Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)
Vol. 6 No. 4 November 2022
e-ISSN : 2656-6753, p-ISSN: 2598-9944
DOI: *10.36312/jisip.v6i4.3513/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index*

Pemaknaan Iklan BMW i8 Roadster *"Retirement is About Exploring Your Wide Open Future."* : Analisis Semiotika Roland Barthes

Aina Nisa F.P.S[1], Athaya Mardhiatillah[2], Aerika Ayu Sahara Putri Sherena [3]
[123]Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

Article Info
Article history:
Received 22 Juni 2022
Publish 1 November 2022

Keywords:
Advertising
BMW
Mercedez Benz
Plot Twist
Roland Barthes

Abstract
Advertising is a form of presenting and promoting the idea of a product or service that aims to help customers or viewers distinguish a product or service from others. On May 22, 2019 BMW released an advertisement with the title "Retirement is about exploring your wide open future." which contains an appreciation of Dieter Zetsche who will retire as CEO of Mercedes Benz with a plot twist that keeps the audience entertained. This ad is unique because Mercedes Benz and BMW are leading companies that compete in the automotive sector, this makes this ad enjoyed by many viewers, up to 3 million viewers on Youtube within 6 days. In this study, we can understand the signs in advertisements and how myths can create meaning. The equivalent method of this research is qualitative with an interpretive approach and uses the semiotic theory of Roland Barthes. The results showed that the meaning of the signs in the advertisement "Retirement is about exploring your wide open future." his retirement is freedom from a job that BMW can bring that freedom even to Zetsche who is CEO of Mercedes Benz.

Info Artikel
Article history:
Received 22 Juni 2022
Publish 1 November 2022

ABSTRACT
Iklan merupakan bentuk penyajian dan promosi ide suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk membantu pelanggan atau penonton membedakan suatu produk atau jasa dengan yang lainnya. Pada 22 Mei 2019 BMW merilis iklan dengan judul "Retirement is about exploring your wide open future." yang berisikan sebuah apresiasi terhadap Dieter Zetsche yang akan pensiun sebagai CEO Mercedes Benz dengan sebuah *plot twist* yang membuat penonton terhibur. Iklan ini merupakan iklan yang unik karena Mercedes Benz dan BMW merupakan perusahaan unggulan yang bersaing di bidang otomotif hal tersebut membuat iklan ini dinikmati oleh banyak penonton hingga terdapat 3 juta penonton di Youtube dalam kurun waktu 6 hari. Pada penelitian ini dapat memahami tanda tanda pada iklan dan bagaimana mitos dapat membuat makna. Metode padan penelitian ini merupakan kualitatif dengan pendekatan interpretatif dan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukan bahwa makna dari tanda-tanda pada iklan *"Retirement is about exploring your wide open future."* adalah pensiun merupakan kebebasan dari suatu pekerjaan dimana BMW dapat membawa kebebasan tersebut bahkan kepada Zetsche yang merupakan CEO Mercedes Benz.

This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional

Corresponding Author:
Aina Nisa F.P.S
Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR
Email: *20173030001@lspr.edu*

1. PENDAHULUAN

Iklan adalah semua bentuk penyampaian dan promosi ide, produk atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. [1]

Menurut Kotler (2012), iklan memiliki tujuan untuk membangun awareness pada suatu produk atau jasa yang dapat membantu penonton atau konsumen dalam membedakan suatu produk atau jasa tersebut dengan kompetitornya.

Pada 22 Mei 2019 BMW merilis iklan berjudul "Retirement is about exploring your wide open future." yang berisikan sebuah apresiasi atas hari pensiun Dieter Zetsche sebagai CEO Mercedes Benz, dengan sebuah plot twist pada akhir iklan dimana Zetsche berkendara keluar garasinya menggunakan mobil BMW i8 Roadster[2].

Dieter Zetsche mulai bekerja di Daimler Benz-AG sebagai perusahaan yang menaungi Mercedes Benz pada tahun 1976 sebagai Research Unit. Hingga pada tahun 2006 sampai 2019 Dieter Zetsche menjabat sebagai CEO dari Daimler AG[3][4].

BMW dan Mercedes Benz merupakan perusahaan otomotif yang berasal dari negara Jerman. BMW lahir pada tahun 1916, dan Mercedes Benz pada tahun 1926. Dengan tingginya kualitas dan banyaknya variasi produk dari masing-masing brand membuat BMW dan Mercedes Benz menjadi luxury brand hingga saat ini[5].

Dengan ketatnya persaingan yang dimiliki oleh kedua brand membuat iklan yang dihasilkan oleh BMW dinikmati oleh kedua penggemar. Hal ini dapat dilihat dari kolom komentar channel Youtube BMW sebagai media yang menyebarkan iklan. Selain itu baik BMW maupun Mercedes Benz sangat aktif membagikan informasi di media sosial Twitter. Ketika BMW membagikan iklan tersebut dengan menyertakan tagar #Mercedes menciptakan interaksi menyegarkan antar penggemar Mercedes Benz dan BMW tidak lupa akun Mercedes benz juga merespon positif iklan yang dibagikan oleh BMW tanpa mengurangi sikap kompetitif dari kedua brand[6][7].

Iklan BMW yang berjudul *"Retirement is about exploring your wide open future"* menjadi viral yaitu dengan mencapai 3 juta penonton di Youtube dalam waktu 6 hari.

Alasan penulis melakukan penelitian ini dikarenakan penulis terkesima dengan bagaimana BMW membuat iklan yang terkesan seperti iklan Mercedes Benz mengapresiasi CEO mereka yaitu Dieter Zetsche namun diakhir iklan terdapat plot twist bahwa iklan ini merupakan iklan BMW. Iklan yang sangat sederhana tetapi sangat menarik dan memberikan efek kejutan hingga menciptakan impresi terhadap BMW yang tidak terlupakan dibenak penonton.

2. KAJIAN TEORI

Barthes membedakan antara dua tingkat signifikansi yaitu makna 'denotatif' literal sebagai tingkat pertama yang disebutnya bentuk, dan makna kontekstual kultural konotatif yang terkait dengan mitos dan memasuki wilayah 'metabahasa' yang disebutnya konsep. [8]

Konsep semiotika yang dikemukakan Roland Barthes adalah tanda konotatif selain memiliki makna tambahan juga mengandung kedua bagian dari tanda denotatif yang mendasari keberadaannya. [9]

Pada konsep semiotika Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama berdasarkan apa yang kita rasakan secara harfiah dan dikaitkan dengan bahasa [9].

Kemudian konotasi adalah signifikansi tingkat kedua yang merupakan adanya makna dibentuk berdasarkan pemahaman, pengalaman dan pengetahuan yang kontekstual [9]

Signifikansi tingkat yang ketiga dalam kerangka Barthes adalah mitos dimana pemaknaan konotasi identik dengan operasi ideologi yaitu fungsi untuk mengungkapkan pembenaran dari nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu periode tertentu. [9]

Terdapat tiga dimensi dalam mitos yaitu, penanda, petanda dan tanda, mitos merupakan sistem pemaknaan tataran kedua di mana mitos dibangun melalui rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya, di dalam mitos terdapat pemaknaan sebuah petanda yang dapat memiliki beberapa penanda. [9].

Mitos dalam pemikiran Barthes merupakan hubungan antara bahasa dan makna atau antara penanda dan petanda. Dimana pembahasan dalam mitos merupakan pada wilayah pertandaan tingkat ke-dua atau pada tingkat konotasi bahasa. Konsep konotasi dalam Barthes adalah mendenotasikan sebuah mitos, dan mitos mempunyai konotasi terhadap ideologi tertentu. Berikut adalah peta tanda Roland Barthes :

Tabel 1. Peta Tanda Roland Barthes

<table>
<tr><td>1. Signifer
(Penanda)</td><td>2. Signified
(petanda)</td></tr>
<tr><td colspan="2">3. Denotative Sign
(Tanda Denotatif)</td></tr>
<tr><td>4. CONNOTATIVE SIGNIFIER
(PENANDA KONOTATIF)</td><td>5. CONNOTATIVE SIGNIFIED
(PETANDA KONOTATIF)</td></tr>
<tr><td colspan="2">6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)</td></tr>
</table>

Dalam peta tanda Roland Barthes pada Gambar.1 terlihat bahwa adanya penanda dan petanda di dalam tanda denotatif, lalu juga terdapat penanda dan petanda konotatif.

3. METODE PENELITIAN

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan interpretatif serta metode analisis semiotika Roland Barthes.

Subjektif dari dunia sosial dan dapat memahami kerangka berfikir objek yang sedang dipelajari merupakan fokus dari penelitian kualitatif interpretatif[10], dimana penelitian interpretatif memiliki fokus terhadap kompleksitas nalar manusia yang sifatnya reflektif untuk mengamati dunia sosial saat munculnya kejadian, sama seperti halnya dalam memaknai tanda-tanda yang diberikan pada iklan BMW.

Objek pada penelitian ini adalah iklan mobil BMW *"Retirement is about exploring your wide open future"*. Yang akan dibahas dalam penelitian ini merupakan audio, visual dan ekspresi non-verbal dalam video iklan tersebut. Maka akan didapatkan tanda atau makna denotasi, konotasi, mitos dan juga makna pesan dari iklan tersebut.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini menggunakan penelitian sebelumnya yang berjudul "Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Djarum 76 Versi "Caleg Cerdas-Otak Kosong""[11] sebagai referensi, untuk bagaimana menjelaskan petanda yang terdapat dalam iklan "Retirement is about exploring your wide open future."

4.1.Hasil Penelitian

Iklan "Retirement is about exploring your wide open future." menceritakan tentang Dieter Zetsche sebagai CEO Daimler AG yang merupakan induk dari Mercedes benz. Ketika Zetsche pensiun, BMW mengambil kesempatan emas tersebut untuk membuat iklan yang berjudul *"Retirement is about exploring your wide open future"*. Iklan tersebut menceritakan tentang hari terakhir Zetsche sebagai CEO dengan latar belakang kantor Mercedes Benz dimana semua staff memberikan apresiasi yang meriah dengan bertepuk tangan, mengambil foto, dan pemberian bunga untuk kerja keras Zetsche selama menjabat di Mercedes Benz. Salah satu staff menghantarkan Zetsche pulang ke kediamannya dan memberikan perpisahan hangat. Setelah itu Zetsche membuka pintu garasi dan mengendarai BMW i8 Roadster.

Iklan BMW menggiring penonton untuk memikirkan bahwa iklan tersebut adalah iklan Mercedes Benz , akan tetapi di akhir video penonton dikejutkan dengan Plot Twist yang menunjukkan bahwa iklan yang mereka tonton adalah iklan BMW. Hal ini merupakan langkah yang cerdik untuk mempertegas posisi brand BMW agar terlihat lebih unggul dari kompetitornya yaitu Mercedes Benz. Sindiran langsung tetapi dikemas dengan sentuhan apresiasi BMW terhadap Zetsche sebagai CEO dari Mercedes Benz yang selama ini memberikan kompetisi yang inspiratif kepada BMW membuat iklan tersebut menjadi tontonan yang mengejutkan, lucu, dan berani.

4.2.Pembahasan

Scene 1 (0.00-0.03 detik)

Gambar 1. Adegan 1

***Sign* (Penanda)**

Audio memutar backsound bertempo cepat untuk penghantar video. Badan talent pria meninggalkan kursi membuat kursi sedikit berputar. Tulisan yang tertera; The last day.

Denotasi

Dalam scene ini terdapat badan seorang pria yang meninggalkan kursi dengan cepat sehingga kursi tersebut bergerak lalu diikuti tulisan; The last day.

Konotasi

Menggambarkan hari akhir dengan meninggalkan jabatannya sebagai CEO Mercedes yang menjadi langkah baru bagi Zetsche.

Mitos

Dengan bergeraknya kursi memiliki makna bahwa hari tersebut sudah ditunggu-tunggu oleh Zetsche.

Scene 2 (0.03-0.10 detik)

Gambar 2. Adegan 2

***Sign* (Penanda)**

Audio backsound tetap stabil diikuti oleh tepuk tangan dari sedikit hingga banyak. Adanya adegan berjabat tangan. Para karyawan memberikan gerakan mendekati Zetsche. Logo Mercedes diperlihatkan. Terdapat karyawan yang mengajak Zetsche untuk swafoto.

Denotasi

Dalam scene ini diawali dengan munculnya suara tepuk tangan diikuti scene Zetsche berjabat tangan dengan rekannya lalu terdapat wide shot yang memperlihatkan seluruh karyawan yang berada di ruangan tersebut berdiri menghampiri Zetsche sambil bertepuk tangan. Dari awal wide shot sudah ditunjukan adanya logo Mercedes Benz. Terdapat dua karyawan yang mengajak Zetsche ber-swafoto disambut oleh rangkulan dan senyuman Zetsche ke arah kamera handphone dengan latar logo Mercedes Benz.

Konotasi

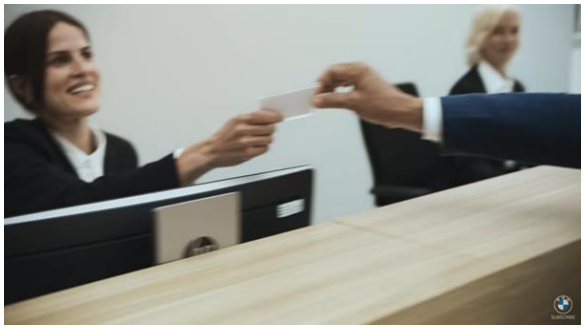
Diawali dengan backsound tepuk tangan dari sedikit hingga banyak memiliki makna apresiasi yang besar terhadap Zetsche sebagai CEO yang memimpin mereka. Pergerakan karyawan yang menghampiri Zetsche terlihat ingin menyemarakkan hari terakhir pemimpin mereka. Logo Mercedes Benz diperlihatkan dari kejauhan untuk menekankan kalau latar belakang iklan ini adalah iklan Mercedes Benz. Swafoto yang dilakukan oleh karyawan berusia lebih muda menandakan adanya perbedaan apresiasi dari semua kalangan yang berada di kantor Mercedes Benz. Disambut oleh rangkulan dan senyuman dari Zetsche yang menandakan bahwa ia seorang yang dinamis dan rendah hati karena tidak terdapat kecanggungan antar jabatan. Logo Mercedes Benz bertujuan untuk menekankan bahwa iklan yang ditampilkan adalah iklan Mercedes Benz.

Mitos

Dengan semakin banyaknya suara karyawan yang bertepuk tangan sambil menghampiri memiliki makna bahwa mereka sangat mengapresiasi Zetsche sebagai pimpinan yang dekat dihati mereka. Dengan ditunjukkannya logo Mercedes Benz memiliki makna apresiasi dari Mercedes yang khusus membuat iklan untuk hari pensiun Zetsche. Swafoto yang dilakukan oleh dua orang karyawan menunjukkan bahwa Zetsche merupakan figur yang penting dimana mereka ingin mengabadikan momen penting tersebut. Disambut oleh rangkulan dan

senyuman dari Zetsche yang melambangkan sikap rendah hati serta tidak ada batasan umur dan kelas sosial.

Scene 3 (0.11-0.18 detik)



Gambar 3. Adegan 3

***Sign* (Penanda)**

Audio backsound terus berlanjut. Pada detik ke 14 terdapat audio backsound yang membawa perasaan emosional semakin intens. Zetsche memberikan ID Card kepada resepsionis dan diterima oleh senyuman. Dilanjutkan oleh Zetsche melambaikan tangan ke arah luar area gedung dan dibukakan pintu untuk memasuki mobil Mercedes Benz. Saat mobil melaju, semua karyawan yang berada diluar gedung melambaikan tangan ke arah mobil yang membawa Zetsche. Terdapat Close-up shot dari sudut pandang Zetsche ke arah karyawan membalas lambaian mereka.

Denotasi

Dalam scene ini Zetsche memberikan ID Card kepada seorang resepsionis wanita dari Mercedes Benz dan kemudian ID Card tersebut diterimanya sambil tersenyum. Zetsche melambaikan tangan ke arah sisi gedung Mercedes sambil menganggukan kepala. Terdapat supir yang membuka pintu mobil bagian kursi penumpang untuk Zetsche lalu ia memasuki mobil kemudian supir menutup pintu mobil. Terdapat mobil Mercedes yang meninggalkan gedung dan terdapat karyawan lain di luar gedung yang melambaikan tangan ke arah mobil Zetsche. Transisi kamera sudut pandang dari dalam mobil, terdapat Zetsche melihat keluar jendela sambil membalas lambaian tangan karyawan diluar gedung.

Konotasi

ID Card merupakan salah satu atribut kantor, dengan Zetsche menyerahkan ID Card kepada resepsionis sebagai langkah terakhir dalam menyerahkan jabatannya memiliki makna bahwa Zetsche sudah menyelesaikan tugasnya selama ini sebagai CEO. Zetsche berpengaruh sangat besar untuk perkembangan Mercedes Benz. Mulai dari karyawan yang berada di dalam gedung hingga para montir yang berada di sisi gedung lain memberikan aspirasi mereka kepada Zetsche dengan melambaikan tangan tanpa henti. Disambut kembali oleh lambaian tangan Zetsche yang menggambarkan kerendahan hati dan kedekatan emosional antara Mercedes Benz dengan Zetsche.

Mitos

Dengan menyerahkan ID Card sebagai kewajiban terakhir (langkah penutupan) yang harus dilakukan sebelum meninggalkan Mercedes Benz memaknai Zetsche sudah menyelesaikan tugasnya hingga akhir sebagai CEO Mercedes Benz. Atas kerja keras Zetsche bertahun-tahun membuat ia dihormati oleh seluruh orang yang terlibat di Mercedes Benz. Sepertinya Zetsche merupakan CEO yang rendah hati dan dekat dengan karyawannya, hal ini ditandai dengan sikap para karyawan yang sangat mengapresiasi hari terakhir Zetsche sebagai CEO.

Scene 4 (0.19-0.21 detik)

Gambar 4. Adegan 4

***Sign* (Penanda)**

Shot gedung Mercedes Benz yang menjauh. Dari sudut pandang Zetsche yang melihat ke belakang posisi di dalam mobil. Terlihat logo gedung Mercedes yang menjauh.

Denotasi

Mobil berjalan menjauhi gedung dan kamera mengambil shot gedung Mercedes. Zetsche melihat ke arah gedung Mercedes yang ditinggalkannya. Mobil berjalan dan kamera mengambil shot logo Mercedes yang terdapat di atas gedung.

Konotasi

Kamera shot gedung Mercedes diikuti dengan Zetsche melihat ke arah belakang (gedung Mercedes) menggambarkan rasa haru Zetsche meninggalkan Mercedes Benz. Logo Mercedes yang berada diatas gedung menggambarkan pencapaian Zetsche sebagai CEO dalam membangun Mercedes Benz.

Mitos

Gerakan mobil yang meninggalkan gedung Mercedes Benz serta Zetsche yg melihat kebelakang menunjukkan perasaan Zetsche yang dekat dengan Mercedes Benz. Dengan penekanan logo Mercedes Benz di puncak gedung menunjukkan bahwa brand Mercedes Benz melambung tinggi. Zetsche membangun Mercedes Benz menjadi sangat besar dan kuat sebagai luxury brand.

Scene 5 (0.22 - 0.29 detik)

Gambar 5. Adegan 5

***Sign* (Penanda)**

Transisi kamera ke arah sisi jalan dari jendela mobil dengan adanya pepohonan dan cahaya matahari. Saat sampai tujuan Zetsche berjabat dan melambaikan tangan kepada sopir. Sopir pergi dari Zetsche sambil mengendarai mobil Mercedes diikuti dengan Zetsche melihat mobil Mercedes pergi.

Denotasi

Dalam scene ini terdapat shot kamera ke arah luar jendela dalam perjalanan yang terdapat perumahan dan pepohonan.

Zetsche berjabat tangan kepada sopir yang mengantarnya lalu melambaikan tangan kepada sopir yang sedang berjalan ke arah kursi pengendara mobil, kemudian Zetsche melihat mobil tersebut hingga pergi meninggalkan rumah Zetsche.

Konotasi

Perjalanan pulang menggambarkan Zetsche sedang mengenang rutinitasnya pada saat bekerja di Mercedes Benz.

Sopir sebagai representatif dari Mercedes Benz menunjukkan apresiasi terakhir dengan menghantarkan Zetsche pulang ke kediamannya dengan aman dan nyaman. Jabatan tangan dari sopir melambangakan penghormatan yang diberikan oleh Mercedes Benz kepada Zetsche selaku CEO mereka selama ini.

Zetsche melihat mobil perusahaan meninggalkan kediamannya menggambarkan sikap menerima perubahan.

Mitos

Dalam perjalanan dari kantor Mercedes ke rumah Zetsche memaknai ia mengenang perjalanan tersebut di hari pensiun dia karena belum tentu dia akan melewati rute tersebut pada masa yang akan datang.

Dengan fasilitas sopir dan kendaraan yang diberikan oleh Mercedes Benz kepada Zetsche sebagai bentuk apresiasi mereka kepada CEO nya membuat Zetsche selalu nyaman menjadi bagian dari Mercedes Benz.

Ketika mobil perusahaan meninggalkan kediamannya, Zetsche melihat hingga mobil tersebut menghilang dari pandangannya. Hal ini menunjukkan Zetsche terharu tetapi siap untuk meninggalkan zona nyamannya selama ini.

Scene 6 (0.30-0.39 detik)

Gambar 6. Adegan 6

***Sign* (Penanda)**

Transisi layar hitam dengan backsound kicauan burung dan suara garasi terbuka diikuti dengan tulisan “Free at last”, terdapat Mobil Mercedes di dalam garasi namun Zetsche keluar garasi mengendarai BMW i8 Roadster dengan backsound bersemangat diikuti detail tulisan penjelasan BMW i8 Roadster.

Denotasi

Transisi layar hitam menggambarkan aba-aba untuk ke scene berikutnya

Backsound kicauan burung serta terbukanya pintu garasi dengan munculnya tulisan “Free at last.” Terdapat mobil Mercedes klasik berwarna hitam terparkir di garasi Zetsche.

Zetsche mengendarai mobil BMW berwarna tembaga keluar dari garasi dan melaju dengan kencang.

Terdapat penjelasan detail berupa tulisan di bagian bawah video terkait mobil yang dikendarai Zetsche, yaitu BMW i8 Roadster beserta keterangan bahan bakarnya

Konotasi

Transisi layar hitam menunjukkan aba-aba perubahan di dalam kehidupan Zetsche diiringi oleh suara kicauan burung yang bermakna langkah baik atau menyambut kenikmatan baru atas masa pensiunnya sebagai CEO.

Pada scene ini merupakan titik balik untuk para penonton iklan ini dengan munculnya tulisan “Free at last” yang berarti “bebas pada akhirnya” kemudian diikuti dengan terbukanya garasi dan terdapat mobil Mercedes seri klasik akan tetapi Zetsche keluar dari garasi dengan mengendarai mobil BMW i8 Roadster, maka dalam scene ini memiliki makna bahwa BMW dapat membawa kebebasan berekspresi karena Zetsche tergolong sebagai pria lanjut usia

dapat mengendarai mobil sports trendy berwarna mencolok yang identik dengan gaya hidup generasi muda

Namun BMW tidak lupa untuk menaruh detail dari perangkat seri mobil i8 Roadster mereka.

Mitos

Audio dari kicauan burung menandakan dimulainya hari baru dan kebebasan, dengan adanya audio kicauan burung kemudian munculnya tulisan "Free at last" yang berarti "bebas pada akhirnya" kemudian Zetsche keluar garasi mengendarai BMW i8 Roadster bermakna akhirnya dengan pensiunnya Zetsche sebagai CEO Mercedes ia dapat dengan bebas mengendarai BMW i8 Roadster.

Scene 7 (0.40-0.42 detik)

Gambar 7. Adegan 7

***Sign* (Penanda)**

Transisi scene layar hitam dengan terdapat tulisan "Thank you, Dieter Zetsche, for so many years of inspiring competition."

Denotasi

Transisi ke layar hitam kemudian terdapat tulisan "Thank you, Dieter Zetsche, for so many years of inspiring competition." dengan effect fade in.

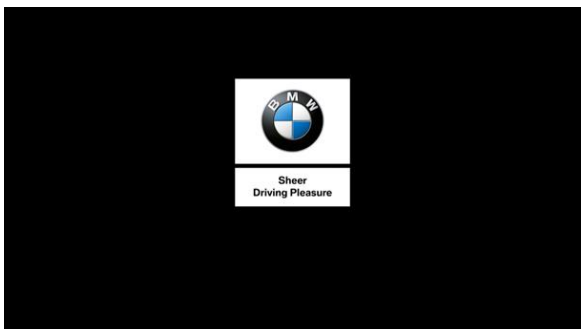
Konotasi

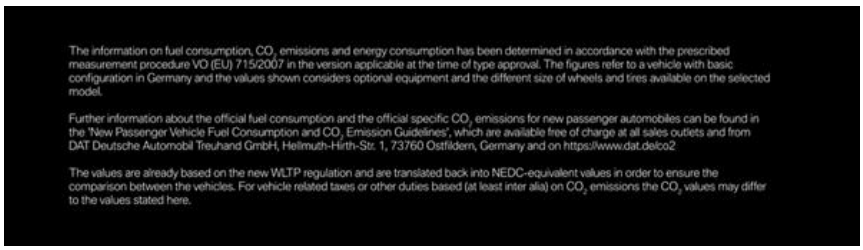
BMW mengakhiri iklan mereka dengan layar hitam dan munculnya tulisan berwarna putih yang membawa penonton untuk fokus membaca pesan mereka. Pesan yang dimunculkan memiliki makna ucapan terimakasih BMW kepada Dieter Zetsche untuk kompetisi yang menginspirasi selama bertahun-tahun. Pesan ini ditujukan BMW sebagai bentuk apresiasi mereka terhadap Zetsche dalam membangun brand kompetitor yaitu Mercedes Benz.

Mitos

Ditujukan agar penonton fokus membaca pesan di akhir iklan, BMW benar-benar berterima kasih kepada Dieter Zetsche karenanya Mercedes Benz menjadi brand unggulan dan tanpa disadari Zetsche juga menginspirasi BMW untuk berkembang.

Scene 8 (0.43-0.53 detik)





Gambar 8. Adegan 8

***Sign* (Penanda)**

Detik 45 backsound memudar dengan muncul logo BMW serta tulisan "Sheer Driving Pleasure". Informasi detail BMW terhadap bahan bakar ramah lingkungan.

Denotasi

Dalam detik 45 backsound memudar kemudian muncul logo BMW serta tulisan "Sheer Driving Pleasure" dan diakhiri dengan informasi detil BMW terhadap bahan bakar ramah lingkungan.

Konotasi

Sebagai akhir dari iklan BMW menampilkan logo dan tagline nya untuk mempertegas bahwa tontonan ini adalah iklan BMW.

Mitos

BMW menunjukkan bahwa akhirnya mereka tetap lebih baik dari Mercedes Benz diikuti dengan munculnya tagline yang berarti "Kenikmatan Berkendara Semata" yang menjadi inti dari keseluruhan iklan ini. BMW menegaskan posisi mereka berada diatas Mercedes Benz

5. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian terhadap 8 scene iklan BMW dengan judul "Retirement is about exploring your wide open future." di tahun 2019, yang disampaikan di atas maka makna dari iklan ini adalah :

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam iklan BMW *"Retirement is about exploring your wide open future"*. Iklan ini adalah bentuk ucapan terima kasih dari BMW kepada Dieter Zetsche sebagai CEO Mercedes Benz yang memulai masa pensiunnya, dengan adanya teks "Free at last" diakhir iklan diikuti oleh terbukanya garasi, Zetsche keluar mengendarai mobil BMW dapat dimaknai secara konotasi bahwa masa pensiun merupakan masa kebebasan seseorang di hidupnya, BMW menekankan jika brand BMW identik dengan kebebasan

Terkait makna secara mitos, BMW menunjukan bahwa jika ingin memiliki kebebasan berkendara maka BMW merupakan pilihan yang tepat. Status Zetsche sebagai CEO Mercedes Benz tidak menjadi jaminan bahwa Mercedes Benz selalu menjadi pilihannya.

Berikutnya pesan yang terkandung dalam iklan BMW *"Retirement is about exploring your wide open future"* adalah pensiun merupakan akhir dan awal suatu era. Zetsche pensiun sebagai CEO Mercedes Benz lalu mengucapkan selamat tinggal kepada rekan-rekan kerjanya, ia diantar ke kediamannya dan bebas dari tekanan dalam menjalankan suatu perusahaan otomotif besar. Perayaan kebebasan Zetsche ditandai dengan ia mengeluarkan mobil BMW dari garasinya lalu melaju dengan kencang.

Dengan BMW membuat iklan untuk mengucapkan terima kasih kepada Zetsche sebagai CEO Mercedes Benz, BMW mengakui bahwa Mercedes merupakan kompetitor yang sangat berpengaruh untuk perkembangan BMW. Pada akhir iklan tersebut BMW mengucapkan terima kasih dengan teks "Thank you, Dieter Zetsche, for so many years of inspiring competition." menunjukan adanya persaingan sehat antara BMW dan Mercedes Benz. Dibalik bentuk apresiasi dan terima kasih BMW terhadap Dieter Zetsche sebagai CEO dari brand kompetitor Mercedes Benz, BMW menegaskan bahwa pada akhirnya BMW tetap berada di atas Mercedes Benz sebagai sebuah brand.

6. DAFTAR PUSTAKA

[1] G. M. Armstrong, S. Adam, S. M. Denize, M. Volkov, and P. Kotler, *Principles of*

Marketing. Pearson Australia, 2017.
[2] BMW, "Retirement is about exploring your wide open future.," *BMW Official Youtube*, 2019. https://www.youtube.com/watch?v=9rx7-ec0p0A.
[3] "Dr. Dieter Zetsche. CEO 2006 - 2019," *Mercedes-Benz Group*. https://group.mercedes-benz.com/company/tradition/ceos/zetsche.html?r=dai.
[4] Mercedes-Benz official website, "Mercedes-Benz Corporate history.," 2022. https://www.mercedes-benz.com/en/classic/history/corporate-history/.
[5] Bavarian Motor Works, "How the BMW name was created | BMW.com," *Statista*, 2019. https://www.bmw.com/en/automotive-life/BMW-name-meaning-and-history.html.
[6] "(20) BMW on Twitter_ _Retirement is when you can leave your past behind and embrace your future." .
[7] "BMW's Tribute To Mercedes-Benz CEO On Retirement Is As Funny As It's Touching," *NDTV*, 2019. https://www.ndtv.com/offbeat/bmws-tribute-to-mercedes-benz-ceo-on-retirement-is-as-funny-as-its-touching-2044043.
[8] A. O. Sitanggang, "The meaning of advertising 'Aqua Life' in the semiotic perspective of Roland Barthes," *Int. J. Multi Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 9–21, 2020, [Online]. Available: https://multisciencejournal.com/index.php/ijm/article/view/3/2.
[9] M. S. Cendekia, *FILM DAN DAKWAH: MEMAHAMI REPRESENTASI PESAN-PESAN DAKWAH DALAM FILM MELALUI ANALISIS SEMIOTIK*. MEDIA SAHABAT CENDEKIA, 2019.
[10] J. S. Albi Anggito, *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
[11] I. D. . Silitonga, "ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN PADA IKLAN DJARUM 76 VERSI 'CALEG CERDAS-OTAK KOSONG,'" vol. 1, no. 2, pp. 1–19, 2019.