

MAKNA IKLAN JEPANG Z 会 (Z-KAI) MELALUI TANDA VERBAL DAN TANDA NONVERBAL DENGAN PENDEKATAN SEMIOTIKA

Theresa Sunjaya

Egidia Ikkasavitri

Dwiki Ari Prasetyo

Adela Rizka Putri Ratida

Rahadiyan Duwi Nugroho

Program Studi Sastra Jepang Fakultas Sastra

Universitas Dr. Soetomo

Email: theresa@gmail.com

Artikel diterima
Bulan Juli
2021

Proses review
Bulan Agustus
2021

Disetujui
tanggal 31
Agustus 2021

Diterbitkan
bulan Oktober
2021

Abstrak: Semiotika adalah studi mengenai tanda. Dalam semiotika, tanda dibagi menjadi dua, yaitu tanda verbal, tanda yang berupa kata dan struktur linguistik, dan tanda nonverbal, tanda yang berupa gambar dan isyarat. Iklan adalah salah satu objek yang kedua macam tandanya saling mengikat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan arti tanda verbal dan tanda nonverbal serta makna yang muncul dalam iklan Zoushinkai atau Z-Kai keluaran tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Dari analisis data dapat diketahui pada iklan Z-Kai memiliki arti pada tanda verbal dan tanda nonverbal. Arti tanda verbal yang ditemukan adalah ajakan dan metode pembelajaran yang dimiliki Z-Kai. Sedangkan, tanda nonverbal menceritakan perjalanan hidup seorang pemuda dalam iklan tersebut yang penuh dengan tantangan untuk menuju universitas yang dipilihnya. Makna dari iklan Z-Kai ini menceritakan mengenai kualitas pembelajar dalam Z-Kai dan pengaruh Z-Kai kepada pembelajarnya.

Kata kunci: iklan, semiotika, tanda nonverbal, tanda verbal, Z-Kai

Abstract: *Semiotics is the study of signs. In this study, signs are divided into two types, namely verbal signs, such as signs in the form of words and linguistic structures, and nonverbal signs, such as signs in the form of images and gestures. An advertisement is an object that has its two types of signs intertwined. This study aims to describe and discover the meaning of verbal signs and nonverbal signs, as well as the message that appears in the Zoushinkai or Z-Kai's advertisement released in 2018. This study uses a descriptive qualitative method. From the data analysis, it can be concluded that the Z-Kai advertisement has meanings in verbal signs and nonverbal signs. Verbal signs signify an invitation and learning method implemented by Z-Kai. Meanwhile, nonverbal signs represent a narrative of a young man shown in the advertisement that is filled with challenges to get to the university he chooses. The messages of this Z-Kai advertisement tells about the influence of Z-Kai on the learners and their quality.*

Keywords: *advertisement, semiotics, nonverbal sign, verbal sign, Z-Kai*

PENDAHULUAN

Bahasa adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi. Bahasa dapat digunakan pada iklan yang berupa lisan maupun tulisan, seperti yang terdapat pada televisi, koran, majalah, maupun *website*. Bahasa adalah salah satu unsur yang muncul pada iklan. Periklanan merupakan bentuk pengumuman publik yang dimaksudkan untuk mempromosikan penjualan komoditas atau jasa spesifik, atau untuk menyebarkan sebuah pesan sosial atau politik (Danesi, 2011: 294).

Salah satu contoh iklan adalah iklan pendidikan yang berjudul 「ハードモードを選ぶ、きみへ。」 Long Ver. (“*Haado moodo wo erabu, kimi e.*” Long Ver., “Kami memilih mode susah, untukmu.” Versi Panjang’) tahun 2018 dari perusahaan Zoushinkai (株式会社増進会) atau yang biasa disebut Z-Kai (Z 会). Perusahaan ini adalah perusahaan bisnis dalam bidang pendidikan. Perusahaan ini memberikan servis pendidikan kepada anak-anak di Jepang maupun pelajar internasional melalui kursus maupun *learning center* dengan menggunakan buku paket buatan perusahaan pribadi (Z-Kai Inc., 1).

Dalam iklan, tentunya terdapat unsur bahasa yang digunakan untuk berpromosi maupun memberi pengumuman. Secara ilmu kebahasaan, untuk mengungkapkan makna dari suatu iklan diperlukan bidang ilmu yang disebut dengan linguistik. Linguistik adalah ilmu yang menjadikan bahasa sebagai objek kajiannya, atau sebuah telaah ilmiah mengenai bahasa manusia (Martinet, dalam Chaer, 2007:1-2). Namun, selain adanya unsur kata, frasa maupun klausa tertentu sebagai unsur bahasa yang tampil dan disesuaikan dengan konteksnya, iklan juga mengandung gambar, simbol, dan tanda sebagai penguat maksud dari iklan tersebut seperti ekspresi wajah atau gestur tubuh, warna, dan pakaian. Oleh sebab itu, tim penulis berpendapat bahwa agar analisis iklan dapat dilakukan secara maksimal, unsur tanda selain bahasa tidak dapat dipisahkan.

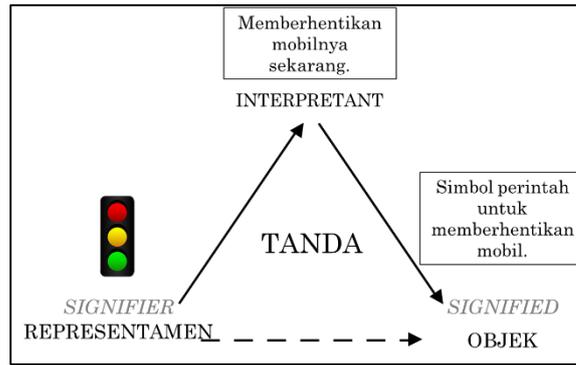
Semiotika merupakan studi tentang bagaimana suatu masyarakat menghasilkan makna dan nilai-nilai dalam suatu sistem komunikasi (Danesi, 2011:13). Berbeda dengan ilmu komunikasi yang berfokus kepada

studi teknis mengenai cara pesan disalurkan, semiotika lebih memperhatikan makna pesan dan cara pesan disampaikan melalui tanda-tanda. Objek yang diteliti dalam studi ini adalah tanda. Tanda adalah sesuatu yang merepresentasikan sesuatu yang lain. Tanda yang dimaksud adalah segala sesuatu, seperti warna, objek, isyarat, kedipan mata, rumus matematika, dan lain-lain. (Danesi, 2011:6).

Dalam teori semiotika modern, tanda konvensional dibagi menjadi dua, yaitu tanda verbal dan tanda nonverbal. Tanda verbal merupakan tanda yang berupa kata dan struktur linguistik lainnya seperti frasa, klausa, dan lain-lain. Di sisi lain, tanda nonverbal merupakan gambar dan isyarat (Agustinus, dalam Danesi, 2011:10). Pada tanda verbal, akan digunakan penggambaran tanda menurut Saussure. Sedangkan, pada tanda nonverbal, akan digunakan penggambaran tanda menurut Peirce.

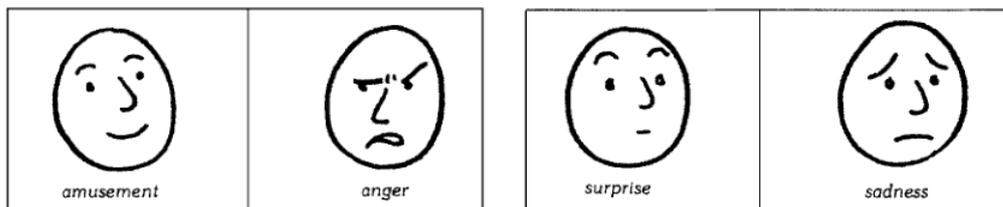
Saussure mengungkapkan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari kehidupan tanda-tanda dalam masyarakat. Bahasa adalah sebuah sistem tanda yang menunjukkan ide, yang dapat dibandingkan dengan sistem tulis menulis, alfabet bagi orang tuna rungu dan tuna wicara, ritus simbolik, rumus politik, sinyal militer, dan sebagainya. Namun, sistem tanda inilah yang merupakan hal terpenting dari sistem-sistem tersebut (Saussure, dalam Danesi, 2011:11). Tanda digambarkan menjadi struktur biner yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier* merupakan hal yang berwujud fisik yang menandakan *signified*, sesuatu konsep yang ditandakan.

Peirce (dalam Danesi, 2011:32) mengemukakan bahwa tanda merupakan struktur yang cenderung “dimotivasi” oleh suatu bentuk simulasi. Tanda yang berwujud fisik disebut sebagai *representament* (representamen), sedangkan konsep, gagasan, atau arti yang diacu tanda tersebut merupakan *object* (objek). Selain itu, makna (impresi, kognisi, perasaan, dan seterusnya) yang diperoleh si pelihat dari sebuah tanda disebut *interpretant* (interpretan). Ketiga hubungan antarkonsep ini disebut dengan konsep *triadic* (triadik).



Bagan 1. Konsep *Triadic* Peirce yang telah dimodifikasikan dengan unsur *signified* dan *signifier* oleh Saussure.

Dalam menganalisis tanda, tim penulis merasa perlu menggunakan referensi-referensi lain agar penelitian dapat bersifat maksimal. Salah satunya adalah bahasa tubuh, kode pakaian, dan makna warna. Pertama, bahasa tubuh adalah istilah umum yang digunakan untuk mengindikasikan komunikasi melalui isyarat postur, dan sinyal serta tanda tubuh lainnya. Salah satu contohnya adalah ekspresi.



Bagan 2. Ekspresi wajah

Untuk mengetahui makna ekspresi yang bersangkutan, wajah dapat dibagi menjadi beberapa komponen seperti posisi alis, bentuk mata, bentuk mulut, ukuran lubang hidung, dan seterusnya. Seperti pada contoh gambar di atas, ekspresi wajah pada kolom *amusement*, *anger*, *surprise*, dan *sadness* dapat disebut sebagai ‘terhibur’, ‘marah’, ‘terkejut’, dan ‘sedih’ dikarenakan posisi komponen-komponen pada wajah. Persepsi atau wajah berguna sebagai penyedia keberadaan diri atau persona. Oleh karena itu, terkadang ekspresi memiliki arti konotasi dalam menggambarkan identitas orang (Danesi, 2011:60).

Bentuk-bentuk komunikasi melalui tubuh ini dapat dilakukan secara sadar maupun tidak. Bahasa tubuh meliputi kebiasaan berpenampilan rapi, gaya rambut dan berpakaian, dan praktik-praktik seperti tato dan tusuk badan (Danesi, 2011:61). Hal-hal yang telah disebutkan ini menyampaikan informasi berupa identitas, hubungan, pikiran seseorang, suasana hati, motivasi, dan sikap yang secara tidak terucapkan.

Kedua, pakaian merupakan tanda yang mewakili hal-hal seperti kepribadian, status sosial, dan karakter keseluruhan si pemakai. Oleh karena itu, muncullah istilah yang dinamakan dengan kode pakaian. Kode pakaian tidak dapat lepas dari tren sosial dan pergerakan politik. Kode pakaian yang menggambarkan memiliki makna konotasi ini mempunyai hubungan yang relevan atas jati diri maupun suasana sekitar. Contohnya, orang-orang memakai baju hitam pada saat upacara pemakaman menandakan orang tersebut sedang berduka cita, sedangkan orang yang mengenakan pakaian secara bebas di tempat umum menandakan orang tersebut adalah individu yang percaya diri. Pakaian juga dapat menandakan status sosial seseorang seperti sopir bus, kurir pos, perawat, polisi, dan sebagai yang mempunyai seragam sendiri-sendiri sebagai tanda atas pekerjaan mereka (Danesi, 2011:210).

Ketiga, warna dapat menjadi tanda nonverbal yang mendorong orang untuk cenderung memerhatikan rona warna yang disandikan tanda (Danesi, 2011:84). Di seluruh dunia, warna memiliki makna konotatif secara universal maupun bagi negara sendiri. Warna mempunyai makna denotatif maupun konotatif secara inderawi maupun emosional. Contohnya, warna merah dapat dianggap sebagai hasrat, semangat, kemenangan, ketegasan, tenaga, tantangan, kepemimpinan maupun kejengkelan, kepameran, ketidaksabaran, maupun dianggap hawa intimidasi kepada pihak lain (Akane, 2018:1). Warna hitam menggambarkan malam, gagal, laki-laki, kekerenan, kegelapan, sesuatu yang buruk, dan sebagainya. Sedangkan, warna putih menggambarkan kesederhanaan, ruang kosong, keawalan, dewa/ketuhanan, beras, angsa, kehampaan, masa depan, dan sebagainya.

Penelitian mengenai kajian semiotika pada iklan, sebelumnya pernah dibahas oleh Kinanthi dari Universitas Dr. Soetomo pada tahun 2017 yang berjudul *Makna Iklan Honda Freed Versi Honda Sensing Keluaran Tahun 2017 Lewat Tanda Lingual dan Visual* dalam jurnal *Ayumi* terbitan tahun 2017. Pada penelitian tersebut, telah diteliti arti dan peran tanda visual dan lingual dalam mengungkap makna pada iklan Honda *Freed*. Pendekatan dari penelitiannya menggunakan pendekatan semiotika Pierce yang meliputi tanda-interpretasi-objek, dan pendekatan semiotika Saussure yang meliputi konsep penanda-petanda. Hasil dari penelitian tersebut adalah arti warna-warna yang digunakan dalam iklan Honda *Freed* mendominasi tanda visual, bahwa aspek warna melekat pada bodi mobil dan *background* pada cuplikan iklan Honda *Freed*, dan tanda lingualnya merupakan kalimat informatif yang mengacu pada fitur terbaru yang dimiliki oleh Honda *Freed*.

Sesuai dengan uraian di atas, maka dibuatlah rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa arti tanda-tanda verbal yang muncul dalam iklan Z-Kai keluaran tahun 2018?
2. Apa arti tanda-tanda nonverbal yang muncul dalam iklan Z-Kai keluaran tahun 2018?
3. Apa makna iklan Z-Kai keluaran tahun 2018?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan arti serta makna tanda verbal dan nonverbal yang muncul dalam iklan pendidikan Z-Kai yang berjudul 「ハードモードを選ぶ、きみへ。」 Long Ver. (*“Haado moodo wo erabu, kimi e.”* Long Ver., “Kami memilih mode susah, untukmu.” Versi Panjang’) keluaran tahun 2018. Sedangkan, manfaat penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Secara teoretis, manfaat penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman pembaca tentang makna iklan Z-Kai keluaran tahun 2018 dengan teori semiotika. Sedangkan, secara praktis, pembaca

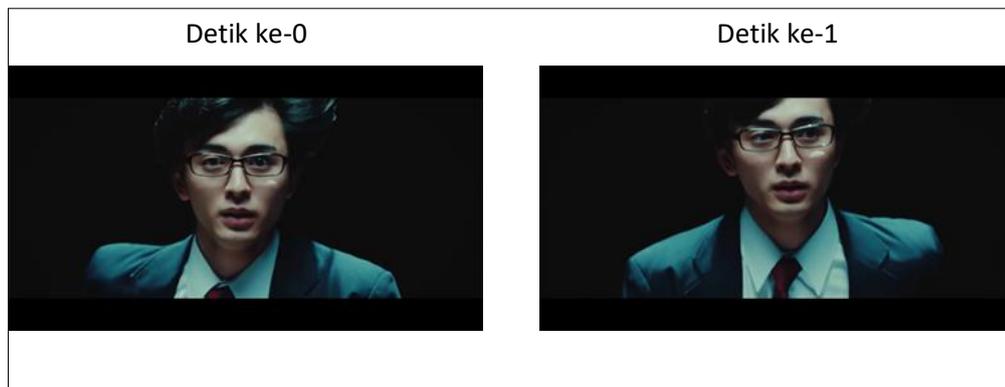
dapat memahami arti tanda verbal, nonverbal, dan makna iklan Z-Kai keluaran tahun 2018 beserta makna iklannya.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif disebut juga dengan metode penelitian deskriptif (Bogdan & Biskin, dalam Djajasudarma, 2010:10). Metode ini bertujuan untuk menghasilkan deskripsi yang faktual dan akurat mengenai data serta hubungan-hubungan fenomena yang diteliti. Sedangkan, sumber data yang dipakai adalah iklan Jepang Z-Kai yang berjudul 「ハードモードを選ぶ、きみへ。」 Long Ver. (*“Haado moodo wo erabu, kimi e.” Long Ver., “Kami memilih mode susah, untukmu.” Versi Panjang*) yang diunggah oleh pengguna Youtube bernama zkaipr pada tanggal 26 November 2018 (Zkaipr, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa hasil yang akan dijabarkan di bawah ini.

1. Data 1



Gambar 1. Detik ke-0 sampai 1

a) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang yang mengenakan baju layaknya	→	Menggambarkan bahwa orang tersebut bekerja sebagai pegawai atau merupakan orang penting.

	seorang pegawai.		
2.	Orang yang menatap ke depan.	→	Menggambarkan bahwa orang tersebut sedang bergerak ke depan.
3	Orang dengan ekspresi mulut terbuka sedikit, alis ke atas, dan mata sedikit terbelalak.	→	Menandakan bahwa orang tersebut sedang terkejut atau kebingungan.
4	Latar belakang hitam.	→	Menandakan bahwa orang tersebut berada dalam kegelapan.
5	Orang menatap ke sebelah kirinya.	→	Menandakan bahwa orang tersebut sedang melirik suatu hal.

b) Makna Data 1

Detik ke-0 sampai detik ke-1 menunjukkan seseorang yang mungkin merupakan orang penting sedang bergerak maju. Orang tersebut sedang memasang ekspresi yang kebingungan. Lalu, orang tersebut melirik ke sebelah kirinya.

2. Data 2



Gambar 2. Detik ke-2 sampai 5

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	溶けて当たり前の 問題か <i>Tokete atarimae no mondai ka</i> 'Pertanyaan yang mudah dijawab,'	→	Menggambarkan soal yang mudah.
2.	溶けたら気持ちい い問題か <i>Toketara kimochi ii mondai ka</i> 'Atau pertanyaan yang jika dijawab akan membuat perasaan senang?'	→	Menggambarkan soal yang susah.

b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Warna putih pada papan.	→	Menggambarkan bahwa soal tersebut merupakan soal yang sederhana dan hampa.
2.	Orang yang memindahkan pandangannya ke kanan.	→	Menandakan bahwa orang tersebut memalingkan pandangan untuk melihat hal lain.
3.	Warna merah pada papan.	→	Menggambarkan bahwa soal tersebut merupakan

			soal yang mengintimidasi dan menantang.
4.	Orang tersebut tersenyum ke kanan.	→	Menandakan bahwa orang tersebut lebih tertarik dengan hal yang berada di kanannya.

c) Makna Data 2

Detik ke-2 sampai detik ke-5 menunjukkan bahwa orang tersebut sedang melihat dua soal. Soal yang berada di kanannya merupakan soal yang mudah dan merupakan hal yang normal jika dapat menyelesaikannya, sedangkan soal yang berada di kanannya merupakan soal yang menantang dan jika seseorang dapat menyelesaikannya, maka orang tersebut akan merasa senang. Orang itu pun tersenyum dan merasa lebih tertarik dengan soal yang menantang itu.

3. Data 3



Gambar 3. Detik ke-8 sampai 11.

a) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang yang berlari maju.	→	Menandakan bahwa orang tersebut sudah menentukan pilihannya akan soal yang akan diambilnya.
2.	Orang yang berbelok ke arah kanan.	→	Menandakan bahwa orang tersebut memilih soal yang menantang.
3.	Orang yang menerobos melewati papan merah dan terus berlari.	→	Menandakan bahwa walaupun sudah (dapat) menyelesaikan soal tersebut, orang itu masih terus berlari maju melanjutkan perjalanannya.

b) Makna Data 3

Detik ke-8 sampai detik ke-11 menunjukkan bahwa orang itu langsung menentukan pilihannya dikarenakan gerakan yang terus maju. Orang itu pun lalu berbelok ke arah kanan untuk memilih soal yang menantang. Orang itu langsung menerobos papan merah yang berarti bahwa orang tersebut dapat menyelesaikan soal itu.

4. Data 4



Gambar 4. Detik ke-11 sampai 12.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	知識を詰め込んで 終わりか <i>Chishiki wo tsumekonde owari ka</i> 'Setelah mengumpulkan ilmu, berhenti (menuntut ilmu).'	→	Dari kesesuaian urutan narasi yang telah ditunjukkan pada detik ke-2 dan ke-5, papan putih menandakan pilihan yang membuat orang tersebut selesai menuntut ilmu baru.

b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang yang terus berlari dengan kecepatan yang sama.	→	Menandakan bahwa orang tersebut masih bersemangat melanjutkan perjalanannya walaupun di depan terlihat masih ada papan.

2.	Kacamata hitam yang terjatuh.	→	Menggambarkan bahwa bagian dari diri orang tersebut hilang usai mengerjakan soal yang menantang.
3.	Lantai putih.	→	Lantai sebagai pijakan yang berwarna putih dapat menggambarkan bahwa orang tersebut sedang dalam perjalanan menuju masa depan.

c) Makna Data 4

Detik ke-11 sampai detik ke-12 menunjukkan bahwa orang tersebut masih bersemangat untuk melanjutkan perjalanannya. Kacamata hitam yang terjatuh dapat menandakan bahwa setelah orang tersebut menyelesaikan soal sebelumnya, pekerjaan, kepribadian, atau sifatnya telah berubah. Di depannya, terdapat papan putih yang menandakan jika memilih papan tersebut, maka ia akan berhenti menuntut ilmu pada masa depannya.

5. Data 5



Gambar 5. Detik ke-14 sampai 16.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	<p>知識を生かせるま で訓練するか <i>Chishiki wo ikaseru made kunrensuru ka</i> 'Terus bekerja dengan menggunakan pengetahuan.'</p>	→	<p>Dari kesesuaian urutan narasi yang telah ditunjukkan, narasi menunjukkan papan merah jika dipilih, maka yang memilih akan terus bekerja dengan menggunakan pengetahuan yang sudah didapatnya.</p>

b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Papan merah.	→	Hal yang menantang dan mengintimidasi.
2.	Papan putih.	→	Hal yang sederhana dan mudah.

c) Makna Data 5

Detik ke-14 sampai detik ke-16 menunjukkan orang tersebut terus menerus menerobos papan merah. Hal ini menandakan bahwa orang tersebut lebih memilih hal yang lebih menantang dan mengintimidasi. Narasi menceritakan bahwa orang tersebut lebih memilih untuk terus bekerja dengan mempraktikkan pengetahuannya daripada selesai menuntut ilmu.

6. Data 6



Gambar 6. Detik ke-16 sampai 17.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	得意なことをやるか <i>Tokui na koto wo yaruka</i>	→	Menandakan papan putih merupakan pilihan kepada orang itu untuk melakukan sesuatu yang sudah

	'Melakukan sesuatu yang dikuasai.'		dikuasai oleh orang tersebut.
2.	苦手なことをやるか <i>Nigate na koto wo yaru ka</i> 'Atau, melakukan sesuatu yang tidak dikuasai.'	→	Menandakan papan merah merupakan pilihan kepada orang itu untuk melakukan sesuatu yang tidak dikuasai oleh orang tersebut.

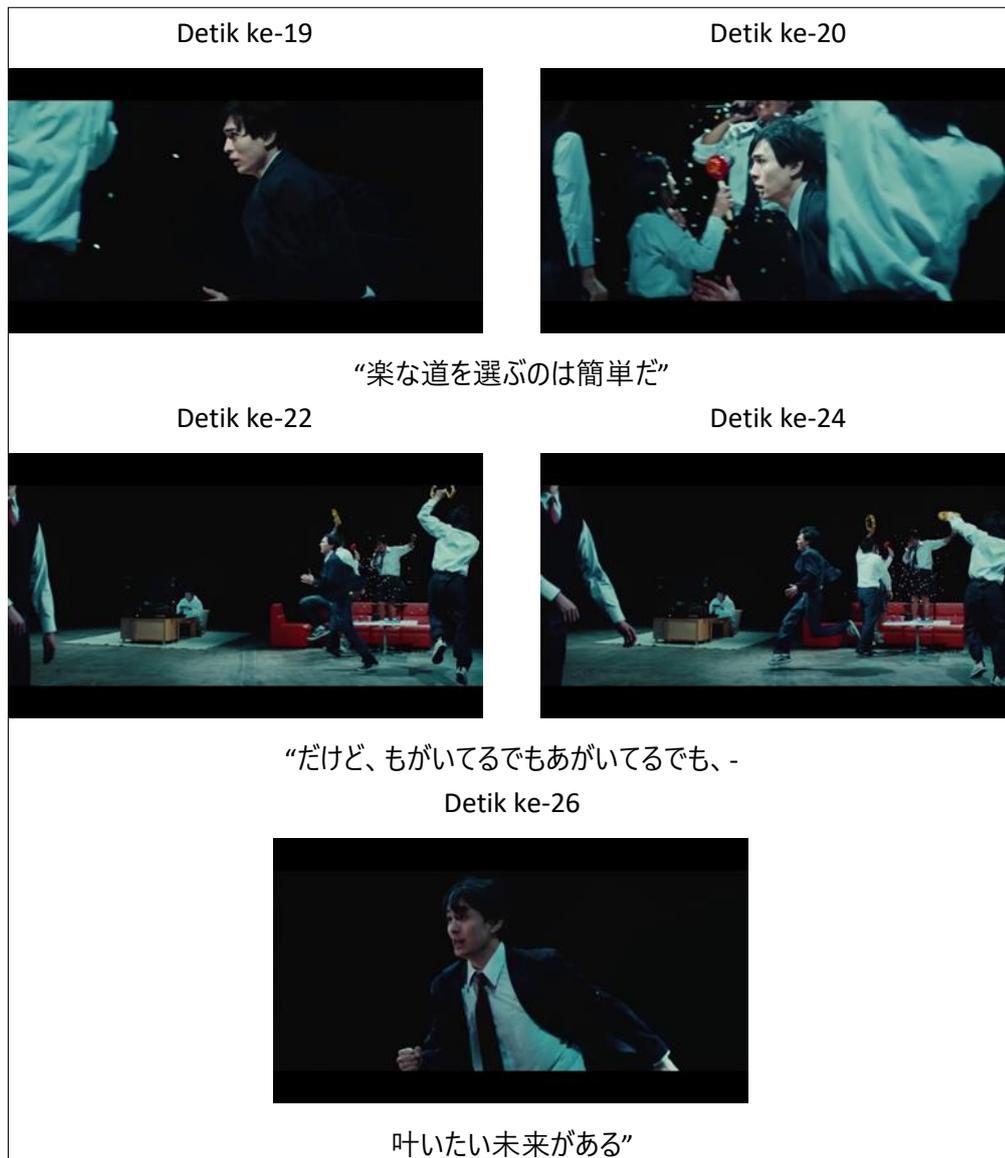
b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang tersebut terus berlari memilih papan merah.	→	Menandakan bahwa orang tersebut masih terus bersemangat melanjutkan perjalanannya menuju masa depan.
2.	Papan putih.	→	Hal yang sederhana dan mudah.
3.	Papan merah.	→	Hal yang menantang dan mengintimidasi.

c) Makna Data 6

Detik ke-16 sampai detik ke-17 menunjukkan bahwa orang tersebut masih bersemangat. Di depannya masih ada papan merah yang menandakan pilihan untuk melakukan hal yang tidak dikuasainya dan papan putih yang menandakan pilihan untuk melakukan hal yang telah dikuasainya. Orang itu tetap memilih papan merah.

7. Data 7



Gambar 7. Detik ke-19 sampai 26.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	<p>楽な道を選ぶのは 簡単だ</p> <p><i>Raku na michi wo erabu n owa kantan da</i></p>	→	<p>Menggambarkan “jalan yang menyenangkan” sebagai orang-orang yang bersenang-senang, menjalani hubungan</p>

	'Memilih jalan yang menyenangkan itu mudah.'		romantis, dan bermalasma-lasan.
2.	<p>だけど、もがいてるでもあがいてるでも、叶いたい未来がある</p> <p><i>Dakedo, mogaiteiru demo, agaiteiru demo, kanitai mirai ga aru</i></p> <p>'Namun, walaupun sampai berjuang atau mengais pun, masa depan yang diinginkan pasti ada.'</p>	→	Menandakan bahwa walaupun orang tersebut tidak menghiraukan sekitarnya dan tetap berusaha berlari, maka masa depan yang diinginkannya akan tercapai.

b) Tanda Nonverbal

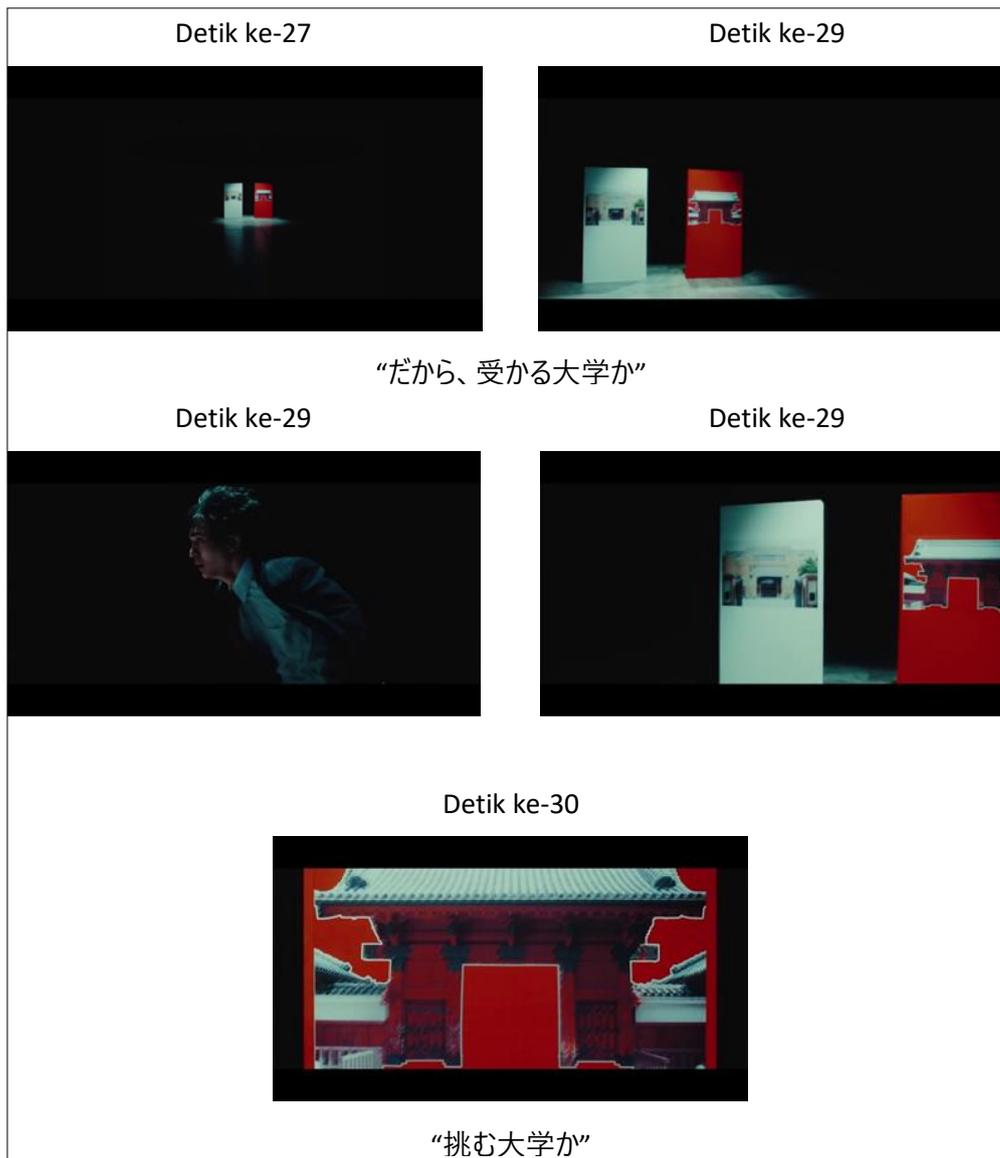
No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang pertama terus berlari maju tanpa menoleh.	→	Menandakan bahwa orang pertama tidak menghiraukan sekitarnya dan terus berlari menuju masa depannya sendiri.
2.	Orang-orang di sekitarnya yang sedang melompat-lompat.	→	Menandakan orang-orang yang sedang bersenang-senang.

3.	Sofa merah.	→	Menandakan sofa yang dipamerkan.
4.	Alat musik kuning.	→	Menandakan alat musik yang bersifat kekanak-kanakan.
5.	Orang yang sedang bermain game.	→	Menandakan orang yang sedang bermalas-malasan.
6.	Pria yang sedang berdiri memakai baju sopan dengan seorang wanita yang memeluk lengannya.	→	Menandakan orang yang sedang dalam hubungan romantis.
7.	Orang pertama dengan ekspresi alis ke atas, mulut terbuka sedikit.	→	Menandakan ekspresi kelelahan, bersemangat, serta berharap.

c) Makna Data 7

Detik ke-19 sampai detik ke-26 menunjukkan bahwa orang tersebut tidak menghiraukan pengaruh sekitarnya. Walaupun orang-orang di sekitarnya sedang bersenang-senang, bermalas-malasan, dan dalam hubungan romantis, orang itu masih terus berjuang untuk mencapai masa depannya. Orang itu masih berlari mengejar cita-citanya dengan ekspresi penuh harap.

8. Data 8



Gambar 8. Detik ke-27 sampai 30.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	だから、受かる大学か <i>Dakara, ukaru daigakuka</i>	→	Universitas yang biasa.

	'Karena itu, universitas yang meluluskan.'		
2.	挑む大学か <i>Nidomu daigakuka</i> 'Atau universitas yang menantang.'	→	Universitas yang elite.

b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Tembok berwarna merah.	→	Menandakan suatu tantangan yang besar di dalamnya atau menandakan sesuatu yang berbahaya.
2.	Tembok berwarna putih.	→	Menandakan suatu kehampaan atau tantangan yang sedikit lebih kecil atau nyaris tidak ada.
3.	Orang yang berlari dengan cepat dan terlihat terfokus pada tembok berwarna merah.	→	Menandakan bahwa orang itu menginginkan sesuatu yang lebih menantang.

c) Makna Data 8

Pada data tersebut, menunjukkan bahwa orang itu dihadapkan kepada dua pilihan, yaitu ingin menempuh jalan yang menantang atau jalan yang datar saja.

9. Data ke 9



Gambar 9. Detik ke-30 sampai 36.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	ぬるい人生か、暑い人生か <i>Nurui jinseika, atsui jinseika</i>	→	Memilih kehidupan yang hampa atau kehidupan yang penuh dengan tantangan.

	'Kehidupan yang pelan, atau kehidupan yang panas.'		
--	--	--	--

b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang tersebut memakai baju <i>casual</i> berwarna hitam.	→	Menandakan bahwa orang tersebut sedang terikat dengan sebuah instansi.
2.	Ekspresi wajah cemas dan berteriak.	→	Menandakan bahwa orang tersebut merasa khawatir atau ketakutan pilihannya, namun ia berusaha meyakinkan dirinya dengan cara berteriak.
3	Orang yang menerobos tembok dan temboknya runtuh.	→	Menandakan bahwa orang tersebut telah berhasil melewati tantangannya dengan baik.
4.	Orang yang memakai baju biasa/ <i>casual</i> .	→	Menandakan bahwa orang itu sudah terlepas dari instansi yang terikat dengannya.
5.	Orang dengan senyum yang lebar dan mendongak ke atas.	→	Menandakan bahwa orang tersebut sangat senang dan lega. Kemudian penanda "mendongak ke atas" merupakan tanda bahwa orang itu sedang melihat-

			lihat atau membayangkan segala hal yang telah dilaluinya.
6.	Bunga sakura.	→	Menandakan musim semi. Pada musim semi, universitas di Jepang akan memulai pembelajaran.

c) Makna Data ke 9

Pada saat orang tersebut masih terikat dengan sebuah instansi, ia terlihat melintasi sebuah tantangan (besar/final) dan berhasil melewatinya dengan baik. Setelah melewati sebuah tantangan tersebut, ia terlihat sangat senang dan tersirat perasaan yang lega dari ekspresinya. Pada saat itulah ia sudah terbebas dari instansi tersebut yang ditandai oleh sebuah baju yang *casual*.

10. Data ke 10



Gambar 10. Detik ke-41 sampai 51.

a) Tanda Verbal

No.	Penanda	Interpretasi	Petanda
1.	<p>ハードモードを選 ぶ、君へ <i>Haado moodo wo erabu, kimi e</i> 'Kami memilih mode susah, untukmu.'</p>	→	Z-Kai memiliki strategi yang terbaik untuk penonton.
2.	<p>本気の受験に、本 気の問題、本気の 添削 <i>Honki no juken ni, honki no mondai, honki no tensaku</i> 'Tes yang serius, pertanyaan yang serius, pengoreksian yang serius.'</p>	→	Metode yang digunakan Z-Kai dalam melakukan pembelajaran.
3.	<p>東大合格者 3 人に 1 人が Z 会 <i>Toudai goukakusha sannin ini hitori ga Z-kai</i> 'Satu dari tiga orang yang lulus <i>University of Tokyo</i> adalah dari Z-Kai.'</p>	→	Z-Kai merupakan instansi yang dapat mengantarkan seseorang pada universitas yang ternama.

5.	難関大学をめざす なら <i>Nankandaigaku wo mezasu nara</i> 'Untuk menuju universitas yang elite.'	→	Z-Kai membantu melewati tahap selektivitas dari universitas yang elite.
6.	実績がちがう <i>Jisseki ga chigau</i> 'Hasil yang berbeda.'	→	Metode belajar menentukan hasil penonton.

b) Tanda Nonverbal

No.	Representamen	Interpretasi	Objek
1.	Orang yang terus berlari.	→	Menandakan bahwa walaupun sudah menyelesaikan tantangan besar, orang itu masih terus berlari maju melanjutkan perjalanannya.
2.	Latar belakang putih.	→	Menandakan kata-kata yang diutarakan berguna untuk masa depan.
3.	Tulisan biru.	→	Menandakan kata-kata yang diutarakan dapat dipercaya dan merupakan bagian dari informasi perusahaan.
4.	Latar belakang biru.	→	Menandakan fakta yang diutarakan merupakan

			informasi yang berkaitan dengan perusahaan.
5.	Tulisan putih.	→	Menandakan fakta yang diutarakan merupakan sebuah langkah awal, yaitu untuk memasuki kuliah.
6.	Orang yang berlari ke arah tembok merah.	→	Orang tersebut terus berlari melanjutkan perjalanannya yang baru dengan tantangan baru.

c) Makna Data 10

Data ini menunjukkan mengenai metode atau kualitas dari perusahaan Z-Kai. Telah ditunjukkan bahwa Z-Kai akan mendidik pembelajarnya dengan cukup keras agar pembelajarnya dapat lolos ke universitas ternama.

KESIMPULAN

Arti tanda verbal pada iklan Z-Kai ini secara langsung mengajak penonton untuk bergabung dengan perusahaan pendidikan Z-Kai yang mendidik pembelajarnya dengan cara yang serius dengan memberi soal yang sulit serta menantang. Sedangkan, tanda nonverbal menandakan perjalanan hidup seorang pemuda dalam iklan yang penuh dengan tantangan untuk menuju universitas yang dipilihnya. Tanda nonverbal dalam iklan Z-Kai didominasi oleh warna hitam, putih dan merah. Warna hitam yang terdapat pada pakaian seorang laki-laki pada iklan tersebut melambangkan sebuah instansi yang terikat. Sedangkan warna hitam yang menjadi latar belakang iklan tersebut melambangkan kegelapan. Warna putih pada tembok melambangkan kehampaan, serta warna putih pada latar belakang lantai menggambarkan masa depan. Kemudian, warna merah pada sebuah tembok melambangkan tantangan.

Makna dari iklan Z-Kai ini menceritakan mengenai sikap pembelajar yang bergabung dengan perusahaan Z-Kai ini tidak takut dan tidak ragu untuk memilih sebuah tantangan soal yang sulit yang digambarkan melalui papan berwarna merah. Selain itu, Z-Kai menjanjikan masa depan yang rapi dan segar atau fresh. Metode pembelajaran yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut mampu membawa pembelajarnya lolos universitas yang elite dan ternama.

DAFTAR PUSTAKA

- Akane. (2018). 色が持つ意味～色の基本～. akaneiro.me.
- Chaer, A. (2007). Linguistik Umum. PT RINEKA CIPTA.
- Danesi, M. (2011). Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Jalasutra.
- Djajasudarma, F. (2010). METODE LINGUISTIK: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian. PT Refika Aditama.
- Z-Kai Inc. (n.d.). Company Profile. zkai.co.jp.
- Zkaipr. (2018). 【Z会】高校生向けコース「ハードモードを選ぶ、きみへ。」 Long Ver. youtube.com.

