan. Namun keindahan bahasa itu tidak boleh mengganggu makna yang terkandung dalam naskah, artinya walaupun indah tetapi harus komunikatif (Kemal, 2013)

Iklan *Pond's Flawless White 7 Days To Love* tidak terlalu banyak menggunakan percakapan dari tokoh yang memerankannya. Tetapi lebih menggunakan bahasa non verbal seperti tindakan perpisahan di bandara, memberikan kalung dengan liontin hati. Cerita yang diusung juga lebih ditunjukkan dengan peran tokoh dari bahasa mimik muka ataupun perilaku dibandingkan dengan menggunakan percakapan. Beberapa hal yang penting digunakan media, seperti majalah yang menunjukkan Jack telah menemukan wanita lain dan akan bertunangan dalam 7 hari. Kemarahan Carrie yang ditunjukkan dengan membuang foto dan kalender yang mencatat kedatangan Jack. Iklan juga ditunjukkan dengan memberikan tulisan pada beberapa bagian dari sesi drama seperti tulisan *Pond's Flawless White* dan gambar produk *pond's*.

Bahasa verbal dalam iklan ini digunakan untuk menjelaskan produk yang diiklankannya. Menjelaskan fungsi produk *pond's* seperti tulisan *Pond's*

Flawless White disertai audio *Pond's Flawless White loves Happy end*. Gaya bahasa dalam menjelaskan fungsi produk tersebut terdengar sangat jelas dan tegas dengan adanya penekanan pada merk produk.

Adapun pernyataan dari sebagian besar informan menyatakan bahwa gaya bahasa dalam iklan tersebut tidak dapat memperjelas iklan, hal ini seperti yang dikemukakan berikut ini. “*Tidak, karena banyak menggunakan ekspresi dari pada percakapan*” (Alvi, 26 tahun)

Namun menurut informan Dinda, gaya bahasa dalam iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love* dapat memperjelas iklan. Hal ini seperti yang diungkapkannya “*Ya, melalui ekspresi dan audio yang menjelaskan kegunaan pond's Flawless di sela-sela cerita dapat memperjelas isi pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut*” (Dinda, 26 tahun)

Kedua pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya sebagian besar konsumen menganggap bahwa gaya bahasa dalam iklan harus menggunakan bahasa verbal, yang terbentuk dari percakapan tokoh dalam drama tersebut. Namun menurut peneliti, Iklan tersebut cukup bagus, karena dengan lebih banyak menggunakan bahasa non verbal dan ekspresi untuk alur cerita dan bahasa verbal maupun non verbal (tulisan) untuk menjelaskan produk yang diiklankannya. Sehingga ada pemisahan yang berfungsi untuk mempertegas iklan yang dipromosikan. Adanya perbedaan gaya bahasa dari alur cerita dan penjelasan produk menunjukkan adanya penekanan dalam iklan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan perlunya gaya dan penekanan dalam iklan seperti yang dikemukakan Hariyani, (2001, h.104)

Gaya dan tekanan dari pesan yang ingin disampaikan harus menekankan beberapa hal. Gaya (*style*) merupakan cara seseorang menggunakan kata

untuk mencapai suatu tekanan tertentu. Dalam hal ini gaya dalam arti kalimat maupun penggunaan kata-kata, apakah menekan atau pasif, bersifat personal atau umum, *colorful* atau *colorless*. Pilihan mana tergantung pada sifat pesan yang dibuat dan hubungan antara *audience* dengan komunikator.

Jika dihubungkan dengan pendapat tersebut maka gaya bahasa dalam iklan *Pond's flawless white* sudah baik dengan menggunakan penekan gaya bahasa melalui audio penjelasan produk *pond's* di setiap sesi dari alur cerita yang digunakan. Penekanan juga dilakukan ketika mengucapkan nama produk yang diiklankan. Kondisi ini akan memudahkan konsumen untuk mengingat nama produk yang diiklankan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa iklan dengan unsur drama yang digunakan oleh *pond's flawless white 7 day for love* telah menggunakan unsur-unsur drama untuk mendukung produk yang diiklankan. Tema yang diusung disesuaikan dengan *target market* yang menjadi tujuan produk, sehingga tema dapat menarik hati konsumen untuk melihat dan mengikuti alur cerita. Tokoh yang diperankan oleh Carrie, Jack dan kekasih Jack mampu mendukung fungsi produk sebagai produk kecantikan yang dapat memutihkan wajah dan menghilangkan noda pada wajah.

Alur cerita yang digunakan juga mampu mendukung produk, sehingga iklan produk masuk dalam alur cerita dan menyatu dalam alur cerita. Alur cerita tersebut juga memudahkan konsumen untuk mengetahui fungsi produk yang diiklankan yaitu memutihkan, mencerahkan wajah dan menghilangkan noda pada wajah dalam waktu 7 hari.

Latar cerita juga dibuat sedemikian rupa untuk mendukung cerita agar mudah dibayangkan oleh *audience* yang melihat. Iklan produk *pond's* juga dimasukkan dengan baik sesuai dengan latar cerita, sebagai contoh, produk

ditunjukkan dalam etalase toko. Produk digunakan saat Carrie akan keluar rumah. Isi pesan dari iklan *pond's flawless white* dilakukan melalui alur cerita maupun penegasan dalam bentuk tulisan, gambar produk dan audio yang menjelaskan mengenai produk *pond's*. Iklan juga memberikan pesan yang menekankan nilai positif yang ditunjukkan dengan sikap Carrie yang tidak marah-marah ketika mengetahui Jack telah berpaling darinya, tetapi ia berusaha memperbaiki kekurangannya dengan cara mempercantik dirinya, dan menjaga kesetiiaannya.

Gaya bahasa yang digunakan lebih menggunakan gaya bahasa non verbal, yang dilakukan dengan menunjukkan ekspresi, gambar dan tulisan untuk menjadikan produk agar lebih dipahami, dan diingat konsumen. Iklan ini juga melakukan penekanan bahasa terutama dalam menjelaskan fungsi produk melalui audio pada akhir dari masing-masing sesi iklan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa unsur drama dapat mendukung iklan dengan lebih baik sehingga iklan lebih mudah dipahami, diingat dan membujuk konsumen untuk tertarik dengan iklan tersebut.

4.3.2 Iklan Dengan Unsur Drama Mempengaruhi Konsumen Untuk Tertarik Dengan Produk Yang Diiklankan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media (Pujiyanto, 2003). Fungsi iklan dalam pemasaran adalah untuk memperkuat dorongan (stimulus) keinginan konsumen terhadap suatu produk dalam upaya mencapai kepuasan (Pujiyanto, 2003). Adapun tujuan iklan adalah mengubah atau mempengaruhi sikap-sikap khalayak, dalam hal ini adalah sikap-sikap konsumen. Iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk maupun jasa pada konsumen sehingga konsumen terprovokasi/terpengaruh

(Lukitaningsih, 2013). Berikut ini akan dibahas cara iklan *Pond's flawless white* mempengaruhi konsumen untuk tertarik terhadap produk yang diiklankannya.

1. Memberi informasi

Fungsi informasi iklan adalah mengomunikasikan informasi produk, ciri-ciri dan lokasi penjualannya. Iklan memberitahu konsumen tentang produk-produk baru (Lee & Johnson, 2011. h.10)

Berdasarkan data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa iklan *pond's flawless white* telah memberikan informasi mengenai produk, cirri-ciri dan fungsi dari produk kosmetik tersebut. Keberadaan produk ditunjukkan ketika carrie melihat produk *pond's flawless white* di etalase toko. Ciri-ciri produk dijelaskan dengan cara mengclose up produk *pond's flawless white* dalam beberapa sesi yang menyatu dengan alur cerita dan penekanan produk dengan menjelaskan fungsi produk dengan menunjukkan tulisan fungsi produk dan audio yang menyatakan fungsi produk.

Melalui iklan tersebut, konsumen dapat memperoleh informasi mengenai produk kosmetik yang dapat memutihkan kulit wajah, menghilangkan noda-noda dalam wajah. Hal ini seperti yang dikemukakan sebagai berikut

*Menurut saya, iklan tersebut menyampaikan informasinya dengan menggunakan hasil setelah memakai produk menjadi lebih cantik dan menarik dari pada sebelum memakai pond's
(Lita, 20 tahun)*

Pernyataan yang relative sama juga dijelaskan oleh Alvi sebagai berikut

*Menurut saya, iklan tersebut menyampaikan informasi produknya dengan cara memberikan gambaran tentang hasil yang dicapai setelah memakai produk tersebut
(Alvi, 26 tahun)*

Uraian tersebut menunjukkan bahwa informasi yang dapat diterima oleh konsumen dari iklan *pond's flawless white* adalah dari fungsi produk, yaitu sebagai produk pemutih wajah. Konsumen merasa bahwa informasi tersebut diberikan dengan memberikan gambaran tentang hasil yang dicapai dengan sebelum menggunakan produk tersebut. Dengan demikian iklan *pond's flawless white* dengan unsur drama mampu memberikan informasi mengenai produk dengan lebih baik kepada konsumen yang dituju.

2. Membujuk

Fungsi *persuasive*, yaitu membujuk para konsumen untuk membeli merek-merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tersebut (Lee & Johnson, 2011. h.10). Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa iklan *pond's flawless white* mampu membujuk konsumen untuk tertarik dengan produk yang diiklankan, mengubah sikap mereka terhadap produk kosmetik pemutih wajah, sehingga menimbulkan minat untuk membeli.

3. Mengingat

Fungsi iklan lainnya adalah mengingatkan. Mengingat (*reminding*), di mana iklan berfungsi untuk menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. (Lukitaningsih, 2013). Fungsi ini dapat dilihat dengan cara seringnya produk *pond's flawless white* di *close up*, dan pada akhir sesi ditunjukkan produk *pond's flawless white* disertai audio, sehingga iklan tersebut akan lebih mudah diingat. Fungsi mengingatkan juga terlihat dari adanya unsur drama yang menjadikan iklan ditayangkan berbeda dengan iklan pemutih wajah lainnya, serta adanya penanyangan dalam beberapa sesi, sehingga konsumen akan lebih mudah mengenal, dan mengingat iklan beserta

produk yang diiklankannya.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa semua informan menyatakan bahwa Iklan dalam bentuk drama pada *pond's flawless white 7 days to love* juga mudah diingat oleh konsumen. Hal ini dinyatakan dengan jawaban semua informan yang menyatakan ya. Uraian tersebut menunjukkan bahwa iklan yang dikemas dengan cara yang berbeda dengan iklan lain, dalam hal ini menggunakan unsur drama akan lebih mudah diingat oleh konsumen, sehingga nama produk akan selalu diingat oleh konsumen.

4. Memberi nilai tambah

Periklanan memberi nilai tambah pada konsumen dengan mempengaruhi persepsi konsumen (Lukitaningsih, 2013). Nilai tambah yang diberikan iklan *pond's flawless white* adalah tidak hanya mengenalkan produk, tetapi memberikan nilai tambah dari cerita dan tokoh yang memerankan iklan dengan unsur drama.

Nilai tambah yang diberikan antara lain adalah produk *pond's* sebagai produk pemutih wajah merupakan solusi yang bisa digunakan oleh wanita untuk mempercantik dirinya, sehingga kecantikan pribadi wanita tersebut semakin bersinar dengan wajah putih berseri. Hal ini karena wajah dengan kulit putih masih merupakan dambaan setiap wanita untuk tampil lebih cantik.

Nilai tambah lainnya yang ada dalam iklan *pond's flawless white* adalah bahwa iklan tersebut mampu menumbuhkan motivasi konsumen agar tampil lebih cantik dengan wajah putih bersih. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh informan Lita sebagai berikut. “Ya karena mampu menumbuhkan motivasi saya untuk menggunakan *pond's* agar terlihat lebih cantik dan putih” (Lita, 20

tahun). Uraian tersebut menunjukkan bahwa selain menjelaskan produk, iklan tersebut mampu memberikan motivasi, melalui cerita drama yang digunakan dalam mengiklankan produk *pond's*

Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa iklan *pond's flawless white* yang menggunakan unsur drama mempengaruhi konsumen dengan cara memberikan informasi mengenai produk dan kegunaan *pond's flawless white* dengan menggunakan alur cerita dalam drama. Membujuk konsumen dengan menunjukkan hasil wajah dari tokoh wanita yang memerankan sebelum dan setelah menggunakan produk *pond's flawless white*. Iklan tersebut mencoba membangun ingatan konsumen mengenai merek dan produk yang diiklankan dengan cara menggunakan beberapa sesi penayangan yang merupakan kelanjutan dari drama yang digunakan pada iklan *pond's flawless white*. Selain itu untuk mengingatkan produk, selalu ditayangkan gambar produk, tulisan penjelasan fungsi produk dan juga audio yang menekankan kemanfaatan produk.

Dengan menggunakan unsur drama, iklan ini mampu memberikan nilai prositif yang tidak didapat dari iklan kosmetik lainnya. Iklan ini mampu memberikan nilai bahwa kecantikan batiniah yang membentuk kepribadian wanita juga harus didukung dengan kecantikan fisik, yang ditunjukkan dengan wajah putih bersih. Selain itu alur cerita dalam drama iklan *pond's flawless white* juga mampu membangun motivasi konsumen untuk mempercantik diri dan tidak menyalakan keadaan karena pria pujaan hatinya berpaling ke wanita lain. Melalui upaya yang dilakukannya ia mampu mengembalikan kekuatan cinta dari pria yang menjadi pujaannya, dan berakhir dengan *happy ending*.

4.3.3 Interpretasi Iklan dengan Unsur Drama untuk Meningkatkan Fungsi Iklan

Berbagai bentuk inovasi iklan digunakan perusahaan, agar produk yang diiklankannya menjadi lebih menarik, dan berbeda dengan iklan lainnya. Tujuannya adalah iklan tersebut dilihat, dipahami, sehingga pesan dalam iklan dapat diterima oleh konsumen yang menjadi sasarannya.

Salah satu inovasi iklan yang digunakan adalah iklan dengan menggunakan unsur drama. Iklan dengan unsur drama menjadi hal yang lebih menarik untuk digunakan ketika iklan banyak dilakukan melalui media televisi yang memiliki kelebihan dengan penggunaan audio visual.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa iklan dengan unsur drama mampu memberikan nilai positif bagi konsumen, karena konsumen tidak hanya diultimatum dengan persuasi untuk membeli suatu produk, melainkan juga menikmati alur cerita dari drama yang disajikan. Melalui drama, iklan *pond's flawless white* dapat digunakan untuk memaksimalkan fungsi iklan dalam memberikan informasi, membujuk, dan memberi nilai tambah bagi konsumen.

Tema yang diusung dalam drama diarahkan untuk menjelaskan fungsi produk yang diiklankan. Dalam hal ini tema disesuaikan dengan *market pasar* yang dituju, yaitu tema percintaan. Alur cerita juga disesuaikan dengan tema, sehingga iklan produk masuk dalam alur cerita dan menyatu dalam alur cerita. Alur cerita tersebut juga memudahkan konsumen untuk mengetahui fungsi produk yang diiklankan yaitu memutihkan, mencerahkan wajah dan menghilangkan noda dalam wajah dalam waktu 7 hari.

Latar cerita juga dibuat sedemikian rupa untuk mendukung cerita agar mudah dibayangkan oleh audience yang melihat. Dengan demikian alur cerita yang

memasukkan iklan *pond's* dapat dipahami dengan lebih baik oleh konsumen/audience. Melalui unsur drama iklan juga dapat menekankan pada pesan positif yang ditunjukkan dengan sikap tokoh wanita Carrie sebagai wanita yang memiliki kepribadian yang kuat memiliki kecantikan inner beauty dan semakin cantik ketika menggunakan produk *pond's flawless white*.

Melalui unsur drama, gaya bahasa yang digunakan tidak harus dalam bentuk dialog, ataupun tulisan, tetapi dapat mengabungkan unsur verbal dan non verbal. Dalam iklan *pond's flawless white* gaya bahasa dilakukan dengan gaya bahasa non verbal, yang dilakukan dengan menunjukkan ekspresi dan gambar untuk menjadikan produk agar lebih dipahami, dan diingat konsumen.

Iklan ini juga melakukan penekanan bahasa terutama dalam menjelaskan fungsi produk melalui audio pada akhir dari masing-masing sesi iklan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa unsur drama dapat mendukung iklan dengan lebih baik sehingga iklan lebih mudah dipahami, diingat dan membujuk konsumen untuk tertarik dengan iklan tersebut.

Dari sisi iklan menunjukkan bahwa iklan *pond's flawless white* yang menggunakan unsur drama mempengaruhi konsumen dengan cara memberikan informasi mengenai produk dan kegunaan *pond's flawless white* dengan menggunakan alur cerita dalam drama. Membujuk konsumen dengan menunjukkan hasil wajah dari tokoh wanita yang memerankan sebelum dan setelah menggunakan produk *pond's flawless white*. Iklan tersebut mencoba membangun ingatan konsumen mengenai merek dan produk yang diiklankan dengan cara menggunakan beberapa sesi penayangan yang merupakan kelanjutan dari drama yang digunakan pada iklan *pond's flawless white*. Selain itu untuk

mengingatkan produk, selalu ditayangkan gambar produk, tulisan penjelasan fungsi produk dan juga audio yang menekankan kemanfaatan produk.

Dengan menggunakan unsur drama, iklan ini mampu memberikan nilai prositif yang tidak didapat dari iklan kosmetik lainnya. Iklan ini mampu memberikan nilai bahwa kecantikan batiniah yang membentuk kepribadian wanita juga harus didukung dengan kecantikan fisik, yang ditunjukkan dengan wajah putih bersih. Selain itu alur cerita dalam drama iklan *pond's flawless white* juga mampu membangun motivasi konsumen untuk mempercantik diri dan tidak menyalakan keadaan karena pria pujaan hatinya berpaling ke wanita lain. Melalui upaya yang dilakukannya ia mampu mengembalikan kekuatan cinta dari pria yang menjadi pujaannya, dan berakhir dengan *happy ending*.

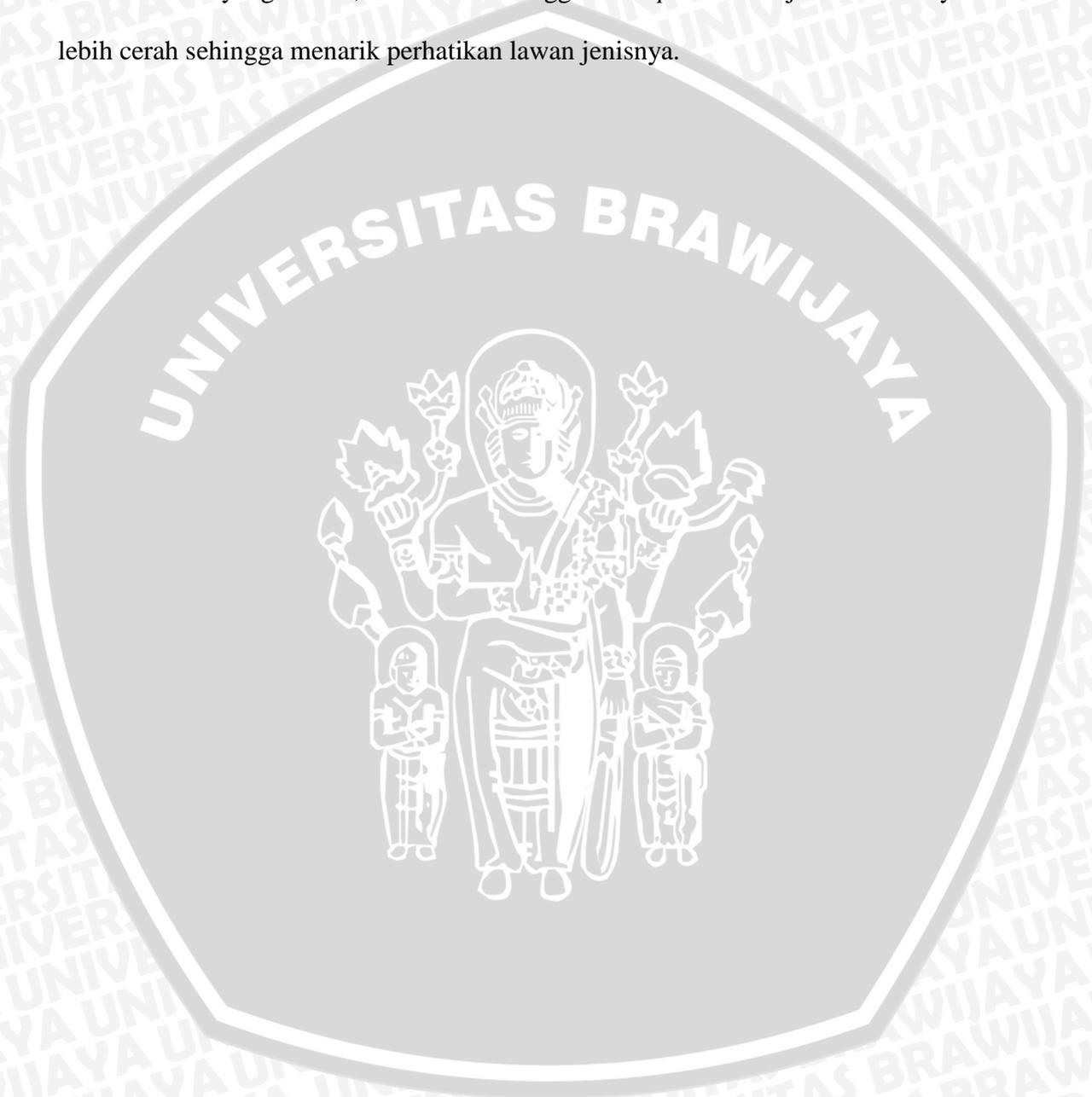
Penggunaan iklan dengan unsur drama dapat memaksimalkan fungsi iklan. Hal ini seperti yang diungkapkan responden sebagai berikut.

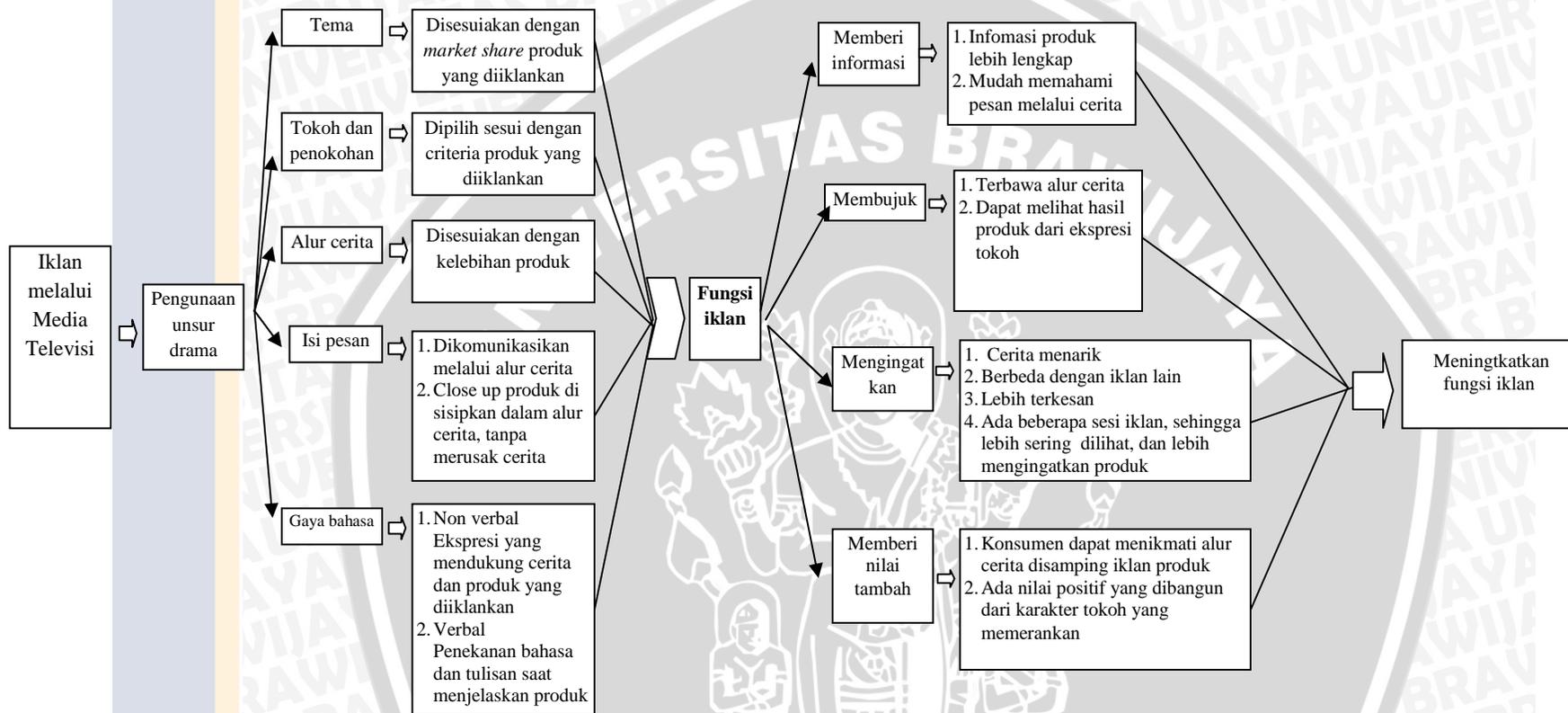
Pada dasarnya drama merupakan film pendek sehingga penonton merasa ingin tahu untuk mengikuti ceritanya. Dengan adanya drama tersebut, diselipkan iklan/informasi mengenai produk, sehingga secara tidak langsung audience merasa menikmati drama meskipun sebenarnya audien menikmati iklan (Alvie, 26 tahun)

Uraian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan drama dalam sebuah iklan menjadikan konsumen/audience merasa ingin tahun kelanjutan dari drama tersebut, sehingga audience akan mengikuti ceritanya. Melalui drama tersebut, iklan/informasi mengenai produk dapat diselipkan baik yang dilakukan secara langsung dengan meng *close up* produk, dan tulisan manfaat produk, maupun secara tidak langsung yang dimasukkan dalam alur cerita dalam drama tersebut.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa iklan dengan unsur drama dapat menarik minat konsumen terhadap produk tersebut, karena melalui alur cerita yang

ditayangkan dalam drama tersebut, konsumen dapat memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai produk yang diiklankan. Konsumen dapat mengikuti bagaimana produk tersebut bekerja, yaitu pada awalnya sang tokoh wanita memiliki kulit yang kusam, dan setelah menggunakan *pond's* menjadikan kulitnya lebih cerah sehingga menarik perhatian lawan jenisnya.





Gambar 4.1 *Mind mapping* penggunaan iklan dengan unsur drama untuk meningkatkan fungsi iklan

Sumber: Hasil Analisis Bab IV.

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi bentuk iklan suatu produk. Salah satu media yang sangat meningkatkan inovasi iklan adalah media televisi. Iklan melalui media televisi banyak diminati oleh perusahaan, karena media tersebut banyak ditonton oleh masyarakat. Iklan melalui media televisi juga semakin inovatif, baik dalam ide cerita, maupun pemanfaatan audio visual. Salah satu inovasi iklan dalam media televisi adalah iklan dalam bentuk drama yang digunakan oleh produk *pond's*. Iklan *pond's Flawless White 7 Days To Love*.

Iklan televisi dalam bentuk drama, digunakan unsur-unsur drama yaitu tema, tokoh dan penokohan, alur cerita, isi pesan dan gaya bahasa. Tema iklan dengan unsur drama disesuaikan dengan *market share* produk yang diiklankan. Tokoh dan penokohnya dipilih sesuai dengan kriteria produk yang diiklankan. Misalnya untuk produk *pond's flawless white* ini maka tokoh dalam iklan harus seorang wanita, yang cantik dan menarik dan usia sesuai dengan produk yang diiklankan, dalam hal ini kurang dari 30 tahun. Alur cerita disesuaikan dengan kelebihan produk, misalnya untuk produk *pond's* yang mengiklankan produk pemutih wajah, maka alur cerita dapat dibuat dengan mengedepankan perlunya memutihkan wajah bagi seorang wanita untuk mempercantik wajahnya.

Isi pesan dari iklan harus dikomunikasikan dengan alur cerita. Misalnya isi pesan produk *pond's* yang berfungsi sebagai pemutih wajah, disesuaikan dengan tema percintaan, yang menjadikan seorang wanita selalu ingin terlihat cantik di depan pacarnya. Isi pesan iklan juga dapat dilakukan dengan menyisipkan *close up* produk dalam alur cerita, tanpa merusak cerita. Gaya bahasa dalam iklan dengan menggunakan unsur drama dapat digunakan dengan memadukan komunikasi non verbal maupun komunikasi verbal. Komunikasi non verbal

dilakukan dengan meningkatkan ekspresi yang mendukung cerita dan produk yang diiklankan. Sedangkan dalam bentuk verbal, digunakan gaya bahasa dan tulisan yang penekanan bahasa saat menjelaskan produk yang diiklankan. Penekanan bahasa saat menjelaskan produk yang diiklankan tersebut akan dapat memaksimalkan fungsi iklan untuk meningkatkan daya ingatnya atas produk yang diiklankan.

Penggunaan unsur drama dalam iklan dengan menggunakan media televisi tersebut akan dapat meningkatkan fungsi iklan yaitu memberi informasi, membujuk, mengingatkan dan memberikan nilai tambah. Fungsi iklan nmemberi informasi produk yang disajikan. Iklan dengan unsur drama akan disajikan dengan lebih lengkap, karena selain menampilkan produk, juga didukung dengan cerita yang menunjang. Adanya alur cerita yang menarik dari iklan dengan unsur drama tersebut akan memudahkan perusahaan memberikan pesan/informasi mengenai produk yang diiklankan.

Fungsi iklan membujuk dilakukan melalui alur cerita, yang mana penonton tanpa sadar dibujuk untuk menggunakan produk iklan seperti tokoh dalam cerita, karena penonton telah tertarik dengan cerita yang disajikan. Melalui iklan dengan unsur drama fungsi membujuk juga dapat dilakukan dengan cara memberikan hasil pemakaian produk sesuai dengan alur cerita, yang didukung dengan ekspresi tokoh wanita yang merasa keberhasilannya untuk mempercantik diri dilakukan dengan memakai produk pond's yang diiklankan.

Fungsi iklan mengingatkan dalam iklan dengan menggunakan unsur drama dilakukan dengan cara mencari tema cerita yang menarik dan sesuai dengan produk yang diiklankan, membagi iklan tersebut dalam beberapa sesi sehingga

konsumen akan teringat iklan tersebut, karena berbeda dengan iklan yang lain. Selain itu juga karena iklan dengan unsur drama akan lebih terkesan karena konsumen tidak secara langsung melihat iklan. tetapi juga menikmati alur cerita drama yang disajikan. Selain itu fungsi mengingatkan juga terbentuk dari adanya penanyangan dalam beberapa episode, yang menjadikan konsumen akan selalu ingin melihat untuk mengetahui kelanjutan cerita, dan menjadikan konsumen tidak bosan dengan iklan yang ada.

Fungsi iklan memberi nilai tambah diperoleh iklan dengan unsur drama dengan karena konsumen dapat menikmati alur cerita disamping iklan dari sebuah produk. Selain itu melalui cerita drama, ada nilai positif yang dibangun melalui karakter tokoh yang memerankan. Sebagai contoh dalam iklan pond's melalui cerita dan tokoh wanitanya mampu memberikan motivasi kepada penonton untuk tidak putus asa dengan permasalahan yang ada, dan mencari solusi dengan cara memperbaiki diri. Dalam hal ini adalah mempercantik diri dengan memakai produk pond's yang mampu memutihkan wajah dalam waktu singkat (7 hari).

Melalui iklan dengan unsur drama tersebut, maka akan meningkatkan fungsi iklan baik dalam hal memberi informasi, membujuk, mengingatkan, dan memberi nilai tambah. Dengan kata lain iklan dengan unsur drama akan dapat memaksimalkan fungsi iklan.