

Implementasi *Brand Placement* melalui Media Film

¹Anisa Nur

¹Ilmu Komunikasi, Komunikasi Bisnis, Universitas Islam Bandung

E-mail: ¹richaanisa@gmail.com

(Nomer WA Corresponding Author: 089656356392)

Abstract. *The study entitled Implementation of Brand Image Through Movie Media: Semiotic Analysis Concerning to Brand BMW in Movie Mission: Impossible –Rogue Nation. This study aims to see the implementation of brand image through the medium of movie Mission: Impossible –Rogue Nation. The analytic process were using a model of Roland Barthes. The data were obtained from the movie Mission: Impossible –Rogue Nation produced by Paramount Pictures, Hollywood, United States. The Object of this study focused on the visual aspects of the movie Mission: Impossible –Rogue Nation. From these aspects it was concluded that BMW car has a high speed car image, capable of agile maneuver, reliable, high-tech, safe for the occupants, and also has the upper middle market. Researcher concluded that the movie Mission: Impossible –Rogue Nation successfully implemented the brand image of BMW.*

Kata kunci: *Brand Image, Movie, Implementation*

INTRODUCTION

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Carl I. Hovland mengungkapkan bahwa ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2002 :10).

Komunikasi juga tidak berbicara mengenai penyampaian pesan-pesan saja, komunikasi juga berbicara mengenai semiotika, Semiotika dari Roland Barthes. berpendapat, bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu, dalam waktu tertentu (Sobur, 2003). Semiotika atau dalam istilah Barthes adalah semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*Humanity*) memaknai hal-hal (*Things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Dalam konsep Barthes, tanda Konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2003).

Dalam perkembangan media komunikasi masa sekarang ini, film menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan. Film sebagai salah satu jenis media massa yang menjadi saluran berbagai macam gagasan, konsep, serta dapat memunculkan dampak dari penayangannya. Ketika seseorang melihat sebuah film, maka pesan yang disampaikan oleh film tersebut secara tidak langsung akan berperan dalam pembentukan persepsi seseorang terhadap maksud pesan dalam film. Dikatakan oleh (Mcquail, 2011) bahwa sebuah film dinilai memiliki sebuah pengaruh yang besar bagi *audience*, oleh karena itu penempatan produk-produk dalam *scene* tertentu yang menggambarkan keadaan, karakter tokoh dalam film dan setting tempat, waktu maupun budaya dalam sebuah film dianggap dapat menyampaikan pesan komunikasi dengan lebih baik dan nyata.

Strategi komunikasi pemasaran ini termasuk dalam komunikasi pemasaran subminal *advertising* dengan menggunakan media televisi. Khususnya dalam film, *brand placement* yang terdapat dalam film tentu akan berbeda dengan iklan yang dengan khusus melakukan promosi mengenai produk tersebut. Dalam film, *brand placement* ditentukan

sesuai dengan alur cerita sehingga penempatan produk (*brand placement*) melalui film memunculkan persepsi-persepsi tersendiri di benak para *audience*. Salah satu film hollywood yang menggunakan *brand placement* dalam filmnya adalah Film Mission: Impossible- Rogue Nation.

Film Mission: Impossible- Rogue Nation adalah salah satu film hollywood yang masuk dalam kategori box office. Film ini menceritakan tentang seorang agen yang melakukan sebuah misi. Dalam misinya tersebut sang agen yang notabene adalah karakter utama dalam film ini menggunakan beberapa mobil dengan merek BMW. Film ini dipilih sebagai objek penelitian karena pada film tersebut muncul produk BMW dan merek-merek terkenal sebagai bagian dari upaya promosi. Intensitas kemunculan BMW lebih sering dibandingkan dengan merek produk lainnya, karena BMW digunakan sebagai alat transportasi paling utama dalam adegan film tersebut. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pengetahuan terhadap penempatan merek (*brand placement*) dalam sebuah film yang tidak hanya mempengaruhi tingkat penjualan produk, tetapi juga mempunyai peran dalam menciptakan dan mempertahankan *brand image* bagi produk itu sendiri.

METHOD



Penelitian dilakukan menggunakan metode studi semiotika. Metode semiotika yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotik Roland Barthes sebagai alat dalam menganalisis film dalam pembuatan jurnal ini.

RESULTS AND DISCUSSION

Terdapat beberapa *sequence* yang akan di analisis dari film Mission: Impossible-Rogue Nation ini dengan konsepsi pemikiran Barthes. Semiotik yang dikasi oleh Barthes antara lain membahas apa yang menjadi makna denotatif dalam suatu objek, apa yang menjadi makna konotatif dalam suatu objek, juga apa yang menjadi mitos/ideologi dalam suatu objek yang kita teliti.

Analisis Makna Denotatif Implementasi *Brand Image* dalam Film Mission Impossible : Rogue Nation

TABEL 1. Makna denotatif pada *Sequence* ke-1 Durasi Gambar 53:30” – 53:34”

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 53:30”	
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 53:34”	




Sequence pertama makna diawali dengan gambar pertama dimana sebuah mobil berwarna *silver* yang berjalan mendekati sebuah helikopter yang akan mendarat pada helipad lalu dilanjutkan dengan gambar kedua seorang pria berpakaian rapih lengkap dengan jas, kemeja dan dasi yang sesuai dengan warna jas keluar dari mobil dengan membawa sebuah map menghampiri seseorang yang akan turun dari helikopter.

TABEL 2. Makna Denotatif pada *Sequence* ke-2 Durasi Gambar 1:13:14” – 1:13:43”

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:13:15”	

Pada gambar berikutnya dalam adegan di Maroko, adegan bermula pada saat dua orang pria hendak mengejar seseorang menggunakan mobil. Ketika kedua aktor tersebut menyalakan mobil dan hendak mengejar orang tersebut, kamera diarahkan pada ban mobil yang berputar sangat cepat. Makna denotatif dari gambar tersebut adalah kecepatan mobil tersebut yang membuatnya berjalan dari kondisi diam dengan sangat cepat. Hal ini membuat mobil melaju dengan cepat mengejar orang tersebut.

TABEL 3. Makna Denotatif pada *Sequence* ke-3 Durasi Gambar 1:13:35”- 1:16:33”

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:13:35”	
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 1:14:19”	
Gambar ke- 3 pada durasi gambar 1:15:57”	

Adegan yang tergambar dari menit 1:13:35”- 1:16:33” menunjukkan sebuah mobil yang melaju kencang mengejar kendaraan lain dan juga dikejar oleh sekelompok orang menggunakan motor. Dari beberapa cuplikan adegan yang penulis cantumkan dalam tabel 3 dapat dilihat sebuah mobil berwarna silver yang sedang melaju kencang pada jalanan Maroko yang tidak terlalu lebar dan cukup padat dengan kendaraan. Pada gambar pertama terlihat sebuah mobil yang menuruni anak tangga. Gambar kedua dan ketiga menunjukkan sebuah mobil BMW silver yang menghantam beberapa kendaraan di jalanan Maroko.

TABEL 4. Makna Denotatif pada *Sequence* ke-4 Durasi Gambar 1:15:26”- 1:15:56”

Timeline	Video
----------	-------

Gambar ke- 1 pada durasi gambar
1:15:26”



Gambar ke- 2 pada durasi gambar
1:15:56”








Pada cuplikan gambar dalam tabel 4, kita dapat melihat sebuah mobil dan beberapa motor. Mobil BMW *silver* melakukan aksi sideway driving pada jalanan sempit di Maroko. Mobil tersebut berhasil melakukan aksi tersebut sementara beberapa motor yang mengejar tidak dapat menghindar dan menabrak.

TABEL 5. Makna Denotatif pada *Sequence* ke-5 Durasi Gambar 1:15:51”

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:15:51”	

Pada tabel 5 terdapat *screenshot* sebuah layar kecil dalam mobil yang menunjukkan keadaan visual dibelakang mobil yang direkam oleh sebuah kamera yang terpasang pada belakang mobil. Dalam layar tersebut selain terekam gambar beberapa motor yang mengejar mobil, juga terlihat gambar mobil dengan bagian belakang berwarna merah dan dilanjutkan dengan warna kuning dan hijau yang mengidentifikasi sebuah sensor yang terpasang pada mobil.

TABEL 6. Makna Denotatif pada <i>Sequence</i> ke-6 Durasi Gambar 1:16:14” – 1:16:33	Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:16:14”		
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 1:16:21”		
Gambar ke- 3 pada durasi gambar 1:16:24”		
Gambar ke- 4 pada durasi gambar 1:16:29”		
Gambar ke- 5 pada durasi gambar 1:16:33”		

Tabel berikutnya memiliki lima gambar yang mengidentifikasi sebuah kemanan atau *safety* dalam berkendara pada mobil BMW. Gambar pertama menunjukkan sebuah mobil BMW yang menabrak sebuah pagar yang kemudian menghantam area parkir dan jatuh berguling beberapa kali. Pada gambar kedua terlihat sebuah *airbag* terbuka untuk melindungi pengguna kendaraan tersebut dan pada gambar terakhir menunjukkan sebuah mobil yang terbalik bersama dua orang pengemudi didalamnya. Dalam gambar terakhir, kedua pengemudi tersebut selamat dan menderita luka ringan walau mobil yang dikendarainya sudah menabrak dan terguling beberapa kali pada jalanan area parkir.

Analisis Makna Konotatif Implementasi *Brand Image* dalam Film *Mission Impossible : Rogue Nation*

TABEL 7. Makna Konotatif pada *Sequence* ke-1 Durasi Gambar 53:30"-53:34"



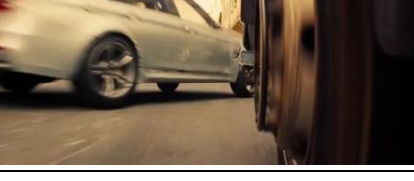
Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 53.30"	
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 53.34"	

Dalam *Sequence* ini dijelaskan pada gambar ke- 1 terdapat objek yang menjadi penanda yang terdapat dalam kelanjutan film yang menjadi sebuah kesatuan yaitu mobil BMW (gambar 1) dan seorang agen penegak hukum dengan berpakaian rapih dan lengkap dengan jas dan dasi keluar dari mobil BMW tersebut menghampiri helikopter yang akan mendarat.

Seperti dalam gambar diatas, gambar pertama menunjukkan mobil BMW *silver* yang terlihat bersih dengan kondisi yang baik di dukung dengan bunyi mesin mobil yang mulus menunjukkan bahwa mobil BMW bukanlah mobil dengan kualitas yang buruk. Gambar kedua seorang agen penegak hukum dengan berpakaian rapih turun dari mobil tersebut dengan membawa map. Menurut Wilson dalam artikelnya yang berjudul *The Return of The Interview Suit* (New York Times, 2002) orang yang mengenakan *suit* atau jas menunjukkan bahwa orang tersebut memiliki citra yang terhormat. Wilson juga menegaskan bahwa sebagian besar pria di Amerika mengenakan jas untuk bekerja karena dirasa lebih pantas dan menibulkan citra terhormat. Seorang pria yang turun dari mobil tersebut adalah agen penegak hukum dan terlihat membawa map. Secara konotatif pria tersebut ingin memunculkan citranya sebagai seorang pria dengan citra terhormat dengan cara menggunakan jas pada saat dia bekerja. Kedua gambar diatas menunjukkan seorang pria terhormat yang sedang bertugas dan di dukung dengan sebuah mobil yang bagus sebagai kendaraannya saat dia bertugas.

Secara tidak langsung, BMW sebagai perusahaan mobil yang mana produknya digunakan pada film *Mission: Impossible- Rogue Nation* ingin menggiring *mindset* penonton bahwa BMW mempunyai sebuah produk yang baik dan berkelas. Didukung oleh *statement* Wilson dalam artikelnya yang berjudul *The Return of The Interview Suit* (New York Times, 2002) mengenai seorang pria terhormat yang menggunakan jas, maka pada film tersebut, mobil BMW yang dipakai disandingkan dengan pria yang mengenakan jas sebagai simbol pria terhormat.

TABEL 8. Makna Konotatif pada *Sequence* ke-3 Durasi Gambar 1:13:35"-
1:16:33"

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:13:35"	
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 1:14:19"	
Gambar ke- 3 pada durasi gambar 1:15:57"	

Dalam *sequence* berikutnya, terdapat objek yang menjadi penanda yang terdapat dalam adegan mobil yang melaju pada jalanan Maroko. Potongan gambar pertama yang berupa tangga dan mobil yang menuruni anak tangga merupakan penanda pertama yang menunjukkan *reliable* sebuah mobil BMW. Sebuah tangga yang merupakan sebuah konstruksi yang dirancang untuk menghubungkan dua tingkat vertikal yang memiliki jarak satu sama lain yang dirancang untuk pejalan kaki, namun kali ini dalam adegan yang tergambar dalam gambar pertama, sebuah mobil dengan kencang menuruni anak tangga tersebut.

Pada *sequence* kedua dan ketiga, terdapat tiga penanda yang menunjukkan makna konotatif pada gambar tersebut. Penanda pertama adalah mobil BMW *silver*, penanda kedua dan ketiga adalah sebuah truk dan mobil sedan berwarna abu muda. Ketiga penanda tersebut dapat diasumsikan sebagai makna konotatif sebuah mobil yang *reliable* dimana sebuah mobil BMW *silver* tetap dapat melaju kencang setelah menabrak kedua kendaraan tersebut dengan kencang.

Ketiga gambar tersebut memiliki makna konotatif yang sama yaitu sebuah mobil yang *reliable* dimana mobil yang sedang berjalan menuruni anak-anak tangga, kemudian juga tersenggol dinding jalanan yang sempit, lalu mobil ini diperlihatkan menabrak truk pada bagian spakbor namun masih dapat berjalan dengan kondisi yang baik. Dalam adegan di gambar 1 kita bisa melihat mobil ini berjalan pada keadaan yang tidak mungkin yaitu menuruni tangga hingga anak tangga terakhir tetapi mobil ini masih bisa berjalan seperti biasanya. Pada gambar 2 mobil ini melewati jalanan yang cukup sempit yang dibatasi oleh dinding batu. Mobil harus bermanuver hingga bodinya menyenggol dinding jalan dan mobil. Di gambar 3 kita bahkan melihat karakter dalam film ini terpaksa menghantam mobil ke truk yang melintas agar terhindar dari peluru. Teknik pengambilan gambar untuk adegan ini masih menggunakan teknik *Framing* dimana kamera mengambil gambar tanpa menggerakannya namun cukup objek yang dituju yang bergerak.

Selain citra produk yang elegan dan menawarkan *performance* pada kecepatannya, perusahaan BMW pun ingin menunjukkan citranya yang lain yaitu produknya yang *reliable*. Dengan beberapa potongan gambar dari film *Mission: Impossible- Rogue Nation*, dengan tehnik *framing* yang tepat dapat memunculkan sebuah citra produk yang *reliable*. Ketiga

potongan gambar diatas dapat menjadi sebuah gambaran sebuah produk yang *reliable* dengan adanya sebuah simbol-simbol yang memunculkan makna konotatif sebuah produk yang *reliable* dimana mobil yang digunakan masih melaju dengan baik walaupun sudah menghantam dan dihantam mobil dan benda lainnya.

TABEL 9. Makna Konotatif pada *Sequence* ke-4 Durasi Gambar 1:15:26”-1:15:56”

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:15:26”	
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 1:15:56”	

Potongan gambar diatas yang merupakan penanda konotatif sebuah makna sebuah mobil yang memiliki *performance* yang unggul. *Performance* yang lebih unggul dibanding mobil-mobil lainnya yaitu dapat bermanuver dengan baik walaupun dalam sebuah jalan yang sempit. Gerakan sideway driving di jalanan yang sempit yang dilakukan pengendara BMW *silver* tersebut cukup membuktikan bahwa mobil tersebut memiliki kelebihan dibanding mobil lainnya. BMW M3 merupakan versi sport dari mobil BMW seri-3 biasa. Mobil ini dibuat dengan material yang lebih ringan namun tetap rigid. Dengan material yang lebih ringan membuat mobil ini lebih mudah untuk bermanuver. Tekhnik pengambilan gambar yang digunakan adalah teknik follow shot dimana gerakan kamera mengikuti objek yang bergerak.

Dengan tehnik follow shot yang digunakan, BMW berhasil menyampaikan pesan atau citra yang diinginkan yaitu sebuah mobil yang mempunyai *performance* yang baik dalam bermanuver dengan baik. Dengan kedua gambar diatas yang menjadi sample dari film Mission: Impossible- Rogue Nation, produsen BMW berhasil memunculkan citranya bahwa BMW M3 memiliki kelebihan bermanuver dengan baik. Kedua gambar diatas menunjukkan sebuah *action* dua buah mobil yang kejar-kejaran pada sebuah jalan kecil yang mengharuskan mobilnya melakukan beberapa manuver. Bila BMW tidak memiliki *performance* bermanuver yang baik, maka aksi ini tidak akan berjalan dengan baik.

TABEL 10. Makna Konotatif pada *Sequence* ke-5 Durasi Gambar 1:15:51”

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:15:51”	





Gambar dalam tabel 10 menunjukkan ada dua penanda. Penanda pertama adalah layar dalam mobil dan kedua adalah sebuah gambar mobil dengan warna merah, kuning, hijau pada layar tersebut. Makna konotatif dari gambar adalah mobil BMW memiliki fitur

yang canggih. Fitur canggih yang tersemat dalam mobil ini yaitu kita dapat mengetahui hal apa yang terjadi atau apa yang berada pada belakang mobil BMW yang dikendarai hanya dengan melihat pada layar kecil yang terpasang pada bagian *dashboard* mobil.

Fitur lainnya adalah fitur sensor yang dapat memudahkan kita untuk mengetahui seberapa dekat mobil yang kita kendarai dengan benda atau kendaraan lain yang ada di belakang. Warna merah, kuning dan hijau yang terdapat pada layar mempunyai makna sebagai seberapa dekat mobil kita dengan benda ataupun kendaraan yang berada di belakang. Semakin dekat sebuah benda dengan mobil BMW yang kita kendarai, maka sensor akan menunjukkan warna merah. Menurut Heller dalam bukunya yang berjudul *Psychologie de la couleur- effets et symboliques* menjelaskan bahwa merah adalah warna internasional tanda berhenti karena hubungannya yang universal dengan bahaya dan peringatan. Maka dari itu semakin dekat benda dengan mobil maka sensor yang menyala akan berwarna merah. Meskipun tidak sepenuhnya seperti di film, fitur canggih mobil BMW M3 ini termasuk banyak. Fitur-fitur ini menjamin kenyamanan dan keselamatan penumpang di dalamnya.

Simbol yang digunakan pada film *Mission: Impossible- Rogue Nation* yang mana itu adalah sebuah monitor yang menunjukkan gambar yang terjadi pada belakang mobil dan sebuah mobil yang memiliki warna merah, kuning, dan hijau pada bagian belakang mobil menunjukkan sebuah teknologi yang tinggi. Teknologi yang dimunculkan pada film *Mission: Impossible- Rogue Nation* tidak dimiliki semua mobil. Teknologi ini hanya dimiliki oleh beberapa produsen mobil salah satunya adalah BMW. Jadi, hanya dengan satu gambar pada potongan film *Mission: Impossible- Rogue Nation*, cukup menunjukkan pada khalayak atau penonton bahwa BMW memiliki teknologi yang canggih.

TABEL 11. Makna Konotatif pada *Sequence* ke-6 Durasi Gambar 1:16:14” – 1:16:33

Timeline	Video
Gambar ke- 1 pada durasi gambar 1:16:14”	
Gambar ke- 2 pada durasi gambar 1:16:21”	
Gambar ke- 3 pada durasi gambar 1:16:24”	
Gambar ke- 4 pada durasi gambar 1:16:29”	

Gambar ke- 5 pada durasi gambar 1:16:33”



Tabel terakhir untuk makna konotasi memiliki lima gambar sebagai pendukung makna konotasi bahwa mobil BMW memiliki tingkat keamanan yang sangat tinggi sehingga membuat pengendara BMW menjadi lebih nyaman dalam berkendara. Terdapat empat penanda yang muncul dalam tabel ini. Penanda pertama adalah mobil yang menabrak pagar. Penanda kedua adalah mobil yang terguling pada jalanan. Penanda ketiga adalah *airbag* mobil yang mengembang ketika terjadi tabrakan atau hantaman yang keras pada mobil. Penanda yang terakhir adalah dua pengendara BMW yang selamat setelah terjadi kecelakaan yang hebat pada saat mengendarai mobil.

Dari keempat penanda tersebut, secara konotasi dapat disimpulkan bahwa mobil BMW mempunyai tingkat keamanan yang tinggi bahkan di dalam kondisi di mana mobil harus membentur dari jarak yang jauh hingga berguling namun pengendaranya dapat selamat dari kejadian tersebut. Meskipun menggunakan material yang lebih ringan, bukan berarti unsur keselamatan menjadi menurun. Sebaliknya, ketika mobil dibuat menjadi lebih cepat, maka faktor keselamatan menjadi lebih penting bagi mobil tersebut. Sistem airbag yang mengembang dengan cepat pun membuktikan bahwa mobil tersebut dirancang untuk memberikan keamanan ketika terjadi kecelakaan. Teknik pengambilan gambar yang digunakan itu sendiri dilakukan dengan cara teknik *Framing*. *Framing* adalah teknik pengambilan gambar tanpa menggerakkan kamera, jadi cukup objek yang bergerak.

Dari keenam makna konotatif yang dibahas pada penelitian ini, makna konotatif ke-6 memiliki sampel yang cukup banyak untuk menunjukkan makna konotatif yang ingin disampaikan pada film ini. Dengan lima gambar yang menjadi sampel untuk makna konotatif yang terakhir, produsen BMW berhasil membuat citra mobilnya yang memiliki tingkat keamanan yang tinggi. Teknik framing yang digunakan pada *scene* ini cukup menunjukkan bahwa BMW M3 memiliki tingkat keamanan yang tinggi dengan ditunjukkan dengan lima gambar yang menggambarkan bagaimana sebuah mobil yang mengalami kecelakaan yang cukup parah namun pada gambar terakhir menunjukkan kedua penumpang yang berada didalam mobil tidak mengalami luka parah.

Analisis Makna Mitos Implementasi *Brand Image* dalam film *Mission: Impossible- Rogue Nation*

Terdapat beberapa penanda yang menjadi bagian dari *sequence-sequence* dari film *Mission: Impossible- Rogue Nation*, penanda-penanda itu terorganisir menjadi sebuah petanda yang kemudian dianalisis menjadi mitos/ideologi dalam *sequence* dan kelanjutan film *Mission: Impossible- Rogue Nation*. Diawali dengan sebuah mobil dan pria dengan pakaian lengkap dan rapih. Menurut Wilson dalam artikelnya yang berjudul *The Return of The Interview Suit* (New York Times, 2002) orang yang mengenakan *suit* atau jas menunjukkan bahwa orang tersebut memiliki citra yang terhormat. Seseorang yang memakai pakaian rapih yang memiliki citra terhormat mengendarai mobil yang bagus dimana mobil adalah sebuah kendaraan untuk berpindah tempat dari satu tempat ke tempat lainnya dan dimiliki oleh kalangan menengah keatas. Dapat disimpulkan bahwa mobil BMW adalah mobil yang ditujukan untuk kalangan terhormat dari golongan kelas menengah keatas.

Dalam *sequence-sequence* berikutnya terdapat penanda yang juga menjadi penanda sebagai analisis mitos dalam perpaduan adegan sebuah mobil yang melaju kencang di jalanan dengan berbagai situasi seperti mobil yang bermanuver, mobil yang melaju kencang dengan fitur-fitur teknologi yang canggih dan keselamatan ketika mobil mengalami kecelakaan hebat. Simbol-simbol

tersebut menunjukkan bahwa mobil BMW adalah mobil yang cocok digunakan oleh para pengguna yang menyukai kecepatan namun menomor satukan keselamatan.

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka bahasan yang dilakukan yaitu analisis semiotika pada film *Mission: Impossible- Rogue Nation*. Dalam film tersebut terdapat tanda dan makna. Dari makna denotatif, konotatif dan mitos yang ada pada film berhasil mengidentifikasi kemudian dianalisis dan memiliki maksud, arti tertentu, serta makna tersembunyi dan mendalam.

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa persepsi indera kita, tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengenalan sehingga disebut tanda. Berkaitan dengan film yang sarat akan simbol dan tanda, maka menjadi perhatian peneliti di sini adalah segi semiotikanya, dimana dengan semiotika ini akan sangat membantu peneliti dalam menelaah arti kedalaman suatu bentuk komunikasi dan mengungkap makna yang ada di dalamnya. Sederhananya, semiotika itu adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda-tanda yang berada dalam film tentu saja berbeda dengan format tanda yang lain yang hanya bersifat tekstual atau visual saja. Jalinan tanda dalam film terasa lebih kompleks karena pada waktu yang hampir bersamaan sangat mungkin berbagai tanda muncul sekaligus, seperti *visual*, *audio*, dan *teks*. Begitu pun dengan tanda-tanda yang terdapat dalam film *Mission: Impossible- Rogue Nation*.

Semiotika bertujuan untuk menggali hakikat sistem tanda yang beranjak keluar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*denotatif*) atau kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda. (Sobur, 2002).

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra (Barthes, 2007; Sobur, 2003)

Pembahasan ini peneliti membahas apa saja yang menjadi makna-makna yang terdapat dalam *sequence* yang menjadi subjek penelitian yang mewakili tentang *brand image* dijelaskan melalui pembedahan makna denotatif, konotatif, serta mitos/ideology.

Sequence ke-1 makna denotatif yang muncul dari kelanjutan film tersebut terdapat sebuah mobil yang berjalan menuju helikopter yang akan mendarat dan seorang pria dengan pakaian rapih dengan setelan jas yang lengkap turun dari mobil dengan membawa map. Makna konotatif yang muncul dari penanda yang ada dalam lanjutan film lahir dari seorang pria mengenakan jas rapih yang menegaskan bahwa pria tersebut memiliki citra terhormat dan mengendarai mobil dengan kondisi yang bagus. Mitos yang timbul dari unsur-unsur yang terdapat dalam *sequence* pertama ini adalah sebuah mobil BMW adalah mobil yang dirancang untuk seseorang yang memiliki citra terhormat.

Pada *sequence* kedua, makna denotatif yang muncul sebagai penanda adalah sebuah mobil yang akan melaju dengan ban yang berputar cepat. Dalam kelanjutan film *Mission: Impossible- Rogue Nation* ini mobil tersebut melaju kencang dari posisi diam. Makna konotatif yang terdapat pada *sequence* kedua ini adalah mobil BMW adalah mobil yang dirancang agar dapat melaju kencang karena kecepatan merupakan keunggulan utama dari BMW M3 dengan kode produksi F90.

Sequence yang ketiga memiliki makna denotatif sebuah mobil menuruni anak tangga dan menabrak beberapa mobil dijalanan. Makna konotatif yang muncul dari *sequence* tersebut adalah mobil BMW memiliki reability yang sangat tinggi dimana apapun medannya dan meskipun telah menabrak dengan keras beberapa mobil disekitarnya, namun mobil BMW dapat melewatinya dan terus melaju kencang tanpa menurunkan performa mobil itu sendiri.

Makna denotatif dalam *sequence* yang ke-4 adalah sebuah mobil dan motor yang melaju pada jalanan Maroko dan melakukan aksi drifting namun motor tidak dapat melakukan aksi tersebut. Pada *sequence* ini dapat disimpulkan bahwa makna konotatifnya adalah mobil BMW memiliki manuver yang sangat tinggi sehingga dapat melakukan drifting pada jalanan sempit sekalipun.

Pada *sequence* berikutnya, terdapat penanda sebuah layar dengan gambar keadaan dibelakang mobil dan gambar mobil dengan warna merah, kuning, dan hijau yang dapat disimpulkan sebagai makna denotatif *sequence* tersebut. Makna konotatif yang muncul pada *sequence* ke lima ini adalah bahwa mobil BMW memiliki fitur yang canggih sehingga memungkinkan pengendara untuk melihat keadaan di belakang mobil hanya dengan melihat layar yang terpasang pada dashboard mobil. Penanda konotatif lainnya adalah sebuah gambar mobil dengan warna merah, kuning dan hijau sebagai penanda sensor pada belakang mobil yang memudahkan pengguna BMW untuk mengetahui jarak mobil dengan benda atau kendaraan dibelakang mobil. Warna merah yang terdapat pada gambar tersebut pun mempunyai makna bahaya. Semakin dekat benda atau kendaraan yang berada di belakang mobil maka sensor akan berbunyi dan berwarna merah.

Makna konotatif untuk *sequence* yang terakhir adalah sebuah mobil yang menabrak pagar dan terguling beberapa kali namun penumpang didalamnya tetap selamat. Dari penanda tersebut, makna denotatif yang muncul adalah mobil BMW mempunyai fitur keselamatan yang baik, terbukti dari gambar-gambar pada *sequence* yang ke-6 dimana mobil tersebut menabrak keras pagar dan terguling namun *airbag* pada mobil mengembang dengan cepat sehingga pengendara mobil tidak terluka parah.

Dari *sequence* ke-dua sampai dengan *sequence* ke-6, terdapat penanda yang juga menjadi penanda analisis mitos dalam perpaduan adegan ini dimana mobil BMW melaju kencang pada jalanan kota Maroko dengan berbagai situasi seperti mobil yang bermanuver, mobil yang melaju kencang dengan fitur-fitur teknologi yang canggih dan keselamatan ketika mobil mengalami kecelakaan hebat. Simbol-simbol tersebut menunjukkan bahwa mobil BMW adalah mobil yang cocok digunakan oleh para pengguna yang menyukai kecepatan namun menomor satukan keselamatan.

CONCLUSION

Film merupakan suatu kesatuan dari *shot*, *scene*, *sequence* atau kelanjutan dan cerita film itu sendiri yang saling berkaitan juga berhubungan antara satu dengan yang lainnya sehingga menjadi suatu sajian tontonan bagi khalayak ramai. Berdasarkan hasil deskripsi dari bab sebelumnya mengenai analisis semiotika tentang implementasi *brand placement* dalam film Mission: Impossible- Rogue Nation, peneliti pada Bab ini akan menguraikan kesimpulan dan saran yang sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan untuk hal yang lebih baik lagi kedepannya.

Makna Denotatif *Brand Image* Mobil BMW dalam Film Mission Impossible : Rogue Nation. Terdapat makna denotatif dalam film Mission: Impossible- Rogue Nation sebuah mobil BMW dengan seorang pria berpakaian rapih dan lengkap, ban mobil BMW yang berputar cepat, mobil BMW dengan performa manuver pada jalan sempit dan mobil BMW yang menabrak dan terguling diakhiri dengan pengemudinya yang selamat.

Makna Konotatif *Brand Image* Mobil BMW dalam Film Mission Impossible : Rogue Nation. Terdapat makna konotatif yang berupa sebuah mobil BMW sebagai mobil yang cocok dikendarai oleh seseorang dengan citra yang terhormat dan mobil BMW yang dirancang sebagai mobil dengan performa tinggi yang memungkinkan penggunaanya untuk bermanuver dalam segala medan, dengan teknologinya yang canggih untuk memudahkan pengendara dalam berkendara juga material yang ringan namun tetap *reliable* dan keamanan mobil BMW yang dapat meminimalisasi resiko pada saat terjadi kecelakaan.

Makna Mitos *Brand Image* Mobil BMW dalam Film Mission Impossible : Rogue Nation. Dengan *sequence* yang menunjukkan seseorang keluar dari mobil BMW, dapat disimpulkan bahwa mobil BMW adalah mobil yang ditujukan untuk kalangan terhormat dari golongan kelas menengah keatas. Selain itu, Dalam *sequence-sequence* berikutnya terdapat penanda yang juga menjadi penanda sebagai analisis mitos dalam perpaduan

adegan sebuah mobil yang melaju kencang dijalanan dengan berbagai situasi seperti mobil yang bermanuver, mobil yang melaju kencang dengan fitur-fitur teknologi yang canggih dan keselamatan ketika mobil mengalami kecelakaan hebat. Simbol-simbol tersebut menunjukkan bahwa mobil BMW adalah mobil yang cocok digunakan oleh para pengguna yang menyukai kecepatan namun menomor satukan keselamatan.

REFERENCES

- Ardianto E. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2005.
- Barker C. Cultural Studies: Theory and Practice. London: SAGE Publications; 2000.
- Barthes, R. (2007). *Membedah Mito-Mito Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi*. Jalasutra.
- Cangara H. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers; 2004.
- Chandler D. Semiotics for Beginners. Wales: University of Wales; 2000.
- Eriyanto. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta: LkiS; 2001.
- Kennedy J, Soemanegara D. Marketing Communication – Taktik dan Strategi. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer; 2006.
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Mulyana D. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya; 2013.
- Sobur, A. (2002). *Analisis Teks Media*. PT Remaja Rosda Karya.
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosda Karya.