

BAB 4 ANALISIS DATA

4.1 Pengantar

Dalam bab ini akan disajikan analisis data yang didapat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diangkat dari iklan-iklan *Nokia* dalam majalah *GoGirl*, *Gadis*, dan *Hai* bulan Januari hingga Juni 2008. Iklan yang menjadi sumber data berjumlah dua puluh enam buah yang terdiri atas sepuluh varian iklan; satu iklan dari seri *Nokia 5310* dan *5610*, lima iklan dari seri *Nokia 2600 Classic*, satu iklan dari seri *Nokia N Series*, satu iklan dari seri *Nokia N81 dan N81 8GB*, dua iklan dari seri *Nokia Black Edition*. Sebanyak dua puluh enam iklan dianalisis untuk menjawab permasalahan yang ada. Dalam penyajiannya akan dikelompokkan ke dalam lima kategori. Pengelompokan ini didasarkan pada tipe *Nokia* yang diiklankan.

Analisis tahap pertama bertujuan menemukan konotasi tanda verbal bahasa Inggris dalam iklan *Nokia* yang diteliti. Untuk itu, saya menggunakan teori konotasi Barthes (1967). Teori konotasi Barthes bermanfaat untuk mencari makna pada tataran kedua (konotasi) pada kata-kata bahasa Inggris di dalam iklan *Nokia* di ketiga majalah. Selain melakukan kajian semiotik teks, kajian pada tanda ikonis juga dilakukan. Dalam hal ini, tanda ikonis merupakan unsur pendukung dalam memahami iklan yang diteliti.

Analisis tahap kedua bertujuan untuk mencari peran konotasi tanda verbal bahasa Inggris dalam upaya melakukan *positioning* produk. Dengan demikian, tahap analisis ini menggunakan hasil analisis tahap pertama. Di samping itu, analisis ini juga menggunakan teori Kasali (1992) dan David A. Aacker (dalam Kasali 1992) tentang *positioning*. Teori ini bermanfaat untuk mengidentifikasi *positioning* produk *Nokia* berdasarkan konotasi tanda verbal bahasa Inggris pada iklan *Nokia* yang diteliti.

Analisis tahap ketiga bertujuan menjawab pertanyaan tentang makna menyelipan bahasa Inggris yang diberikan oleh pembaca iklan. Analisis ini didasarkan pada hasil wawancara dengan empat informan yang ada.

Tahap selanjutnya ialah menganalisis hasil wawancara tertulis dengan pengiklan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tujuan pengiklan menyelipkan bahasa Inggris dalam iklan *Nokia* berbahasa Indonesia. Penelitian ini pada akhirnya dapat memperlihatkan apakah maksud pengiklan menyelipkan bahasa Inggris sama dengan kesan yang ditangkap oleh khalayak.

4.1.1 Iklan *Nokia 2600 Classic*

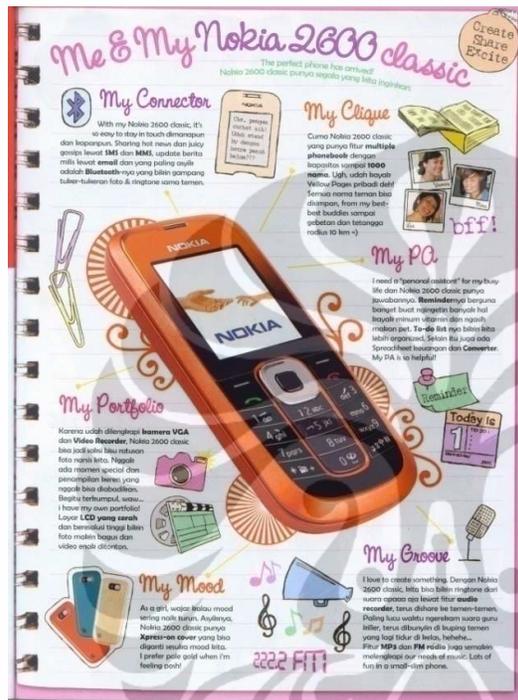
Nokia 2600 Classic dibangun berdasarkan konsep *Xpress-On cover* seperti pada *Nokia 5110* jaman dulu, tetapi dengan fitur-fitur modern, seperti *EDGE*, *email*, *Bluetooth*, radio *FM*, dan kamera *VGA*. *Country Manager Nokia Indonesia*, Hasan Aula, menyatakan bahwa ponsel *Nokia 2600* ini memiliki nama seri yang sama dengan ponsel *Nokia* sebelumnya. Namun, karena ponsel *Nokia 2600* tidak diproduksi lagi, *Nokia* menggunakan seri itu lagi dan melengkapinya dengan kata *classic*.

Nokia 2600 Classic diiklankan dalam lima versi. Kelima iklan tersebut ialah (i) iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “Express yourself with new *Nokia 2600 Classic*”, (ii) iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “*Nokia 2600 Classic*”, (iii) iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “me & my *Nokia 2600 Classic*” (iv) iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “Ciptakan. Sebarkan. Ekspresikan.”, dan (v) iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “Color Cover Competition”.

Pelaporan hasil analisis kelima iklan tersebut di atas akan diwakilkan oleh satu iklan yang dianggap mewakili, yaitu iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “me & my *Nokia 2600 Classic*”. Berdasarkan analisis awal, konotasi tanda verbal bahasa Inggris dalam Iklan *Nokia 2600 Classic* “me & my *Nokia 2600 Clasic*” cukup mewakili konotasi tanda verbal bahasa Inggris dalam empat iklan *Nokia 2600 Classic* lainnya.

Nokia 2600 Classic dengan *headline* “me & my *Nokia 2600 Classic*” disajikan dalam bentuk berita yang berisi tentang informasi produk dengan

beberapa *sub headline* yang menjabarkan fitur ponsel Nokia. Direktur pemasaran, Riadi Sugihtani, mengemukakan dalam wawancara tertulis bahwa iklan *Nokia 2600 Classic* “me & my *Nokia 2600 Classic*” tidak tipikal, tetapi merupakan taktikal yang dibuat media²⁷. Dengan demikian, iklan ini merupakan iklan asli yang dibuat di Indonesia. Berikut gambar iklan yang dimaksud.



(Sumber: GoGirl Mei 2008: 37)

Visual: Gambar yang terlihat paling besar ialah gambar ponsel Nokia dengan warna *sunset orange*. Di sekitar gambar ponsel tersebut, terdapat beberapa ilustrasi yang menunjukkan kelengkapan fitur yang dimiliki ponsel Nokia 2600 Classic ini. (i) Ilustrasi buku menyerupai *yellow pages* menyatakan bahwa ponsel ini dapat menyimpan banyak nomor telpon, (ii) Ilustrasi kertas agenda sebagai pengingat setiap kegiatan yang akan dilakukan menunjukkan bahwa ponsel ini dapat berfungsi sebagai pengingat aktifitas-aktifitas pemiliknya, (iii) Ilustrasi kamera dan rol film menyatakan bahwa dengan memiliki ponsel canggih ini pemiliknya dapat mendokumentasikan setiap momen, tidak hanya foto tetapi juga

²⁷ Informasi ini saya dapatkan ketika melakukan wawancara tertulis pertama. Dalam hal ini, pengiklan memberikan catatan khusus pada iklan yang dimaksud. Akan tetapi, untuk iklan-iklan lainnya, saya tidak mendapatkan informasi mengenai hal ini karena wawancara tertulis kedua yang saya ajukan tidak mendapat jawaban dari pihak *Nokia*.

video, (iv) Ilustrasi pelantang suara, tangga nada, serta gelombang radio memperlihatkan bahwa ponsel ini memberikan keceriaan karena pemiliknya dapat berkreasi membuat nada dering sendiri, merekam suara, mendengarkan musik melalui MP3 dan radio. (v) Ilustrasi tiga ponsel dengan tiga pilihan warna menunjukkan kelebihan dalam mengatasi rasa bosan terhadap satu jenis warna karena pemiliknya dapat mengganti warna ponsel sesuka hati.

Gambar ponsel yang berada di tengah iklan yang diberi pointer memberi kesan bahwa semua fitur yang paling diminati pecinta ponsel dapat didapatkan di ponsel ini. Gambar yang tampak besar juga menunjukkan “besarnya” ponsel yang kecil dan ramping ini dapat menampung semua fitur-fitur yang paling diinginkan remaja.

4.1.1.1 Konotasi Tanda Verbal Bahasa Inggris

Iklan di atas mengungkap beberapa konotasi tanda verbal berbahasa Inggris yang digunakan. Berikut pemaparan beberapa konotasi tanda verbal bahasa Inggris pada iklan yang dianalisis.

1. Konsep ponsel yang bernilai tinggi dan berkualitas (verbal: klasik)

Pada signifikasi tataran pertama, kata *classic* bermakna ‘klasik’ yang berarti sederhana, serasi, tidak berlebihan, tradisional, dan indah²⁸ (C¹=denotasi). Sementara itu, ‘klasik’ sebagai makna primer (denotasi) kata *classic* dapat juga berkembang ke arah makna khusus (konotasi). Pengembangan makna ini mungkin terjadi karena tanda dimaknai sesuai dengan pemakaian tanda dan pengalaman pemakai tanda (*cf* Hoed 2008: 12—13). *Classic* menunjukkan sesuatu yang bernilai tinggi. Contohnya kata klasik digunakan pada musik klasik atau balet klasik. Sesuatu yang klasik menghadirkan kesan formal dan teratur sehingga merupakan sesuatu yang tidak pasaran dan bernilai tinggi.

Gabungan kata-kata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris “*design-nya yang stylish yet classic*²⁹” menunjukkan bahwa kata-kata bahasa Inggris *classic* tidak secara denotatif digunakan untuk menyatakan desainnya yang sederhana,

²⁸ KBBI (2003: 574). Ini merujuk pada desain klasik (bukan *slide*).

²⁹ Tanda verbal bahasa Indonesia ini terdapat di iklan *Nokia 2600 Classic* dengan *headline* “Nokia 2600 Classic”.

serasi, tidak berlebihan, tradisional, dan indah. Namun, pengiklan menggunakan makna konotatif untuk menyampaikan pesan tertentu pada khalayak. Secara konotatif, kata *classic* digunakan untuk menyampaikan pesan bahwa ponsel *Nokia 2600 Classic* yang berharga murah ini (sekitar 1 jutaan) bukan ponsel pasaran yang biasa-biasa saja. Ponsel ini bernilai tinggi dan berbeda dengan ponsel murah merek lainnya.

Bahasa Inggris yang melekat pada kata *classic* juga mendukung pencitraan ponsel ini. Bahasa Inggris pada iklan ini memberikan kesan bahwa produk ini berasal dari luar negeri. Teknologi dari luar negeri dicitrakan berkualitas bagus. Dengan demikian, hal ini mempertegas signifikansi bahwa *classic* tidak hanya merujuk pada desain “sederhana dan menarik (anggun)” tetapi juga menunjukkan ponsel yang *classic*; bernilai tinggi dan berkualitas.

Fitur-fitur yang ada pada ponsel ini juga membuktikan bahwa ponsel murah ini adalah ponsel yang memiliki ‘sesuatu’; sesuatu yang bernilai tinggi dan berkualitas. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa pengiklan sedang menunjukkan pada khalayak bahwa ponsel murah tidak berarti murahan. Dengan memiliki ponsel *Nokia 2600 Classic* khalayak dapat menikmati sesuatu yang bernilai tinggi dan berkualitas dalam ponsel berharga murah.

2. Konsep ceria, ekspresif, dan berkualitas (Verbal :*Xpress-on Cover*)

Tulisan *Xpress* yang dibaca /ik'spres/ merupakan perpedekan dari *express*. Pada sistem pertama, kata *express* dalam bahasa Indonesia bermakna ‘mengekspresikan atau mengungkapkan’. Kata *xpress* ini diikuti oleh kata *on cover*. Dalam bahasa Indonesia, *cover* bermakna ‘penutup atau sampul’. Jadi, makna denotatif *xpress on cover* adalah ‘mengekspresikan melalui penutup atau sampul’ (C1).

Kata *Xpress-on cover* selalu disebut dalam semua iklan *Nokia 2600 Classic*. Pengulangan ini bukan tidak memiliki maksud tertentu. Kata *xpress-on cover* yang diulang dalam semua iklan *Nokia 2600 Classic* menunjukkan bahwa karakteristik ini ditonjolkan oleh pengiklan. Pada tataran sekunder (sitem kedua), kata-kata *xpress-on cover* dapat berkembang ke arah makna khusus (konotasi).

Gabungan tanda verbal bahasa Inggris *xpress-on cover* dan tanda verbal berbahasa Indonesia yang mendahului dan mengikuti kata-kata tersebut

“Asyiknya, Nokia 2600 Classic punya *xpress-on cover* yang bisa diganti sesuka mood kita” mengandung makna khusus pada tanda verbal bahasa Inggris tersebut. Penutup atau sampul ini dapat diganti-ganti sesuai dengan suasana hati pemiliknya. Sesuatu yang dapat diganti pada *cover* dijelaskan oleh kalimat lain yang mengikutinya *I prefer pale gold when I'm feeling posh*. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa sesuatu yang diganti pada *cover* ialah warnanya. Tanda verbal berbahasa Indonesia “bisa diganti sesuka mood kita” menunjukkan bahwa Nokia 2600 Classic menyediakan lebih dari satu warna *cover* yang dapat dimiliki secara gratis. Dengan demikian, signifikansi sistem kedua (konotasi) kata-kata *xpress-on cover* ialah bahwa Nokia 2600 Classic memiliki keunggulan pilihan beragam warna sampul atau *casing (cover)* yang dapat dimiliki secara gratis. Jadi, pemiliknya dapat ‘mengungkapkan perasaan dan pikirannya melalui warna sampul atau *cover* ponselnya, sesuai apa yang ingin ia ungkapkan (perasaan dan pikirannya)’ (C²).

Konotasi tersebut memberikan kesan ekspresif pada pemiliknya. Dalam hal ini, warna yang disediakan adalah *midnight blue*, *skyblue*, *sunset orange*, dan *sandy gold* (ditulis pada iklan Nokia 2600 Classic dengan *headline* “Express yourself with new Nokia 2600 Classic”) yang sebagian besar adalah warna cerah. Dengan demikian, ekspresi warna yang diungkapkan sebagian besar memiliki kesan ‘ceria’ karena pilihan warna paling banyak ialah warna cerah.

Sementara itu, Nokia menyediakan warna yang bervariasi. Warna sangat erat kaitannya dengan dunia teknologi karena warna memberikan definisi pada beberapa perangkat dalam dunia teknologi. Sementara itu, suatu negara yang memiliki banyak kosa-kata warna dinyatakan sebagai negara berteknologi tinggi. Terlebih lagi, warna-warna yang disediakan tersebut diutarakan dengan bahasa Inggris. Bahasa Inggris yang memuat banyak istilah dalam dunia teknologi (*bluetooth*, *LCD*, *MP3*, *GB*, dan sebagainya) memperlihatkan kualitas yang dimiliki Nokia 2600 Classic. Dengan demikian, pilihan warna yang disediakan Nokia tidak hanya menunjukkan keberagaman warna *cover* yang dimiliki Nokia, tetapi juga mengandung konotasi tertentu bahwa Nokia adalah produk teknologi tinggi yang berkualitas.

3. *Konsep Nokia sebagai ponsel yang membanggakan untuk dimiliki karena dikenal dan digunakan penduduk dunia (Verbal: my Nokia 2600 Classic).*

Pada signifikansi sistem pertama, kata *my* yang melekat pada nomina *Nokia 2600 Classic* berdenotasi ‘milik saya’ (C¹). Pada signifikansi sistem kedua, *my* menunjukkan ‘rasa bangga’ karena penutur mengakui *Nokia 2600 Classic* sebagai sesuatu yang ia miliki dan telah menjadi bagian dari dirinya. Pendeknya, dengan mengatakan *my* berarti ia ‘bangga memiliki *Nokia 2600 Classic*’ (C²). Konotasi ‘rasa bangga memiliki *Nokia 2600 Classic*’ ini dipertegas dengan ikonis yang ada pada iklan. Besarnya gambar *Nokia 2600 Classic* dan sebagai satu-satunya gambar yang ditonjolkan memperlihatkan rasa bangga penutur memiliki *Nokia 2600 Classic*.

Sementara itu, penutur memperkenalkan dirinya dan *Nokia 2600 Classic* miliknya dengan menggunakan bahasa Inggris. Dengan menggunakan bahasa Inggris dalam sebuah perkenalan, tanda verbal *my Nokia 2600 Classic* tidak saja bermakna *Nokia 2600 Classic milikku* sebagai signifikansi pada tataran pertama, makna denotatif ini dapat berkembang ke arah makna khusus. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional memberikan makna khusus pada penutur dan *Nokia 2600 Classic* yang dimilikinya. Penutur dan *Nokia 2600 Classic* dimaknai sebagai orang dan produk internasional. Maksudnya, produk ini dikenal dan digunakan penduduk dunia sehingga pemiliknya merupakan bagian dari masyarakat dunia yang terkesan maju. Dengan demikian, rasa bangga menyelimuti diri penutur (pemilik *Nokia 2600 Classic*) karena memiliki ‘produk yang membanggakan dan diakui dunia’.

4. *Konsep Nokia sebagai sahabat sejati yang aktif melakukan sesuatu pada pemiliknya (Verbal: me & my Nokia 2600 Classic)*

My merupakan pronomina adjektiva kepemilikan (*possessive adjective pronoun*). Jadi, kata yang mengikuti *my* ialah nomina (sesuatu atau seseorang) yang dimiliki penutur. Dengan demikian, pada pemaknaan sistem pertama, frasa *me & my Nokia 2600* bermakna ‘aku dan *Nokia 2600 Classic* milikku’ (C¹). Makna denotatif ini menunjukkan pernyataan diri penutur dan sesuatu yang dimilikinya.

Signifikasi pada tataran pertama ini dapat mengalami perkembangan makna (konotasi). Dalam frasa *me & my Nokia 2600 Classic*, di antara kata *me* dan *my Nokia 2600 Classic* terdapat konjungsi intra-kalimat *and (&)*. Penggunaan *and* yang menghubungkan *me* sebagai seseorang yang sedang berbicara dan *my Nokia 2600 Classic* sebagai benda yang dimilikinya menunjukkan makna khusus pada tanda verbal bahasa Inggris tersebut. Penutur menyatakan *Nokia 2600 Classic* sebagai ‘sahabat yang dekat dan berarti bagi penutur’ (C²). Konotasi ini didapat karena penutur menyetarakan dirinya dengan benda (*Nokia 2600 Classic*) yang dimilikinya. Hal ini memperlihatkan bahwa penutur menganggap *Nokia 2600 Classic* lebih dari sekedar benda mati.

Terlebih lagi, penutur menggunakan kata *me* alih-alih *I*. *me* bermakna ‘aku’. Dalam gramatikal bahasa Inggris *me* tergolong ke dalam objek. Objek cenderung kurang aktif. Sebaliknya, *Nokia 2600 Classic* terkesan lebih aktif memberikan sesuatu pada *aku* (pemilikinya). Dengan demikian, *Nokia 2600 Classic* diwujudkan sebagai sahabat sejati yang aktif melakukan sesuatu untuk pemiliknya.

5. *Konsep Nokia sebagai ponsel lengkap dengan fitur berkualitas tinggi* (verbal: *my connector, my portfolio, my PA, my mood, my groove*)

Tanda verbal *my connector, my portfolio, my PA, my mood, dan my groove* merupakan frasa nomina yang menyatakan benda atau hal yang dimiliki penutur. *My connector* bermakna ‘penghubungku’, *my portfolio* bermakna ‘portofolioku’, *my PA* bermakna ‘asisten pribadiku’, *my mood* bermakna ‘suasana hatiku’, dan *my groove* bermakna ‘piringan hitamku’. Makna-makna tersebut merupakan signifikasi pada tataran pertama (denotasi=C¹).

Lebih jauh lagi, tanda ikonis berupa *Nokia 2600 Classic* yang berada di tengah-tengah tanda-tanda verbal tersebut menunjukkan bahwa kata-kata bahasa Inggris tersebut (*my connector, my portfolio, my PA, my mood, my groove*) tidak hanya merupakan frasa melainkan sebuah kalimat utuh, dengan *Nokia 2600 Classic* sebagai subjek dalam kalimat tersebut. Jadi, tanda-tanda verbal yang mengelilingi tanda ikonis dalam iklan merupakan predikat dalam setiap kalimat berikut; *Nokia 2600 Classic is my connector, Nokia 2600 Classic is my portfolio,*

Nokia 2600 Classic is my PA (personal assistant), Nokia 2600 Classic is my mood, Nokia 2600 Classic is my groove. Kalimat-kalimat tersebut terdiri atas subjek dan predikat. Predikat menandai apa yang dikatakan oleh penutur tentang subjek. Subjek dalam kalimat ini adalah *Nokia 2600 Classic*, sehingga frasa verbal yang mengikutinya menandai *Nokia 2600 Classic*.

Pendeknya, dalam signifikasi sistem kedua, frasa verbal dalam kalimat-kalimat tersebut dapat memberikan makna lebih luas kepada *Nokia 2600 Classic* dari pada sekedar arti kata-kata yang ada dalam frasa tersebut. Tanda verbal bahasa Inggris *my connector, my portfolio, my PA, my mood, dan my groove* menyatakan bahwa *Nokia 2600 Classic* bukan sekedar benda mati yang memiliki keterbatasan kemampuan. Melalui tanda verbal tersebut, *Nokia 2600 Classic* diperlihatkan sebagai benda hidup yang bertindak aktif menyediakan banyak hal yang dibutuhkan pemiliknya, seperti *connector, personal assistant, portfolio, groove* yang membantu memperbaiki *mood* pemiliknya. Sebagai benda hidup yang menyediakan banyak hal yang dibutuhkan pemiliknya, secara konotatif *Nokia 2600 Classic* dimaknai sebagai ‘ponsel yang memiliki fitur yang lengkap’ (C²). Dalam hal ini, *Nokia 2600 Classic* menyediakan banyak hal yang khalayak inginkan dan perlukan.

Bahasa Inggris pada tanda verbal tersebut memberikan kesan berkualitas atas kelengkapan fitur yang ditawarkan. Dengan menggunakan bahasa Inggris, konotasi yang didapat adalah bahwa ponsel ini juga ada di negara-negara maju. Dengan demikian, segala spesifikasi yang ada pada *Nokia 2600 Classic* memiliki kesan berkualitas tinggi karena diakui dan digunakan oleh penduduk dunia, khususnya masyarakat modern. Berikut ini akan dijabarkan satu persatu signifikasi tanda verbal bahasa Inggris *my connector, my portfolio, my PA, my mood, my groove*.

Secara denotatif, kalimat *Nokia 2600 Classic is my connector* bermakna ‘penghubungku’ (C¹). Makna ini merujuk pada ponsel *Nokia 2600 Classic* sebagai alat komunikasi yang menghubungkan satu individu dengan individu lainnya. Bahasa Inggris yang melekat pada tanda verbal tersebut memberikan makna khusus yang menunjukkan kemampuan *Nokia 2600 Classic* sebagai *connector*.

Ponsel ini tidak saja menjadi alat komunikasi antar individu di dalam negeri, tetapi dengan orang-orang di seluruh dunia.

Selain itu, tanda verbal (bahasa Inggris dan bahasa Indonesia) dalam *body text* memungkinkan makna pada tataran pertama di atas mengalami perkembangan makna yang lebih luas. Persandingan tanda verbal bahasa Inggris dan bahasa Indonesia dalam “*it’s so easy to stay in touch* dimanapun dan kapanpun”, “*sharing hot news* lewat SMS dan MMS”, “*update* berita milis lewat *email*”, dan “yang paling asyik adalah *Bluetooth*-nya yang bikin gampang tuker-tukeran foto & *ringtone* sama temen” memberikan konotasi bahwa *Nokia 2600 Classic* tidak sekedar sebagai alat untuk menelepon dan mengirim pesan. *Connector* yang artinya ‘penghubung’ dapat bermakna lebih luas lagi.

Nokia 2600 Classic menghubungkan pemiliknya dengan dunia di luar dirinya (C²); dengan teman, keluarga atau kenalannya, dengan berita dan peristiwa yang terjadi di dunia, dengan gosip yang sedang hangat, dengan musik yang sedang tren di Indonesia maupun di manca negara, dan dengan hal lainnya. Itulah konotasi dari tanda verbal bahasa Inggris *my connector*. Semua hal tersebut dapat didapat hanya dengan memiliki *Nokia 2600 Classic*.

Kalimat *Nokia 2600 Classic is my personal assistant* secara denotatif bermakna ‘*Nokia 2600 Classic* adalah asisten pribadiku’ (C¹). Secara konotatif, kalimat tersebut merupakan personifikasi yang menunjukkan bahwa ‘*Nokia 2600 Classic* dapat membantu meringankan kesibukan pemiliknya’ (C²). Dalam hal ini, *Nokia 2600 Classic* dapat mengingatkan setiap kegiatan yang akan dilakukan pemilik ponsel ini, menyediakan catatan-catatan tentang agenda hariannya, dan melakukan segala hal yang semestinya dilakukan seorang asisten. Hemat saya, pemilik sangat bergantung dengan *Nokia 2600 Classic* karena seorang asistenlah yang dapat diandalkan untuk mengatur segala yang berkaitan dengan kegiatan mitra kerjanya (pemilik ponsel). Terkait dengan hal tersebut, pemilik *Nokia 2600 Classic* adalah orang yang memiliki aktifitas yang padat sehingga memerlukan seseorang asisten yang akan membantu meringankan kesibukannya.

Kalimat *Nokia 2600 Classic is my portfolio* secara denotatif berarti bahwa *Nokia 2600 Classic* adalah ‘tempat atau koper kecil yang biasa dibawa untuk meletakkan kertas, gambar, surat, arsip’ (C¹). Ini tidak berarti bahwa *Nokia 2600*

Classic memiliki ruang kosong di dalamnya untuk meletakkan benda-benda tersebut. Makna pada sistem pertama tersebut dapat mengalami perkembangan makna. Terlebih lagi, tanda verbal bahasa Indonesia dalam body text “bisa jadi saksi bisu ratusan foto narsis kita” menunjukkan bahwa *Nokia 2600 Classic* dikonotasikan sebagai ‘ponsel kecil yang dapat berfungsi sebagai *portfolio*’. Jadi, *Nokia 2600 Classic* dapat mengabadikan setiap perubahan diri pemiliknya (potongan rambut, hasil perawatan kulit dll), dan setiap momen berharga bersama orang-orang terdekatnya. Oleh karenanya *Nokia 2600 Classic* dapat mengambil alih tugas *portfolio* dan berperan sebagai *portfolio* pribadi yang bisa dibuka kembali kapanpun diinginkan.

Perlu dicatat bahwa kata-kata *my portfolio* adalah kata-kata dalam bahasa Inggris. Kesan luar negeri yang melekat pada bahasa ini menyatakan kesan berteknologi tinggi. Dengan demikian, saya menarik satu konotasi bahwa fitur ini (kamera dan *video recorder*) merupakan fitur berteknologi tinggi. Produk yang dilengkapi dengan kamera dan perekam video berteknologi tinggi merupakan produk yang berkualitas baik sehingga menghasilkan suara, foto, dan video yang bagus.

Pada signifikasi tataran pertama, *Groove* dalam kalimat *Nokia 2600 Classic is my groove* berarti ‘alur pada piringan hitam’. Makna pada tataran pertama ini dapat mengalami perkembangan makna. Piringan hitam adalah alat pemutar musik. Dengan demikian, *Nokia 2600 Classic* memiliki konotasi sebagai ‘ponsel musik’ (C²). Sebagai penyedia musik dan lagu, ponsel ini tidak hanya dilengkapi dengan media seperti radio dan MP3. Tanda verbal bahasa Indonesia “bisa bikin *ringtone*” menunjukkan bahwa *Nokia 2600 Classic* juga dapat digunakan untuk berekspresi dan berkreatifitas. Hemat saya, *Nokia 2600 Classic* menyediakan tempat bagi pecinta musik untuk mengekspresikan dirinya. Sementara itu, kata *groove* juga berkonotasi *groovy* atau sangat menarik. Kata ini memberi penekanan pada kesenangan yang akan dirasakan pemilik *Nokia 2600 Classic*.

Nokia 2600 Classic is my mood secara denotatif berarti bahwa ponsel ini merupakan ‘suasana hatiku’ (C¹). Makna denotatif ini dapat berkembang ke arah makna khusus. Kata-kata *xpress-on cover* yang bisa diganti sesuka *mood* kita

memberikan konotasi bahwa *Nokia 2600 Classic* sebagai ‘ponsel yang dapat mengekspresikan suasana hati pemiliknya’ (C²). Satu kelebihan ponsel *Nokia 2600 Classic* ini ialah pilihan warna *cover* yang dapat dimiliki (*X-press on cover*) sehingga pemiliknya dapat mengganti warna sesuka hatinya kapanpun ia mau yang disesuaikan dengan suasana hatinya.

Selain konotasi tersebut, kalimat *Nokia 2600 Classic is my mood* juga dapat memiliki konotasi lain. Posisi *subheadline* ini (di bagian akhir) memberikan makna khusus pada tanda verbal ini. Posisi akhir menunjukkan bahwa *subheadline* ini menyimpulkan dan mencakupi makna pada *subheadline* lainnya. *Nokia 2600 Classic is my mood* memberikan konotasi bahwa *Nokia 2600 Classic* sebagai ‘pengontrol suasana hati pemiliknya’. Dengan kelengkapan fitur yang disediakan, *Nokia 2600 Classic* diperkenalkan sebagai ponsel yang mampu mempengaruhi suasana hati. Konotasi tersebut didapat karena pada *subheadline* sebelumnya *Nokia 2600 Classic* dimaknai sebagai ‘penghubung pemilik ponsel ini dengan dunia di luar dirinya’, ‘sebagai asisten pribadi’, ‘sebagai penyimpan momen berharga’, dan ‘sebagai alat perekam suara, sebagai radio, dan sebagai MP3’. Jadi fitur-fitur tersebut mampu membantu memperbaiki suasana hati pemiliknya menjadi lebih indah. Remaja berada dalam usia yang bergejolak, meledak-ledak, dan belum stabil sehingga suasana hatinya mudah berubah-ubah. Dengan demikian, remaja membutuhkan sesuatu untuk mempertahankan suasana hatinya yang gembira. Ponsel inilah yang dapat mengontrol suasana hati pemiliknya dalam situasi bagaimanapun.

4.1.1.2 Peran Tanda Verbal Bahasa Inggris dalam Upaya *Positioning* Nokia 2600 Classic

Positioning merupakan pembentukan citra. Pengiklan menggunakan cara tertentu untuk membentuk persepsi dalam benak masyarakat tentang produk yang diiklankan. Dalam hal ini, tanda verbal bahasa Inggris dalam iklan *Nokia 2600 Classic me & my Nokia 2600 Classic* memiliki konotasi yang menunjang *positioning* ponsel *Nokia 2600 Classic* yang diiklankan.

Kata-kata dalam *headline* dan *subheadline* dalam iklan menjelaskan fitur-fitur yang dimiliki *Nokia 2600 Classic*. Segala fitur yang disuguhkan mengarah

pada kelebihan *Nokia 2600 Classic* sebagai ‘ponsel berfitur lengkap yang bernilai tinggi dan berkualitas’. Kelengkapan fitur ini memungkinkan pemiliknya untuk berekspresi dan berkreasi. Dengan demikian, melalui konotasi tanda verbal bahasa Inggris, *Nokia 2600 Classic* menyatakan dirinya sebagai ponsel bernilai tinggi dan berkualitas yang menyediakan segala kebutuhan pemiliknya. Hal ini menunjukkan citra sebuah ponsel lengkap yang dirancang dengan teknologi tinggi.

Merujuk pada strategi *positioning* menurut David A. Aacker, pengiklan *Nokia 2600 Classic* terlihat menggunakan strategi penonjolan karakteristik produk dalam mengkomunikasikan *positioning*nya. Karakteristik produk yang ditonjolkan ialah karakteristik fisik seperti warna, kualitas, dan kelengkapan fiturnya. Melalui strategi tersebut, pembaca iklan diharapkan menangkap pesan yang sedang disampaikan oleh pengiklan.

4.1.1.3 Pemaknaan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Khalayak

a) Informan 1

Penyelipan bahasa Inggris pada iklan *Nokia 2600 Classic* mendapat makna khusus dari informan. Informan menganggap bahwa iklan yang menyelipkan kata-kata bahasa Inggris menjadi menarik dan menimbulkan keinginan untuk membaca bagian selanjutnya. Selanjutnya, informan menyatakan bahwa iklan yang menyelipkan kata-kata bahasa Inggris terkesan modern, gaul, futuristik sehingga menimbulkan daya tarik.

Me & my dalam kalimat *headline* “*me & my Nokia 2600 Classic*” bermakna “di mana ada saya (pemilik *Nokia 2600 Classic*) pasti ada *Nokia 2600 Classic*”. Makna tersebut menunjukkan kebersamaan, kedekatan, dan persahabatan. *Nokia 2600 Classic* selalu ada menjadi teman sejati pemiliknya.

Iklan *Nokia 2600 Classic* “*me & my Nokia 2600 Classic*” memuat banyak tanda verbal bahasa Inggris. Menurut informan, bahasa Inggris yang digunakan, cara penyampiannya, dan desain tanda ikonis pada iklan menimbulkan citra ponsel yang modern, baru, tidak seperti ponsel lainnya, futuristik, dan gaul. Dengan demikian, khalayak sasaran ponsel yang diiklankan ialah kawula muda. Di samping itu, informan juga menyatakan bahwa *subheadline* di sekeliling visual *Nokia 2600 Classic* mengungkap kelebihan beragam fitur yang dimiliki *Nokia*

2600 Classic. Fitur yang ada menunjukkan bahwa khalayak sasaran *Nokia 2600 Classic* ialah kawula muda yang gaul, aktif, dan memiliki aktivitas padat.

b) Informan 2

Informan ini menganggap bahwa penggunaan bahasa Inggris dalam iklan *Nokia 2600 Classic* membuat pesan lebih sampai pada remaja karena bahasa Inggris sangat dinikmati oleh remaja. Selanjutnya informan menyatakan bahwa bahasa Inggris dalam iklan memberikan kesan bahwa ponsel yang diiklankan ialah multi fungsi, bagus, menarik, gaul, dan lebih oke.

Produk terkesan menarik, bagus, gaul, dan lebih oke karena penyelipan bahasa Inggris menunjukkan bahwa produk yang diiklankan berasal dari luar negeri. Luar negeri terkesan lebih bagus dari pada Indonesia. Dengan demikian, sesuatu yang berasal dari luar negeri memiliki citra sebagai produk yang baik kualitasnya, dan menarik.

Headline “me & my Nokia 2600 Classic” memperlihatkan bahwa Nokia 2600 Classic *connects people*; *Nokia 2600 Classic* memungkinkan pemiliknya dapat menjalin hubungan dengan orang lain. Di samping itu, Informan juga menyatakan bahwa tanda verbal bahasa Inggris dalam *subheadline* menunjukkan bahwa *Nokia 2600 Classic* merupakan ponsel multi fungsi. Jadi, tanda-tanda verbal yang ada di *headline* dan *subheadline* memperlihatkan bahwa selain memungkinkan pemiliknya berkomunikasi dengan orang lain, *Nokia 2600 Classic* memungkinkan pemiliknya melakukan banyak hal bersama *Nokia 2600 Classic*. Kemudian, informan menyatakan bahwa tanda ikonis *Nokia 2600 Classic* yang diperlihatkan besar dan berada di tengah-tengah iklan memberikan kesan persuasif sehingga tanda verbal dan tanda ikonis dalam iklan bersinergi menyatakan pada khalayak untuk tidak melewatkan kesempatan menikmati ponsel yang gaul dan multi fungsi.

Slogan *Nokia Connecting People* yang berada pada iklan *Nokia 2600 Classic* memperlihatkan bahwa pihak Nokia ingin menyampaikan bahwa *Nokia 2600 Classic* adalah produk mereka. Selain itu, bahasa Inggris yang digunakan pada slogan memberi kesan universal pada *Nokia 2600 Classic*. Menurut informan, *Nokia 2600 Classic* sedang menyatakan pada khalayak bahwa ponsel

ini digunakan dan diakui oleh penduduk dunia. Pendeknya, khalayak *Nokia 2600 Classic* dapat mendapatkan citra sebagai masyarakat dunia dengan memiliki *Nokia 2600 Classic*.

c) Informan 3

Menurut informan ini, melalui *headline* “me & my Nokia 2600 Classic” pengiklan menyampaikan pesan “keseharian selalu bersama *Nokia 2600 Classic*”. Kata *me & my* memberi kesan kebersamaan antara pemilik dan *Nokia 2600 Classic*. Di samping itu, ilustrasi di sekitar ikonis *Nokia 2600 Classic* dan tanda verbal bahasa Inggris pada sub *headline* menunjukkan bahwa *Nokia 2600 Classic* merupakan ponsel yang memiliki banyak fitur. Dengan demikian, *headline* dan *subheadline* menyatakan pada khalayak akan keseharian selalu bersama ponsel yang memiliki fitur lengkap.

Bahasa Inggris pada *headline* dan *subheadline* mendapat makna khusus bagi informan. Penyelipan bahasa Inggris pada iklan *Nokia 2600 Classic* memberikan kesan keren, gaul, trendi, dan menarik pada produk yang diiklankan. Selain mendapat kesan tersebut, ponsel yang diiklankan dengan menyelipkan bahasa Inggris memperlihatkan ponsel yang mendunia dan internasional. Informan menjelaskan bahwa dengan bahasa Inggris dalam komunikasi iklannya *Nokia 2600 Classic* mendapat kesan sebagai ponsel yang berasal dari luar negeri, digunakan di seluruh dunia, dan kualitas berstandar internasional.

Nokia 2600 Classic mendapat kesan sebagai ponsel yang berkualitas bagus karena penyelipan bahasa Inggris mengesankan *Nokia 2600 Classic* berasal dari luar negeri. Kesan tersebut diperoleh karena luar negeri mendapat citra menarik, lebih bagus, dan lebih kaya sehingga produk yang dihasilkan diyakini sebagai produk berkualitas tinggi.

Terkait dengan khalayak sasaran, informan berpendapat bahwa berdasarkan lima variasi iklan *Nokia 2600 Classic* pengiklan tidak hanya membidik remaja sebagai sasarannya. Tanda ikonis dalam iklan-iklan *Nokia 2600 Classic* menunjukkan bahwa *Nokia 2600 Classic* cocok untuk remaja hingga dewasa (sekolah menengah pertama hingga usia 29an).

d) Informan 4

Informan menyatakan bahwa tanda ikonis dan tanda verbal bahasa Inggris dalam iklan memperlihatkan kecanggihan *Nokia 2600 Classic* dan fitur-fiturnya. Khusus pada tanda verbal bahasa Inggris pada *headline* “me & my Nokia 2600 Classic”, frasa berbahasa Inggris tersebut sangat cocok ditujukan untuk remaja. Kata-kata tersebut menunjukkan ponsel *Nokia 2600 Classic* yang sangat bersahabat dengan pemiliknya. Kata-kata *me & my* menunjukkan kedekatan dan keakraban sehingga terjalin persahabatan antara orang yang berbicara dan ponsel *Nokia 2600 Classic* yang dimilikinya.

Terkait dengan bahasa Inggris dalam iklan, informan mengakui bahwa meskipun ia tidak mengetahui arti kata bahasa Inggris tertentu, kata-kata tersebut tetap terkesan keren dan hebat. Oleh karenanya, informan menyatakan bahwa bahasa Inggris yang diselipkan di antara unsur lain dalam iklan *Nokia 2600 Classic* memberikan kesan bahwa *Nokia 2600 Classic* ialah ponsel yang keren dan dikenal di dunia.

Mengenai khalayak sasaran, Berdasarkan bahasa Inggris yang digunakan dan cara penyampaiannya yang gaul dalam iklan *Nokia 2600 Classic* “me & my Nokia 2600 Classic” khalayak sasaran *Nokia 2600 Classic* adalah remaja yang terpelajar karena bahasa Inggris umumnya dikenal oleh para pelajar. Namun demikian, berdasarkan pengamatan pada lima jenis iklan *Nokia 2600 Classic*, informan menyimpulkan bahwa *Nokia 2600 Classic* tidak hanya ditujukan untuk remaja terpelajar, tetapi juga anak kuliah, dan pekerja. Simpulan informan tersebut didasarkan pada tanda ikonis pada iklan *Nokia 2600 Classic* “Sebarkan.Ciptakan.Ekspresikan.” dan “Color Cover Competition”.

4.1.1.4 Tujuan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Pengiklan

Direktur pemasaran *Nokia* Indonesia, Riadi Sugihtani, mengakui bahwa pengiklan memiliki tujuan tertentu dalam menyelipkan unsur bahasa Inggris pada iklan *Nokia 2600 Classic* berbahasa Indonesia. Riadi Sugihtani menyatakan bahwa bahasa Inggris dalam iklan *Nokia 2600 Classic* dimaksudkan untuk memberikan kesan modern dan internasional. Dua kesan tersebut diharapkan dapat ditangkap oleh khalayak.

Selanjutnya, pengiklan mengemukakan bahwa penyelipan bahasa Inggris tidak ada hubungannya dengan upaya pengiklan melakukan *positioning*. Menurut Sugihyani, *Nokia 2600 Classic* merupakan ponsel *connecting people*. Dalam hal ini, fitur-fitur *nokia 2600 Classic* yang dapat menghubungkan pemilik dengan orang lain merupakan karakteristik yang ditonjolkan untuk mengkomunikasikan *positioning* tersebut.

4.1.1.5 Simpulan Analisis Iklan *Nokia 2600 Classic*

Kata *classic* pada *Nokia 2600 Classic* memiliki makna khusus. Kata ini menyatakan bahwa *Nokia 2600 Classic* merupakan ‘ponsel bernilai dan berkualitas tinggi’. Di samping itu, *headline* “me & my Nokia 2600 Classic” memberikan konotasi bahwa ‘ponsel *Nokia 2600 Classic* merupakan sahabat sejati bagi pemiliknya’. Selain itu, *subheadline* yang berada di sekeliling tanda ikonis *Nokia 2600 Classic* menunjukkan kesan ‘sebuah ponsel yang lengkap’. Dengan kata lain, Nokia tipe ini adalah sahabat yang menyediakan banyak hal bernilai dan berkualitas yang khalayak butuhkan.

Sebagai ponsel yang mampu menyediakan segala kebutuhan pemiliknya, *Nokia 2600 Classic* dicitrakan sebagai ponsel yang memiliki banyak fitur bermutu tinggi. Dengan demikian, *positioning* yang didapat berbeda dengan yang diupayakan pengiklan.

Pengiklan menyatakan bahwa *positioning Nokia 2600 Classic* ialah *connecting people* dan bahasa Inggris dalam iklan ini tidak ada kaitannya dengan upaya pembentukan citra tersebut. Bagaimanapun juga, kajian lebih jauh pada tanda verbal bahasa Inggris memperlihatkan bahwa ponsel ini tidak hanya merupakan ponsel *connecting people* yang sekedar ‘menghubungkan satu individu dengan individu lainnya’. Didukung oleh tanda verbal bahasa Indonesia pada *body text*, bahasa Inggris memberikan citra ‘ponsel yang memiliki fitur yang lengkap, bernilai, dan berkualitas tinggi sehingga memungkinkan pemiliknya berhubungan dengan dunia di luar dirinya’. Dalam hal ini, *Nokia 2600 Classic* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menelpon dan berkirim pesan singkat, tetapi menghubungkan pemiliknya dengan dunia di luar dirinya, peristiwa yang terjadi di dalam dan luar negeri, gosip yang sedang hangat, musik lokal maupun

mancanegara yang sedang tren, dan sebagainya. Singkatnya, meskipun pengiklan menyatakan bahwa bahasa Inggris tidak ada kaitannya dengan upaya pengiklan melakukan *positioning*, unsur bahasa Inggris dalam iklan membentuk citra tertentu yang menunjang *positioning*.

Terkait dengan hal tersebut, pengiklan menggunakan strategi penonjolan karakteristik produk dalam mengkomunikasikan *positioning*nya. Karakteristik yang ditonjolkan ialah karakteristik fisik, yaitu warna, kualitas, dan kelengkapan fiturnya.

Sementara itu, pembaca iklan sebagai khalayak sasaran memaknai penyelipan bahasa Inggris pada iklan berbahasa Indonesia lebih dari apa yang dimaksudkan pengiklan. Dari segi pengiklan, penyelipan bahasa Inggris pada iklan Nokia berbahasa Indonesia dimaksudkan untuk memberikan kesan 'modern' dan 'internasional'. Dalam sudut pandang pembaca iklan, mereka menyatakan bahwa bahasa Inggris pada iklan *Nokia 2600 Classic* tidak hanya memberikan kesan 'mendunia' (internasional) dan 'modern'. Produk yang diiklankan dengan menyelipkan bahasa Inggris merupakan produk yang 'bagus' dan 'menarik', 'gaul', dan 'trendi'. Hal ini menyuguhkan fakta bahwa meskipun pengiklan bermaksud hanya memberikan kesan 'modern' dan 'internasional', khalayak memaknainya lebih dari itu. *Nokia 2600 Classic* yang diiklankan dengan memuat banyak tanda verbal bahasa Inggris dianggap lebih bagus dan menarik, gaul, dan trendi.

4.1.2 Iklan *Nokia Black Edition*



(Sumber: Hai No 20, 19—25 Mei 2008: 39)

Visual: Gambar *Nokia 6500 classic*, *Nokia 6500 slide*, dan *Nokia 6300* disusun membentuk suatu formasi. Susunan tersebut menunjukkan keunikan *Nokia Black Edition* dan terkesan berteknologi tinggi. Dilihat dari susunan yang memperlihatkan *Nokia Black Edition* dari segala sisi, formasi gambar *Nokia Black Edition* menyatakan kepercayaan diri Nokia dan kekuatan yang dimiliki Nokia edisi ini. Rasa percaya diri ditunjukkan dengan keberanian *Nokia Black Edition* memperlihatkan dirinya dari segala sisi. Seseorang atau sesuatu yang berani dilihat dari segala sisi menunjukkan bahwa ia yakin dengan keelokan bentuk, kelebihan, dan kualitas dirinya.

Warna ponsel hitam yang ditampilkan menjelaskan tipe-tipe ponsel Nokia yang ditawarkan, yakni *Black Edition*. Gambar di pojok bawah memperlihatkan tipe-tipe yang tergolong ke dalam *Black Edition*, yaitu *Nokia 6500 classic*, *Nokia 6500 slide*, dan *Nokia 6300*. Warna hitam diasosiasikan sebagai warna yang kuat, dan elegan. Inilah yang ingin dinyatakan oleh ponsel *Nokia* edisi ini. *Nokia Black*

Edition ialah ponsel yang memberikan rasa percaya diri, berkualitas, elegan, dan kokoh.

4.1.2.1 Konotasi Tanda Verbal bahasa Inggris

1. *Konsep ponsel terbaru yang berkualitas dan berdesain menarik (Verbal: renew your phone).*

Pada tataran denotasi, *renew your phone* bermakna ‘memperbarui telepon Anda’ (C¹). Pada tataran konotasi, kalimat ini merupakan sebuah tanda yang dapat berkembang ke arah makna yang lebih luas. Tanda verbal *your phone* ‘telepon Anda’ disandingkan dengan tanda ikonis ponsel, dan tanda verbal bahasa Indonesia “ponsel lama Anda” memperlihatkan bahwa telepon yang dimaksud ialah telepon genggam (ponsel) yang sekarang dimiliki khalayak.

Sementara itu, kata *renew* yang secara denotatif bermakna ‘memperbarui’ disandingkan dengan tanda verbal bahasa Indonesia dalam *subheadline* “tukarkan ponsel lama Anda dengan paket *Nokia Black Edition*” memberikan makna khusus pada kata-kata *renew your phone*. Digabungkan dengan tanda verbal bahasa Indonesia “tukarkan ponsel lama Anda” *renew your phone* mendapat konotasi bahwa ponsel *Black Edition* merupakan ‘ponsel keluaran terbaru yang memperbarui ponsel lama milik khalayak’ (C²). Jadi, dengan menempatkan dirinya sebagai ponsel keluaran terbaru yang memperbarui ponsel lama khalayak, *Nokia Black Edition* menunjukkan bahwa ponsel yang sekarang dimiliki khalayak telah ketinggalan jaman.

Tanda ikonis berupa formasi *Nokia Black Edition* menunjukkan apa yang ponsel ini tawarkan dan coba diperbarui dari ponsel keluaran sebelumnya. Formasi yang menjulang tinggi dan dapat dilihat dari segala sisi menunjukkan bahwa ponsel ini yakin dengan kelebihan fisiknya. *Nokia Black Edition* menampilkan dirinya dengan anggun dan elegan sehingga terlihat menarik untuk dilihat. Sebagai tambahan informasi, tanda verbal bahasa Indonesia “permukaan metalnya yang elegan”³⁰ menunjukkan bahwa ponsel ini diperlihatkan sebagai ponsel yang

³⁰ Tanda verbal bahasa Indonesia ini diambil dari iklan Nokia tipe sejenis dengan *headline* “Kenyamanan dalam genggamannya” yang juga menjadi data dalam penelitian ini. Tanda verbal bahasa Indonesia ini sengaja dihadirkan di sini untuk memperlihatkan citra desain *Nokia Black Edition* yang sedang dikomunikasikan oleh pengiklan melalui iklan-iklan Nokia tipe ini.

elegan. Dengan demikian, tanda verbal bahasa Inggris *renew your phone* dan tanda ikonis dalam iklan menyatakan bahwa *Nokia Black Edition* memperbarui tampilan (desain) ponsel yang lama. Pendeknya, ponsel ini memiliki desain yang menarik.

Sesuatu yang baru (pengganti yang lama) belum tentu berkualitas tinggi. Akan tetapi, penggunaan bahasa Inggris pada *headline* dalam iklan ini memberikan makna lain pada *phone (Nokia Black Edition)* yang dimaksud. Kita mengetahui bahwa bahasa Inggris banyak digunakan untuk menyatakan istilah-istilah dalam dunia teknologi tinggi, seperti *microSD, GB, bluetooth, GPRS, video recorder* dan sebagainya. Kenyataan tersebut mendefinisikan makna ‘baru’ yang melekat pada *Nokia Black Edition*. Melalui penyelipan bahasa Inggris pada iklan ini, konsep baru yang ditawarkan *Nokia Black Edition* memiliki kesan berkualitas tinggi. Jadi, sebagai pengganti atau pembaharu ponsel terdahulu yang dimiliki khalayak, *Nokia Black Edition* merupakan ponsel berdesain menarik yang memperhatikan kualitasnya.

2. Konsep ponsel yang eksklusif dan istimewa (Verbal: *It's time* dan *Edition*)

Pada tataran pertama, tanda verbal bahasa Inggris *It's time* berdenotasi ‘sekaranglah saatnya’. Makna denotatif ini dapat mengalami perkembangan makna yang berbeda. *It's time* pada tataran konotasi menunjukkan bahwa jika bukan sekarang, tidak ada waktu lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa saat itu adalah waktu yang khusus karena di saat yang lain tidak akan didapatkan lagi.

Sementara itu, tanda verbal *edition* pada tataran pertama bermakna ‘edisi’, dan pada tataran kedua dapat mengalami perkembangan makna. Edisi menunjukkan suatu barang yang dikeluarkan pada waktu tertentu. Misalnya, majalah *Femina edisi lebaran* memperlihatkan bahwa majalah femina yang dimaksud khusus hanya dapat dipeoleh pada saat tersebut. Jadi, kata *edition* dalam iklan ini berkonotasi ‘khusus’ karena hanya didapatkan pada waktu tertentu.

Di samping itu, dalam iklan terdapat tanda verbal bahasa Indonesia pada *body text* yang berbunyi “penawaran terbatas ini hanya berlaku di wilayah jabodetabek mulai 15 Mei—15 Juni 2008”. Gabungan tanda verbal berbahasa Indonesia tersebut dan tanda verbal bahasa Inggris *it's time* dan *edition*

memberikan konotasi bahwa ponsel *Black Edition* merupakan ‘ponsel eksklusif dan istimewa’ (C²). Makna ‘eksklusif’ di dapat dari waktu dan tempat penawaran yang sangat terbatas. Selain tanggal 15 Mei—15 Juni (*it’ time*) dan di jabodetabek, khalayak tidak dapat mendapatkan penawaran khusus ini. Dengan demikian, ponsel ini merupakan ponsel istimewa yang akan dicari.

3. Konsep Nokia Black Edition sebagai gaya hidup masa kini (verbal: *renew*).

Sebagaimana yang dijelaskan dalam konotasi (1), tanda verbal bahasa Inggris *renew* yang secara denotatif bermakna ‘memperbarui’ mengkonotasikan *Nokia Black Edition* sebagai ‘ponsel terbaru yang berkualitas dan berdesain menarik’. Di samping konotasi tersebut, tanda verbal bahasa Inggris *renew* juga dapat mengkonotasikan *Nokia Black Edition* sebagai ponsel yang digunakan untuk menunjukkan sebuah ‘gaya hidup’ (C²), khususnya gaya hidup perkotaan³¹.

Konotasi tersebut didapat dari cara orang perkotaan menunjukkan gaya hidupnya, yaitu selalu mengikuti tren (gaya mutakhir³²). Sebagai ponsel terbaru yang berkualitas dan hanya dapat didapatkan di jabodetabek tentu saja ponsel ini menjadi tren yang dipakai untuk menunjukkan gaya hidup yang mereka miliki. Di samping itu, bahasa Inggris dalam *renew* atau pada kata-kata di *headline* dan beberapa kata di *body text* memperkuat konotasi *Nokia Black Edition* sebagai ponsel yang digunakan untuk menunjukkan gaya hidup masa kini. Orang-orang yang memahami dan dapat menggunakan bahasa Inggris adalah orang-orang yang dapat mengikuti arus perkembangan jaman.

Di masyarakat perkotaan, bahasa Inggris menjadi bahasa pergaulan di antara anak-anak remaja dan sering didapati di media cetak maupun elektronik. Jadi, bahasa Inggris telah menjadi *life style* bagi orang Indonesia khususnya orang perkotaan. Tidak menguasai bahasa Inggris terasa menjadi orang yang tertinggal di belakang. Dengan demikian, dengan menggunakan bahasa Inggris pada

³¹ Saya menyebutkan orang perkotaan karena dalam iklan *Nokia Black Edition* terdapat tanda verbal bahasa Indonesia yang menyatakan bahwa penawaran paket *Nokia Black Edition* hanya dapat didapatkan di Jabodetabek. Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) merupakan daerah perkotaan. Berdasarkan hal tersebut, saya berpendapat bahwa khalayak sasaran *Nokia Black Edition* adalah orang-orang perkotaan.

³² Tren dalam KBBI didefinisikan sebagai gaya mutakhir (2003: 1210)

iklannya *Nokia Black Edition* mendapat konotasi sebagai ponsel yang digunakan untuk menunjukkan gaya hidup modern.

3. Konsep *Nokia Black Edition* sebagai ponsel berdesain kuat dan elegan (Verbal: *Black*).

Pada signifikasi sistem pertama, *black* bermakna ‘warna hitam’. Signifikasi pada sistem pertama ini dapat mengalami perkembangan makna. Tanda ikonis dan verbal *black* bersinergi membentuk konotasi produk Nokia yang diiklankan. *Black* berkonotasi kuat dan elegan³³. Dalam hal ini, tanda ikonis pada iklan memperlihatkan formasi yang menunjukkan kekuatan dan elegansi *Nokia*. Selain itu, digabungkan dengan tanda verbal bahasa Indonesia “permukaan metalnya yang elegan³⁴”, kata *black* tersebut di atas memiliki konotasi elegan dan kuat.

4.1.2.2 Peran Tanda Verbal Bahasa Inggris dalam Upaya *Positioning Nokia Black Edition*

Positioning merupakan pembentukan persepsi khalayak tentang suatu produk. Satu cara yang digunakan pengiklan untuk membentuk persepsi khalayak (menurut Davis A. Aacker) ialah dengan menonjolkan karakteristik produk melalui unsur-unsur dalam iklan. Karakteristik produk yang ditonjolkan ialah karakteristik fisik. Melalui tanda ikonis dan tanda verbal dalam iklan-iklan *Nokia 6500 classic*, *Nokia 6500 slide*, dan *Nokia 6300*, karakteristik yang ditonjolkan ialah desain ponsel dan kualitasnya.

Sementara itu, tanda verbal bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan berbahasa Indonesia ini memberikan makna khusus pada produk *Nokia 6500 classic*, *Nokia 6500 slide*, dan *Nokia 6300* yang diiklankan. Dalam struktur iklan ini, tanda verbal bahasa Inggris menempati *headline* dan beberapa kata dalam *body text*. *Headline* merupakan bagian yang mendapatkan perhatian pembaca iklan. Dengan demikian, penempatan bahasa Inggris pada *headline* mengesankan

³³ Leatrice Eisman dalam bukunya “More Alive with Colour” mengemukakan bahwa warna hitam memiliki arti elegan dan kuat (dalam Kompas 2009).

³⁴ Tertulis dalam iklan Nokia 6500 series (tipe Black edition) dengan tema “Kenyamanan dalam genggamannya Anda”

bahwa citra yang dimiliki bahasa Inggris ditonjolkan untuk mempengaruhi pencitraan pada produk yang diiklankan.

Tanda verbal bahasa Inggris *renew your phone* disinergikan dengan tanda ikonis dan tanda verbal berbahasa Indonesia dalam iklan memberikan konotasi pada *Nokia Black Edition* sebagai ‘ponsel terbaru yang memperbarui desain dan kualitas ponsel lama milik khalayak’. Ponsel ini digunakan oleh khalayak untuk menunjukkan ‘gaya hidupnya’, yaitu gaya hidup perkotaan. Sementara itu, *black* diasosiasikan dengan elegan dan kuat, sehingga desain yang dimiliki *Nokia Black Edition* adalah desain yang elegan. Selain itu, tanda verbal *it's time* dan *edition* mengkonotasikan *Nokia Black Edition* sebagai ponsel yang eksklusif dan istimewa.

Berdasarkan konotasi-konotasi tersebut, ada dua hal yang ditonjolkan oleh *Nokia Black Edition*. Pertama ialah desainnya. Ponsel ini ditampilkan sebagai ponsel yang memiliki desain elegan dan berkarakter kuat. Kedua ialah sifat modern yang merujuk pada sebuah gaya hidup. Terlebih, kata *jabodetabek* dalam iklan menunjukkan kesan eksklusif. Kesan ini mengarah pada sebuah gaya hidup orang-orang perkotaan yang selalu menjadi *trensetter*. Suatu gaya hidup yang selalu ingin ditiru bahkan oleh orang-orang pedesaan.

Berdasarkan dua hal tersebut di atas, *Nokia Black Edition* dicitrakan sebagai ponsel yang memiliki desain yang menarik (elegan dan berkarakter kuat) dan bergaya mutakhir. Bergaya mutakhir karena ponsel ini membarui kualitas dan penampilan ponsel keluaran terdahulu. Dengan demikian, konotasi tanda verbal bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia Black Edition* menunjang upaya *positioning* pengiklan.

4.1.2.3 Pemaknaan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Khalayak

a) Informan 1

Informan menyatakan bahwa melalui *headline* pada iklan *Nokia Black Edition* “It’s time to renew your phone” pengiklan sedang mengatakan pada khalayak untuk mengganti ponsel yang dimilikinya sekarang. Persandingan *headline* dengan tanda ikonis *Black Edition* menyatakan bahwa khalayak perlu

mengganti ponsel lamanya dengan *Nokia Black Edition*; *Nokia 6500 Classic*, *Nokia 6500 Slide*, dan *Nokia 6300*.

Tanda ikonis yang menunjukkan formasi ponsel *Nokia Black Edition* dan tanda verbal bahasa Inggris yang menyertainya mendapat pemaknaan khusus bagi informan. Informan menyatakan bahwa ilustrasi *Nokia Black Edition* dan bahasa Inggris pada iklan memberikan kesan futuristik, robotik, modern, dan keren. Kesan robotik khusus diberikan pada tanda ikonis *Nokia Black Edition*. *Nokia Black Edition* yang disusun membentuk formasi tertentu memberikan kesan seperti robot yang dirancang dengan teknologi tinggi. Dengan demikian, informan sedang mengungkapkan bahwa bahasa Inggris yang diselipkan dan tanda ikonis yang ada pada iklan bersinergi memberikan citra ponsel yang keren, modern, dan dirancang dengan teknologi tinggi.

Selanjutnya, tanda verbal bahasa Inggris *Black Edition* menurut informan terkesan eksklusif. Hal ini berarti bahwa ponsel ini dirancang khusus bagi orang-orang pilihan. Di samping itu, kata *black* memperlihatkan bahwa ponsel yang termasuk ke dalam *black edition* merupakan ponsel elegan dan mewah. Dengan demikian, khalayak sasaran iklan ini adalah orang-orang kelas atas.

Menurut informan, pengiklan menonjolkan desain *Nokia 6500 Classic*, *Nokia 6500 Slide*, dan *Nokia 6300* dalam komunikasi periklanannya. *Nokia Black edition* ini terlihat *fashionable* dan mewah. Penonjolan desain ponsel tersebut dilihat dari tanda ikonis yang menampakkan keelokan *Nokia Black Edition*, dan tanda verbal *renew our phone* dan *black edition*. Unsur-unsur tersebut memberikan makna bahwa ponsel ini khusus dirancang untuk khalayak yang peduli dengan penampilan dan gaya.

b) Informan 2

Formasi ponsel *Nokia Black Edition* dalam iklan menarik perhatian informan. Formasi tersebut memberikan kesan ponsel yang modern dan berteknologi tinggi. Didukung oleh penyelipan bahasa Inggris pada iklan ini, *Nokia Black Edition* mendapatkan kesan oleh informan sebagai ponsel dengan model terbaru, modern, dan gaul. Jadi, *headline* “it’s time to renew your phone” pada iklan menyatakan

bahwa *Nokia Black Edition* merupakan ponsel rancangan terbaru, modern, dan gaul yang layak menggantikan ponsel lama milik khalayak.

Beralih pada tanda verbal *black edition*, informan mengungkapkan bahwa *black* memberikan kesan ponsel yang keren dan sangat lelaki. Pilihan bahasa Inggris pada kata ini memberikan makna khusus pada ponsel edisi ini. Menariknya, informan berpendapat bahwa kata-kata bahasa Inggris *black edition* mendapat kesan lebih keren dibandingkan dengan kata-kata *edisi hitam*. Informan berpendapat bahwa, kata-kata bahasa Indonesia *edisi hitam* mengurangi kesan keren pada ponsel yang diiklankan, dan justru memberikan kesan mistis.

Tanda verbal bahasa Inggris dan tanda ikonis dalam iklan ini menyatakan pada khalayak bahwa *Nokia 6500 Classic*, *Nokia 6500 Slide*, dan *Nokia 6300* menonjolkan desain produknya. Informan menambahkan bahwa iklan ini menonjolkan suatu gaya hidup bersama *Nokia Black Edition*. Dengan memiliki ponsel ini, khalayak memiliki gaya hidup modern karena memiliki sebuah ponsel rancangan terbaru dan keren.

c) Informan 3

Melalui *headline* “It’s time to renew your phone” pada iklan *Nokia Black Edition*, informan ini berpendapat bahwa pengiklan ingin menyampaikan pada khalayak bahwa sekarang waktu yang tepat untuk memperbarui ponselnya. Tanda ikonis *Nokia Black Edition* memperjelas maksud pengiklan bahwa *Nokia Black Edition* menyempurnakan ponsel lama milik khalayak. Dengan kata lain, beberapa kecanggihan yang tidak didapatkan pada ponsel miliknya sekarang, kini dapat didapat pada *Nokia Black Edition* yang akan segera menggantikannya. Dengan demikian, *Nokia Black Edition* mendapat kesan sebagai ponsel keluaran terbaru yang tepat untuk menggantikan ponsel keluaran terdahulu.

Informan mengungkapkan bahwa bahasa Inggris pada *headline* dan beberapa kata pada *body text* memberikan kesan bahwa *Nokia Black Edition* adalah ponsel pembaharu yang menarik untuk dimiliki karena ponsel ini keren dan memiliki keunggulan-keunggulan. Kesan tersebut didapat karena bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang digunakan di seluruh dunia. Bagi informan, internasional mengesankan luar negeri dan luar negeri terkesan lebih keren dan

lebih baik dari pada Indonesia. Jadi, dengan menyelipkan bahasa Inggris pada komunikasi periklanannya, *Nokia Black Edition* mendapatkan kesan keren dan unggul.

Kata *black* pada *black edition* mendapat makna khusus oleh informan. *Black* dimaknai sebagai sesuatu yang elegan dan simpel. Di samping itu, tanda ikonis berupa formasi *Nokia Black Edition* mengesankan ponsel yang memiliki desain unik, memiliki beberapa desain dalam satu tipe (*Black Edition*), dan memiliki tampilan yang keren. Berdasarkan tanda verbal bahasa Inggris *black*, tanda verbal bahasa Inggris lainnya, serta tanda ikonis dalam iklan tersebut menunjukkan bahwa *Nokia Nokia 6500 Classic*, *Nokia 6500 Slide*, dan *Nokia 6300* menonjolkan desainnya yang unik dan elegan. Ponsel ini ditampilkan sebagai ponsel yang memiliki keistimewaan desain yang unggul dibandingkan ponsel lainnya.

d) Informan 4

Berdasarkan tanda verbal bahasa Inggris pada *headline* dan tanda ikonis *Nokia Black Edition*, informan menangkap pesan bahwa *Nokia Black Edition* memperbarui ponsel lama milik khalayak. Tanda ikonis berupa *Nokia Black Edition* dalam formasi bersusun memberikan kesan ponsel yang unik dan modern bagi informan. Kesan tersebut diperkuat oleh bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia Black Edition*. Bahasa Inggris pada iklan memiliki makna khusus bagi informan. Bahasa Inggris memberikan kesan keren dan modern. Dengan demikian, *Nokia Black Edition* terkesan unik, keren, dan modern dalam iklan ini.

Berdasarkan tanda ikonis dan verbal bahasa Inggris yang ada, informan menyatakan bahwa *Nokia Black Edition* menonjolkan fisik atau desain ponselnya. *Nokia Black Edition* ditampilkan sebagai ponsel yang memiliki keunggulan desain yang keren dan unik sehingga memperbarui tampilan ponsel lama milik khalayak. Dengan memiliki salah satu tipe *Nokia Black Edition*, khalayak juga dapat memperbarui penampilannya menjadi lebih keren.

4.1.2.4. Tujuan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Pengiklan

Dengan menyelipkan bahasa Inggris dalam komunikasi periklanannya, pengiklan ingin menyampaikan citra “modern” dan “internasional” pada *Nokia Black Edition*. Dalam hal ini, tidak ada citra lain yang ingin dibentuk oleh pengiklan melainkan hanya dua citra tersebut.

*Modern*³⁵ bermakna terbaru atau mutakhir, dan *internasional*³⁶ berarti menyangkut bangsa atau negeri seluruh dunia. Dua kata tersebut menunjukkan bahwa melalui bahasa Inggris pada iklan *Nokia Black Edition*, pengiklan bermaksud membentuk persepsi tertentu tentang *Nokia Black Edition*. Ponsel ini adalah ponsel paling mutakhir baik dari segi desain maupun teknologi di dalamnya. Kemutakhiran ponsel ini telah dikenal dan diakui oleh orang-orang di seluruh dunia.

Terkait dengan *positioning Nokia Black Edition*, Direktur Pemasaran Nokia Indonesia menyatakan bahwa melalui unsur-unsur dalam iklan (verbal dan ikonis) pengiklan berupaya mengkomunikasikan *Nokia Black Edition* sebagai ponsel *fashionably stylish*. *Fashionably stylish* berarti bergaya mutakhir. Ini berarti bahwa pengiklan menonjolkan sisi desain yang menarik yang sesuai untuk menambah gaya terkini pemiliknya. Sebagai tambahan informasi, pengiklan menyatakan bahwa bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan ini tidak ada kaitannya dengan *positioning* yang dilakukan.

4.1.2.5 Simpulan Analisis pada Iklan *Nokia Black Edition*

Tanda verbal bahasa Inggris dalam iklan *Nokia Black Edition* ditempatkan pada *headline* dan beberapa kata pada *body text*. Tanda-tanda verbal tersebut memberikan makna konotatif bagi *Nokia Black Edition*. Tanda verbal bahasa Inggris *it's time to renew your phone* menunjukkan ponsel *Nokia Black Edition* sebagai ponsel terbaru yang eksklusif dan istimewa. Di samping itu, ponsel ini sebagai pembaharu bagi ponsel terdahulu yang dimiliki khalayak. Dalam hal ini, *Nokia Black Edition* memperbaiki kualitas dan tampilan (desain yang elegan dan kuat) ponsel sebelumnya. Dengan kata lain, ponsel selain tipe *Nokia Black Edition*

³⁵ KBBI (2005: 751)

³⁶ KBBI (2005: 439)

adalah ponsel yang ketinggalan jaman dan usang sehingga perlu diperbarui dan diganti.

Kata-kata *renew* dalam iklan *Nokia Black Edition* juga memiliki konotasi bahwa *Nokia Black Edition* dapat digunakan untuk menunjukkan sebuah gaya hidup. Konotasi tersebut didapat dari cara orang perkotaan menunjukkan gaya hidupnya, yaitu selalu mengikuti tren (gaya mutakhir). Sebagai ponsel terbaru yang berkualitas dan penawaran promonya hanya dapat didapatkan di jabodetabek tentu saja ponsel ini menjadi tren yang dipakai untuk menunjukkan gaya hidup perkotaan yang mereka miliki.

Konotasi-konotasi tanda verbal bahasa Inggris di atas menunjang *positioning* produk yang diiklankan. Berdasarkan konotasi tersebut, *Nokia Black Edition* menonjolkan tampilan (desain) ponsel yang menarik (elegan dan berkarakter kuat), berkualitas, eksklusif dan istimewa. Dengan memiliki ponsel ini, khalayak akan dapat menunjukkan sebuah gaya mutakhir orang-orang perkotaan, sehingga tidak tampak ketinggalan jaman. Akan tetapi, menurut pengakuan Direktur Pemasaran *Nokia* Indonesia, bahasa Inggris dalam iklan tidak ada kaitannya dengan upaya pengiklan melakukan *positioning*. Ia menyatakan bahwa *positioning Nokia Black Edition* ialah *fashionably stylish*, bergaya mutakhir.

Meskipun pengiklan menyatakan tidak menggunakan bahasa Inggris untuk mengkomunikasikan *positioningnya*, kajian lebih dalam pada tanda verbal bahasa Inggris menunjukkan bahwa konotasi tanda verbal tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra *Nokia Black Edition*. Konotasi tanda verbal bahasa Inggris yang telah disebutkan sebelumnya mencitrakan sebuah ponsel yang dirancang dengan desain terbaru yang elegan yang menambah gaya pemiliknya. Dengan demikian, konotasi tersebut menunjukkan bahwa ponsel ini pantas dimiliki karena merupakan ponsel yang membuat pemiliknya lebih bergaya trendi. Pendeknya, walaupun bahasa Inggris oleh pengiklan tidak dimaksudkan untuk menyampaikan *positioning*, berdasarkan analisis tanda ini mendukung *positioning Nokia Black Edition*.

Informan juga menangkap *positioning* yang sedang diupayakan oleh pengiklan melalui komunikasi periklanannya. Informan menyatakan bahwa *Nokia*

Black Edition dalam iklannya menonjolkan desain atau tampilan fisiknya. Desain yang dimiliki *Nokia Black Edition* memiliki kesan sebagai desain yang keren dan modern, dan keistimewaan ini ditonjolkan dalam komunikasi periklanannya. Pembaca iklan menangkap citra desain yang keren dan moden tersebut karena kehadiran tanda ikonis dan penyelipan bahasa Inggris pada iklan ini.

Oleh informan, bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia Black Edition* dimaknai lebih dari yang dimaksudkan pengiklan. Informan menyatakan bahwa penyelipan bahasa Inggris pada iklan *Nokia* berbahasa Indonesia tidak saja mengesankan ponsel yang modern dan digunakan di dunia. Selain kesan tersebut, informan juga mendapatkan kesan lain dari penyelipan bahasa Inggris pada iklan *Nokia* berbahasa Indonesia. Ponsel yang diiklankan terkesan keren dan menarik. Selain itu, menariknya, informan mengemukakan bahwa tanpa bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan berbahasa Indonesia, iklan tersebut terkesan kaku, kuno, dan kurang modern.

4.1.3 Iklan Nokia 5310 Xpress Music dan 5610 Xpress Music.



(Sumber: Hai No 8, 25 februari—2 Maret 2008: 1)

Visual: Gambar *Nokia 5310 Xpress Music* dan *Nokia 5610 Xpress Music* diletakkan di atas mesin pemutar piringan hitam. Nokia sebagai ponsel disejajarkan dengan mesin pemutar lagu/musik menunjukkan bahwa ponsel ini memiliki kecanggihan yang sama dengan mesin yang dapat memutar lagu/musik

dengan durasi yang lama. Garis panjang yang menunjukkan lama durasi dalam satu kali pemutaran dan tanda visual ‘putar (*play*) dan jeda (*pause*)’ yang berada di bawah tulisan *headline* memperlihatkan bahwa ponsel ini menitikberatkan pada keistimewaan bermusik yang dimilikinya. Terlebih lagi, di dalam layar kedua tipe Nokia ini tertulis *Xpress Music* yang mempertegas seri Nokia ini sebagai ponsel musik. Hemat saya, di samping kecanggihan lainnya sebagai produk ponsel, ponsel *Nokia* tipe ini memiliki keunggulan utama dalam memenuhi kebutuhan bermusik penggunanya. Menikmati musik melalui ponsel ini seperti menikmati musik dari perangkat elektronik musik atau instrumen musik dengan *sound system* lengkap. Bahkan, pengguna tidak akan dicemaskan dengan sedikitnya kemampuan batere dalam memutar lagu/musik karena kapasitas batere yang tahan lama.

4.1.3.1 Konotasi Tanda Verbal Bahasa Inggris

1. *Konsep hiburan yang keren dalam situasi dan kondisi apapun (Verbal: XpressMusic)*

Kata *xpress* yang dibaca /ik’spres/ sebenarnya merupakan kata modifikasi dari *express*. Modifikasi pada kata ini sengaja dilakukan untuk memberikan kesan tertentu. Secara denotasi *express* bermakna ‘mengekspresikan, menyatakan, mengutarakan, atau mengungkapkan’ (C¹). Jadi, *express music* berarti mengekspresikan musik.

Secara denotasi, musik³⁷ adalah ‘nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan’ (C¹). Akan tetapi, musik tidak sekedar sebagai nada berirama semata. Signifikasi ini dapat mengalami perkembangan makna. Musik berkonotasi ‘menghibur atau hiburan’ karena dampaknya menyenangkan hati. Sementara itu, kata *express* yang dalam tataran sistem pertama bermakna ‘mengekspresikan, menyatakan, mengutarakan, atau mengungkapkan’ juga dapat mengalami perkembangan makna. *Express* berarti mengungkapkan sesuatu, yaitu pikiran dan perasaan seseorang. Jadi, Pada pemaknaan tataran kedua, *express music* bermakna ‘mengungkapkan pikiran dan perasaan melalui musik yang menghibur’.

³⁷ KBBI (2005: 766)

Terlebih lagi, persandingan antara tanda verbal *xpress music* dan tanda ikonis *Nokia Nokia 5310 Xpress Music* dan *Nokia 5610 Xpress Music* menunjukkan bahwa kedua tipe ponsel ini memungkinkan penggunaanya mengungkapkan perasaan hati dan pikirannya melalui musik di manapun dan kapanpun. Dalam hal ini, bagaimanapun pikiran dan perasaan yang diungkapkan, sifat musik yang menghibur selalu memberikan efek senang dan gembira. Jadi, dengan memiliki *Nokia 5310 Xpress Music* atau *Nokia 5610 Xpress Music*, pemiliknya dapat mendapatkan hidup yang penuh dengan warna gembira dalam kondisi dan situasi apapun.

Perlu dicatat bahwa *xpress music* menggunakan bahasa Inggris. Bahasa Inggris pada tanda verbal ini memiliki makna khusus. Bahasa Inggris memiliki kesan keren. Maksudnya, seseorang yang dapat menguasai bahasa Inggris dianggap keren oleh lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, musik yang dititikberatkan pada ponsel ini mendapat kesan sebagai ponsel musik yang keren. Dalam hal ini, suara musik dan lagu dalam ponsel ini membuat pemiliknya menjadi lebih keren.

2. Konsep berkelas, bergensi, gaul, keren dan berjiwa muda (Verbal: *rock*)

Signifikasi *Rock* pada sistem pertama bermakna ‘menggoyang’ (C¹). Pada signifikasi sistem kedua, ‘menggoyang’ yang dimaksudkan di sini bukanlah goyangan yang membuat dunia terasa terombang-ambing. Dalam hal ini, tanda ikonis pada iklan menunjukkan bahwa bergoyang yang dimaksudkan berkaitan dengan dunia musik. Jadi, makna *bergoyang* di sini ialah ‘menggerakkan tubuh mengikuti irama musik’.

Selain itu, kata *rock* tidak merujuk pada goyangan dalam musik dangdut yang meliuk-liuk. Kata *rock* juga digunakan pada istilah *rock music* atau musik yang yang dicirikan dengan nada berat. Dengan demikian, goyangan dalam kata *rock* tidak bersifat meliuk-liuk dan menggoyang pinggul seperti goyangan dalam musik dangdut. Goyangan dalam *rock* bersifat menghentak dan mengguncang.

Goyangan dalam musik dangdut dalam bahasa Inggris menggunakan kata *shake*³⁸. Jadi, alih-alih menggunakan kata *shake*, pengiklan *Nokia 5310 Xpress Music* dan *Nokia 5610 Xpress Music* menggunakan kata *rock* untuk memberikan kesan berkelas, keren, bergengsi, dan berjiwa muda. Kesan ini didapat dengan membandingkan *rock* dengan *shake* dalam musik dangdut. Musik dangdut di Indonesia masih berada pada kelas sosial menengah ke bawah, bukan musik anak muda yang gaul, dan masih dianggap musik kampungan meskipun sekarang sedikit lebih diterima oleh masyarakat luas. Dengan demikian, melalui kata *rock* *Nokia 5310 Xpress Music* dan *Nokia 5610 Xpress Music* mendapat citra sebagai ‘ponsel orang-orang berkelas, keren, bergengsi, dan berjiwa muda’ (C²).

Bahasa Inggris yang digunakan dalam *headline* ini juga memberikan kesan tertentu. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa bahasa Inggris umumnya dikuasai oleh mereka yang benar-benar belajar baik secara formal seperti mengikuti kursus maupun secara informal. Mereka yang dapat menguasai bahasa Inggris mendapat citra terpelajar, modern, keren, dan gaul oleh temannya atau lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, bahasa Inggris pada iklan ini memberikan citra modern, keren, gaul, dan terpelajar.

3. Konsep semangat, hidup, dan aktif (*Verbal: rock your world*)

Rock your world secara denotatif berarti ‘goyanglah atau guncanglah duniamu’ (C¹). Merujuk pada cara menggoyang dalam istilah *rock* yaitu menghentak dan mengguncang (dijelaskan pada konsep 2 di atas), kata *rock* berkonotasi ‘semangat, hidup, dan aktif’ (C²). Jadi, kalimat *rock your world* merupakan ajakan pada khalayak untuk memiliki hidup yang penuh semangat, hidup, dan aktif. Konotasi aktif juga di dapat dari penggunaan bahasa Inggris pada *headline* dalam iklan ini. Bahasa Inggris cenderung menggunakan kalimat aktif dan menghindari klimat pasif. Hal ini mengesankan sifat orang-orang yang bertindak secara aktif. Dengan demikian, konotasi *rock* dan penggunaan bahasa Inggris pada kata tersebut menunjukkan bahwa pemilik *Nokia 5310 Xpress Music* dan *Nokia 5610 Xpress Music* tidak akan pernah merasa kesepian, lesu, dan jenuh karena

³⁸ Ketika marak pemberitaan tentang goyangan ngebor Inul Daratista beberapa tahun lalu, Koran-koran berbahasa Inggris, seperti *Jakarta Post* menggunakan kata *shake* sebagai arti goyang.

kehadiran musik dalam *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* yang memberikan warna dan semangat hidup yang penuh gairah.

4.1.3.2 Peran Tanda Verbal Bahasa Inggris dalam Upaya *Positioning* Nokia 5310 Xpress Music dan 5610 Xpress Music.

Pengiklan menggunakan strategi penonjolan karakteristik produk dalam mengkomunikasikan *positioning*nya. Musik merupakan satu keunggulan yang ditonjolkan pada *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music*. Dengan demikian, *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* dicitrakan sebagai ponsel musik yang dapat memuaskan hobi bermusik pemiliknya.

Tanda verbal *Xpress music* dan *rock your world* dan pilihan bahasa pada kata-kata ini mengkonotasikan *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* sebagai ponsel yang memberikan hiburan berkelas, bergengsi, keren, dan gaul bagi para pecinta musik yang berjiwa muda, semangat, dan aktif. Pendeknya, tanda verbal bahasa Inggris dalam iklan ini mendukung *positioning* *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* sebagai ponsel musik yang berbeda dengan ponsel lainnya.

4.1.3.3 Pemaknaan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Khalayak

a) Informan 1

Berdasarkan tanda verbal bahasa Inggris pada *headline* dan tanda ikonisnya, informan menangkap bahwa iklan ini menonjolkan fitur musik pada ponsel yang diiklankan. Musik adalah keunggulan yang dimiliki *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic*. Sebagai ponsel musik, *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* menyuguhkan musik yang keren sehingga mengesankan modern dan tidak ketinggalan jaman. Kesan tersebut didasarkan pada penyelipan bahasa Inggris pada iklan tersebut. Bahasa Inggris pada *headline* memberikan citra ponsel yang modern, baru dan berbeda dengan ponsel musik lainnya.

Penggunaan kata *Xpress* alih-alih *express* juga mendapat makna khusus oleh informan. Informan mengungkapkannya bahwa penyederhanaan *ex* menjadi *x* mengesankan unik, menarik, dan beda. Kesan tersebut juga melekat pada ponsel yang diiklankan. Oleh karena musik merupakan keistimewaan yang ditonjolkan

oleh *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic*, khalayak sasaran yang dituju oleh pengiklan ialah kawula muda pecinta musik. Dengan kata lain, berdasarkan cara penyampaian dan penggunaan bahasa Inggris pada iklan, iklan ini membidik khalayak yang berjiwa muda. Hal ini berarti bahwa orang tua yang tertarik pada *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* adalah orang tua yang berjiwa muda.

b) Informan 2

Tanda verbal bahasa Inggris pada *headline* yang berbunyi *XpressMusic. Rock your world* menyatakan pada khalayak untuk membuat dunianya lebih berwarna dengan musik di manapun dan kapanpun. Tanda ikonis *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* dalam iklan menegaskan bahwa hidup yang penuh warna dengan musik dapat didapat dengan menggunakan ponsel *Nokia 5310 XpressMusic* atau *Nokia 5610 XpressMusic*. Berdasarkan hal tersebut, informan menyatakan bahwa ponsel dalam iklan ini menonjolkan keistimewaan musiknya.

Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam *headline* tersebut mengesankan ponsel yang modern dan cocok bagi kawula muda. Kesan tersebut didapat karena bahasa Inggris memiliki kesan modern dan gaul. Dengan menyelipkan bahasa Inggris pada iklannya, ponsel *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* mendapatkan citra tersebut.

Ditanya mengenai khalayak sasaran iklan *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic*, informan mengakui bahwa iklan ini membidik kawula muda. Bahasa Inggris yang digunakan dan cara penyampaiannya memberikan kesan remaja dan gaul. Jadi, pesan yang ingin disampaikan pengiklan dapat sampai pada khalayak sasaran. Informan menambahkan bahwa kawula muda yang menjadi khalayak sasaran tidak harus pecinta musik (maniak musik) karena ia berpendapat bahwa musik identik dengan mereka yang berjiwa muda. Dengan kata lain, semua kawula muda menyukai musik dan tepat menjadi sasaran iklan *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* ini.

c) Informan 3

Kata *xpress music* dan visual ponsel *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* menarik perhatian informan. Kata-kata dalam *headline* dan ikon

ponsel *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* mengungkapkan pada khalayak bahwa khalayak dapat menikmati musik sesuka hati. Selebihnya, informan juga menyatakan bahwa musik merupakan dunia kita (anak muda) sehingga dengan *Nokia 5310 XpressMusic* atau *Nokia 5610 XpressMusic* khalayak dapat menikmati dunianya dengan lebih baik.

Kedua unsur dalam iklan tersebut memperlihatkan bahwa *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* menonjolkan fitur musiknya. Musik yang dihadirkan oleh *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* merupakan musik yang keren dan canggih. Kesan tersebut didapat dari penyelipan bahasa Inggris pada iklan ini. Bahasa Inggris menimbulkan kesan internasional, dan menurut informan internasional berarti luar negeri. Dalam hal ini, informan mengungkapkan bahwa luar negeri terkesan lebih canggih dari pada Indonesia. Dengan demikian, produk yang diiklankan dengan menyelipkan bahasa Inggris dalam iklannya mendapat kesan keren dan canggih. Selain keren dan canggih, informan menambahkan bahwa *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* yang diiklankan dengan menyelipkan bahasa Inggris juga mendapat kesan elegan. Jadi, keistimewaan musik yang ditonjolkan ponsel ini menunjukkan bahwa *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* bukan ponsel musik biasa, melainkan ponsel musik yang keren, canggih, dan elegan.

d) Informan 4

Xpress music. Rock your world menyatakan pada khalayak bahwa *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* memiliki suara musik yang bagus. Dalam hal ini, kata *rock* memberikan kesan tersebut, bahwa *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* memiliki suara musik yang kencang dan bagus. Kemudian, informan juga menjelaskan bahwa kata-kata dalam *headline* ini mengungkapkan bahwa ponsel ini dapat membuat dunia khalayak menjadi berwarna dan tidak membosankan.

Pilihan *x* alih-alih *ex* pada kata *xpress* memberikan kesan lebih keren. Terlebih lagi, bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam *headline* mengesankan musik yang dihadirkan oleh *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* merupakan musik yang berkualitas (berstandar internasional) dan

keren. Sementara itu, berdasarkan unsur-unsur dalam iklan yang mengarah pada kelebihan fitur musik yang dimiliki *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music*, informan berpendapat bahwa ponsel ini menonjolkan keunggulan musiknya. Ponsel ini adalah ponsel musik berkualitas dan keren.

4.1.3.4. Tujuan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Pengiklan

Direktur pemasaran *Nokia* Indonesia menyatakan bahwa bahasa Inggris diselipkan dalam iklan *Nokia* berbahasa Indonesia dimaksudkan untuk memberikan kesan "modern" dan "internasional" pada produk yang diiklankan. Kesan ini sama dengan yang dimaksudkan pada dua iklan yang telah dibahas sebelumnya.

Dikaitkan dengan karakteristik produk yang ditonjolkan, yakni musik, pengiklan ingin menyampaikan bahwa musik yang dihadirkan dalam ponsel ini adalah musik yang berkualitas standar internasional sehingga memberikan kesan modern bagi pemilikinya. Penonjolan karakteristik ini diutarakan baik melalui tanda verbal maupun ikonis dalam iklan. Tanda verbal pada *headline* "Xpress music. Rock your world" dan pada nama tipe ponsel ini "Nokia 5310XpressMusic dan Nokia 5610XpressMusic" menyatakan bahwa ponsel ini adalah ponsel musik. Tanda ikonis berupa mesin pemutar piringan hitam juga mengungkapkan *positioning* produk tersebut.

4.1.3.5 Simpulan Analisis pada Iklan *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music*.

Direktur Pemasaran *Nokia* Indonesia, Riadi Sugihitani, menyatakan bahwa bahasa Inggris dalam iklan *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* ditujukan untuk memberikan kesan 'modern' dan 'internasional'. Namun pengiklan mengakui bahwa bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia* berbahasa Indonesia tidak berkaitan dengan upaya pengiklan melakukan *positioning*. Sungguhpun demikian, kajian lebih dalam pada tanda verbal bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* membentuk citra tertentu pada fitur musik yang ditonjolkan pengiklan. Dengan kata lain, konotasi tanda verbal bahasa Inggris pada iklan menunjang pengkomunikasian *positioning* produk yang diiklankan.

Konotasi tanda verbal bahasa Inggris *xpress music* dan *rock your world* menyatakan bahwa musik yang ada di *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* merupakan musik keren, berkelas, bergengsi, dan gaul sehingga cocok dengan pecinta musik yang berjiwa muda, semangat dan aktif. Dengan kata lain, musik yang dihadirkan dalam *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* memiliki citra berbeda dengan ponsel musik kebanyakan karena ponsel ini menonjolkan kualitas yang dimilikinya.

Informan juga menangkap pesan yang sedang dikomunikasikan oleh pengiklan. Informan mengungkapkan bahwa *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* merupakan ponsel musik. Berbeda dengan pengiklan, informan berpendapat bahwa bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan ini membangun citra tertentu pada fitur musik yang ditunjukkan. Informan mengungkapkan bahwa musik yang dihadirkan oleh *Nokia 5310 Xpress Music* dan *5610 Xpress Music* mendapat citra sebagai musik yang keren, canggih, modern, dan elegan. Dengan demikian ponsel ini menarik untuk dimiliki.

4.1.4 Iklan Nokia Nseries

Nokia Nseries presents
Artist of the Month

Nikmati FREE Truetone terbaru "Wonder Woman" dari album Bulan Jamesia di Nokia Nseries Anda di bulan April ini!

Ingin menikmati lagu artis favorite di ponsel Anda? Download langsung Truetone Artist of the Month selama bulan April ini langsung dari Nokia Nseries Music Catalogue di Nokia N70, N70 Music Edition, N71, N71 Music Edition, N76, N75 dan N95 8GB. Setiap bulan Anda bisa menikmati artis-artis favorite yang berbeda dengan merekamkannya secara GRATIS! Ganti ringtone Anda sekarang juga dengan Truetone Artist of the Month kali ini!

Available on CD & Cassette

EMMI

Nokia N70 Music Edition

Nokia N70

Nokia N95 8GB

Nokia N95

UPGRADE

Nokia dan Nokia merupakan merek dagang Nokia Corporation. © 2008 Nokia Corporation. Semua hak-hak dilindungi. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.nokia.com/indonesia. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.nokia.com/indonesia. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.nokia.com/indonesia.

(Sumber: Gadis No 12, 29 April—8 Mei 2008: 15)

Visual: Gambar *Nokia N73* dikelilingi dengan gemerlap bintang dan pelantang suara serta sorak sorai penikmat musik. Ilustrasi ini memperlihatkan bahwa ponsel ini diwarnai dengan musik dan penyanyi yang sedang naik daun (seorang bintang). Kemudian, ikon *Nokia Nseries* yang berada di layar ponsel ini mempertegas penyanyi yang dimaksud, yaitu Mulan Jameela. Mulan Jameela merupakan penyanyi yang digandrungi banyak anak muda yang ditahun 2008 mengeluarkan album *Wonder Woman*. Mulan Jameela yang ada di dalam ponsel *Nokia N73* menunjukkan keistimewaan yang dimiliki ponsel ini, yakni lagu Mulan Jameela dapat dinikmati secara gratis. Selain ponsel *N73*, ponsel seri N lainnya juga menempati ruang dalam iklan ini. Ini berarti bahwa kehadiran lagu Mulan Jameela bukan hanya dapat dinikmati di ponsel *Nokia N73*, tetapi juga di ponsel *Nokia* seri N lainnya, *N70*, *N76*, *N95 8GB*, dan *N95*.

4.1.4.1 Konotasi Tanda Verbal Bahasa Inggris

1. *Nokia Nseries* memiliki suara dan gambar yang berkualitas (*Verbal:Nokia NSeries Presents Artist of the month*).

Secara denotatif, *present artist of the month* bermakna ‘mempertunjukkan artis bulan ini’ (C¹). pada signifikasi sistem kedua (konotasi) *present* dalam kalimat *Nokia NSeries presents artist of the month* merupakan ungkapan yang menunjukkan personikasi. *Nokia NSeries* sebagai benda mati ditampilkan seperti makhluk hidup yang dapat berbuat sesuatu. Dalam hal ini, *Nokia NSeries* tidak ditampilkan sebagai benda mati yang bersifat dingin dan pasif, melainkan benda yang aktif bergerak, hidup, dan hangat. *Nokia NSeries* dapat mempertunjukkan *artist of the month* berarti bahwa *Nokia NSeries* diibaratkan sedang ‘mempersembahkan penampilan (konser) *artist of the month* bagi pelanggannya’.

Artist of the month yang dimaksudkan iklan ini ialah Mulan Jameela. Simpulan ini didasarkan pada tanda ikonis yang ada di dalam *Nokia N73* sebagai salah satu tipe *Nokia Nseries*. Mempertunjukkan penampilan Mulan Jameela dalam *Nokia NSeries* memiliki kesan bahwa *Nokia NSeries* secara langsung (*live*) menyelenggarakan konser Mulan Jameela. Dengan demikian, pengguna *Nokia NSeries* merasa seperti menonton konser Mulan Jameela secara langsung, dengan penampilan dan suara yang hidup dan hangat.

Melalui konotasi tersebut (menyelenggarakan konser Mulan Jameela) *Nokia Nseries* mendapatkan citra sebagai ponsel yang memiliki gambar/video dan suara yang berkualitas baik. Dengan menyatakan dirinya sebagai penyelenggara konser *artist of the month* dalam ponsel, *Nokia Nseries* ingin menunjukkan bahwa *Nokia Nseries* memiliki 'kualitas gambar dan suara yang handal' seperti layaknya menonton konser secara langsung.

2. *Konsep ponsel terkenal, mahal, dan berkelas (Verbal: Artist of the month, ikonis: Mulan Jameela)*

Tanda verbal bahasa Inggris *artist of the month* pada pemakaian sistem pertama bermakna 'artis di bulan ini' (C¹). Pada signifikasi tataran kedua, pemakaian ini dapat berkembang ke arah makna lain. Di dukung oleh tanda verbal bahasa Indonesia "ingin menikmati lagu artis favorit di ponsel Anda?" dan tanda ikonis "Mulan Jameela", tanda verbal bahasa Inggris *artist of the month* berkonotasi 'Mulan Jameela adalah artis favorit di bulan ini' (C²). Sementara itu, tanda ikonis Mulan Jameela dalam salah satu *Nokia Nseries* menunjukkan bahwa lagu artis favorit bulan ini dapat dinikmati di *Nokia Nseries*.

Sebagai artis favorit Mulan Jameela adalah artis terkenal yang memiliki banyak penggemar. Selain itu, Mulan Jameela adalah artis kelas papan atas dengan bayaran mahal. Dengan menghadirkan Mulan Jameela dalam *Nokia Nseries*, ponsel ini mendapatkan citra yang sama dengan artis yang dihadirkan, yaitu terkenal, berkelas, dan mahal. Di samping itu, tanda ikonis di sekitar ponsel *Nokia N73* menunjukkan kehidupan glamor (serba gemerlap). Ilustrasi ini memperlihatkan kehidupan dunia hiburan yang disukai orang-orang kaya. Dengan demikian, citra mahal dan berkelas melekat pada ponsel ini.

Bahasa Inggris pada *headline* dalam iklan ini juga mendukung pencitraan *Nokia Nseries*. Bahasa Inggris ialah bahasa asing yang umumnya digunakan di lingkup kelas menengah ke atas di Indonesia. Sifat ini memberikan konotasi 'berkelas' dan 'bergensi' pada *Nokia Nseries*. Dengan demikian, memiliki *Nokia Nseries* menambah gengsi pemakainya karena terkesan mahal, dan berkelas.

3. *Konsep Nokia sebagai ponsel global, sesuai dengan kebutuhan lokal dan berkualitas global (Artist of the month, visual: Mulan Jameela)*

Pada signifikasi sistem pertama, makna umum *artist of the month* dan visual ‘Mulan Jameela’ berarti bahwa ‘Mulan Jameela adalah artis bulan ini’ (C¹). Tataran pertama ini dapat berkembang dan menyuguhkan makna lain (konotasi). Selain tanda ikonis tersebut, penggabungan antara tanda verbal bahasa Indonesia “setiap bulan Anda bisa menikmati artis-artis favorit yang berbeda” dan tanda verbal bahasa Inggris *artist of the month* memiliki makna khusus (konotasi) bahwa ‘Nokia mengikuti perkembangan dunia musik Indonesia (lokal)’ (C²). Dengan demikian, setiap bulannya *Nokia Nseries* akan menghadirkan lagu-lagu artis yang sedang naik daun. Di bulan ini, artis papan atas yang dihadirkan ialah Mulan Jameela.

Sementara itu, bahasa Inggris dalam iklan-iklan *Nokia* juga berkonotasi internasional. Seperti yang kita ketahui bersama, bahasa Inggris tidak hanya dimiliki oleh orang-orang Barat. Bahasa Inggris milik Dunia. Dengan menggunakan bahasa Inggris dalam iklan-iklannya, *Nokia* ingin menyatakan bahwa produknya telah diterima di dunia internasional dan telah diakui keunggulan kualitasnya. Oleh karenanya, penampilan artis favorit lokal dan penyelipan bahasa Inggris pada iklan tersebut memberikan citra bahwa *Nokia Nseries* merupakan ponsel global, yakni mengikuti perkembangan musik lokal dan memiliki kualitas berstandar internasional (global).

4.1.4.2 Peran Tanda Verbal Bahasa Inggris dalam Upaya *Positioning Nokia Nseries*

Konotasi tanda verbal bahasa Inggris pada iklan *Nokia Nseries Artist of the month* menunjang *positioning* ponsel yang diiklankan. Tanda-tanda verbal bahasa Inggris mengkonotasikan *Nokia Nseries* sebagai ponsel yang menyajikan siaran langsung sebuah konser musik dalam ponsel. Hal ini memberikan citra bahwa *Nokia Nseries* merupakan ponsel yang memiliki kualitas suara dan gambar yang bagus. Terlebih lagi, tanda verbal bahasa Inggris pada *headline* yang disinergikan dengan tanda ikonis mengkonotasikan *Nokia Nseries* sebagai ponsel berkelas dan mahal yang memenuhi kebutuhan musik lokal tetapi menghadirkan kualitas ponsel

berstandar internasional. Dengan demikian, *Nokia Nseries* mendapat citra sebagai ponsel musik berkelas yang berkualitas unggul milik para pecinta musik sejati.

Tanda ikonis dalam iklan ini juga menunjang *positioning* tersebut. Selain menggunakan bahasa Inggris untuk menyatakan kesan internasional dan bergengsi, pengiklan juga memanfaatkan ikon Mulan Jameela sebagai artis papan atas yang cantik, terkenal, dan memiliki banyak penggemar. Dengan menghadirkan Mulan Jameela, *Nokia Nseries* menyatakan citra dirinya sebagai ponsel musik yang sama terkenalnya dengan artis yang dihadirkannya, bergengsi, dan berkelas.

Berdasarkan citra tersebut di atas, pengiklan menggunakan strategi penonjolan karakteristik produk dalam melakukan *positioning*. Karakteristik yang ditonjolkan ialah karakteristi fisiknya, yaitu fitur musik. Kehadiran tanda verbal bahasa Inggris dalam iklan ini yang didukung dengan tanda ikonis membentuk citra tertentu tentang fitur musik yang ditonjolkan (yang telah dibahas sebelumnya).

4.1.4.3 Pemaknaan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Khalayak

a) Informan 1

Informan menangkap pesan pada *headline* “Nokia Nseries presents Artist of The Month” bahwa *Nokia* mengistimewakan ponsel ini. Dalam hal ini, *artist of the month* dalam *Nokia Nseries* memperlihatkan bahwa ponsel ini memiliki keistimewaan lebih dibandingkan dengan ponsel lain. Keistimewaan yang dimiliki *Nokia Nseries* ialah bahwa ponsel ini setiap bulannya dapat menghadirkan musik/lagu dan penampilan artis yang sedang naik daun di bulannya.

Tanda ikonis Mulan Jameela yang berada dalam ponsel *Nokia N73* menunjukkan siapa *artist of the month* yang sekarang dapat dinikmati penampilan dan musiknya dalam *Nokia Nseries*. Sementara itu, terkait dengan penyelipan bahasa Inggris pada iklan *Nokia Nseries*, informan memaknainya sebagai ponsel yang modern dan mewah. Dengan demikian, penampilan artis dan musik yang sedang naik daun dapat dinikmati melalui ponsel yang modern dan mewah yang menghasilkan suara dan gambar video yang berkualitas.

b) Informan 2

Artist of the month dalam *headline* dan ikon Mulan Jameela dalam *Nokia N 73* menyatakan bahwa ponsel *Nokia Nseries* merupakan ponsel terbaik karena *artist of the month* berarti artist terbaik di kelasnya. Selain itu, Mulan Jameela adalah penyanyi yang memiliki banyak penggemar karena lagu dan penampilannya. Dengan menggunakan Mulan Jameela, *Nokia Nseries* menampilkan dirinya sebagai ponsel yang disukai karena kualitas musik dan videonya yang baik.

Selain itu, informan berpendapat bahwa visual dalam iklan ini memperlihatkan keceriaan dan warna-warni khas orang-orang yang suka dunia *entertainment*. Visual dan tanda verbal bahasa Inggris pada iklan ini menunjukkan bahwa *Nokia Nseries* menonjolkan fitur musik yang memungkinkan pemiliknya menikmati lagu dan penampilan artis-artis favorit yang berbeda setiap bulannya.

Bahasa Inggris dalam iklan ini mendapat makna khusus oleh informan. Bahasa Inggris mendapat kesan modern dan remaja sehingga ponsel yang diiklankan dengan menyelipkan bahasa Inggris mendapat kesan sebagai ponsel yang modern dan cocok untuk remaja atau mereka yang berjiwa muda.

c) Informan 3

Kata-kata *Nokia Nseries presents Artist of The Month* mendapat makna khusus oleh informan. Informan menyatakan bahwa kata-kata tersebut menyatakan bahwa *Nokia Nseries* sedang menonjolkan kelebihan musiknya. Dengan menghadirkan *Artist of The Month*, *Nokia Nseries* sedang mengkomunikasikan bahwa ponsel ini memiliki speaker yang bagus, memori lebih banyak, dan musik *player* yang bagus. Selain itu, *Artist of The Month* juga menyatakan bahwa *Nokia Nseries* memuat musik yang banyak karena khalayak dapat menikmati artis-artis yang berbeda setiap bulannya.

Terlebih lagi, bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar pada kata-kata tersebut memberikan kesan tertentu pada ponsel yang diiklankan. Dengan bahasa Inggris tersebut, *Nokia Nseries* mendapat kesan keren dan menarik. Dengan demikian, *Nokia Nseries* dicitrakan sebagai ponsel musik yang keren dan menarik.

d) Informan 4

Kata-kata pada *headline* dan visual Mulan Jameela dalam *Nokia N73* menunjukkan bahwa ponsel ini memiliki kualitas kamera/gambar yang bagus. Selain itu, suara yang dihasilkan juga bagus karena dengan menghadirkan Mulan Jameela berarti juga menghadirkan musik dan lagunya.

Informan mengakui bahwa bahasa Inggris dalam iklan lebih menarik, keren, dan tidak kaku sehingga pesan lebih sampai pada khalayak sasaran. Sejalan dengan itu, ponsel yang diiklankan dengan menyelipkan bahasa Inggris dalam komunikasi periklanannya terkesan sebagai ponsel menarik, keren, dan bagus. Di lain pihak, informan menambahkan bahwa iklan yang seluruhnya menggunakan bahasa Indonesia terlihat kurang menarik, kaku, dan bahkan kuno.

4.1.4.4 Tujuan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Pengiklan

Dalam wawancara tertulis dengan pihak pengiklan, hal-hal yang ditanyakan mengenai iklan *Nokia Nseries* diwakilkan oleh iklan *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic*. Perwakilan ini dilakukan mengingat begitu padatnya waktu yang dimiliki pengiklan. Dalam hal ini *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic* mewakili dua iklan lainnya. Dua iklan tersebut, salah satunya *Nokia Nseries*, menonjolkan karakteristik yang sama, yaitu aspek hiburan. Dengan demikian, berdasarkan wawancara tertulis terhadap *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic*, saya berusaha menginterpretasikan maksud pengiklan menyelipkan unsur bahasa Inggris dalam iklan Nokia berbahasa Indonesia.

Bahasa Inggris dalam iklan ini menempati posisi *preheadline*, *headline*, dan beberapa kata dalam *body text* dalam struktur iklan cetak. Posisi-posisi tersebut merupakan posisi yang cukup menarik perhatian pembaca iklan. Dengan demikian, penyelipan bahasa Inggris oleh pengiklan dalam iklan tersebut memiliki tujuan tertentu. Terkait dengan hal tersebut, melalui penjelasannya pada iklan-iklan yang lain, pengiklan mengakui bahwa penyelipan bahasa Inggris dimaksudkan untuk memberikan kesan tertentu. Bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional dimanfaatkan untuk memberikan kesan modern dan internasional pada produk yang diiklankan.

Sementara itu, iklan *Nokia Nseries* banyak memuat kata-kata mengenai musik, seperti *artist of the month*, *free truetone*, *music catalogue*, dan *ringtone*. Kata-kata tersebut mengungkap karakteristik fitur ponsel yang ditonjolkan, yaitu musik.

4.1.4.5 Simpulan Analisis pada Iklan *Nokia Nseries*

Tanda verbal bahasa Inggris pada *Nokia Nseries presents* memberikan konotasi bahwa *Nokia Nseries* dipersonifikasikan sebagai sesuatu yang hidup. Dalam hal ini, *Nokia Nseries* menyelenggarakan konser musik dalam ponsel. Dengan demikian, ponsel ini dicitrakan memiliki fitur musik (gambar, video, dan suara) yang berkualitas.

Di dukung oleh tanda verbal bahasa Indonesia “ingin menikmati lagu artis favorit di ponsel Anda?” dan tanda ikonis “Mulan Jameela”, tanda verbal bahasa Inggris *artist of the month* berkonotasi ‘Mulan Jameela adalah artis favorit di bulan ini’. Mulan Jameela adalah artis terkenal papan atas dengan bayaran mahal. Dengan menghadirkan Mulan Jameela dalam *Nokia Nseries*, ponsel ini mendapatkan citra yang sama dengan artis yang dihadirkan, yaitu terkenal, berkelas, dan mahal.

Selain itu, bahasa Inggris pada *headline: artist of the month* memberikan citra kepada *Nokia Nseries* sebagai ponsel yang sesuai dengan kebutuhan lokal namun berkualitas global. Konsep glocal ini didapat dari penyelipan bahasa Inggris pada iklan, tanda verbal *artist of the month*, dan tanda verbal bahasa Indonesia “setiap bulan Anda bisa menikmati artis-artis favorit yang berbeda”. Dalam hal ini, Mulan Jameela sebagai artis lokal papan atas dan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional menunjukkan bahwa *Nokia Nseries* sebagai ponsel yang mengikuti perkembangan musik Indonesia namun tetap memiliki selera internasional.

Dalam sudut pandang pengiklan, *Nokia Nseries* merupakan ponsel musik para kawula muda. Dikaitkan dengan hasil analisis pada tanda verbal bahasa Inggris, konotasi-konotasi tanda verbal bahasa Inggris di atas menunjang *positioning Nokia Nseries*. Konotasi-konotasi tersebut mencitrakan *Nokia Nseries*

sebagai ponsel musik mahal, berkualitas, dan berkelas yang disukai para pecinta musik sejati.

Informan dalam penelitian ini juga mengungkapkan hal senada bahwa iklan *Nokia Nseries* menonjolkan fitur musiknya yang keren dengan kualitas *speaker* dan gambar yang bagus. Bahasa Inggris sebagai bahasa yang keren dan menarik memberikan citra pada *Nokia Nseries* sebagai ponsel musik yang modern, keren, menarik, dan cocok untuk remaja atau mereka yang berjiwa muda.

4.1.5 Iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*



(Sumber: Hai No 15, 14—20 April 2008: 2)

Visual: Gambar ponsel *N81 8GB* menampilkan permainan *Sims 2* dan *Need for Speed: Prostreet* di layar ponselnya. Gambar ini menunjukkan bahwa ponsel seri ini memiliki keunggulan yang dapat dinikmati gratis oleh para pemiliknya, yakni dua permainan dari *EA (Electronic Art) Games*. Sebagai ponsel yang menyediakan permainan terbaru dari *EA Games*, ponsel ini memperkenalkan dirinya sebagai ponsel pecinta *games* dan ponsel yang dapat menghilangkan rasa jenuh. Dalam hal ini *games* diciptakan dengan menggunakan teknologi tinggi; Instruksi di dalamnya dinyatakan dalam bahasa Inggris; dan pemainnya membutuhkan ketangkasan dan perjuangan dalam memainkannya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* sebagai ponsel

berteknologi tinggi yang dimiliki oleh orang-orang yang cerdas dan tidak gampang menyerah.

4.1.5.1 Konotasi Tanda Verbal Bahasa Inggris

1. Konsep ponsel yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga kepuasan dan kebanggaan dalam satu paket (Verbal: *with free two EA mobile games, double up your excitement*)

Secara denotatif, tanda verbal bahasa Inggris pada *headline with free two EA mobile games, double up your excitement* bermakna ‘dengan dua permainan gratis dari EA mobile, gandakan kesenanganmu’ (C¹). Signifikasi ini dapat berkembang ke arah makna khusus (konotasi). Penggabungan tanda verbal bahasa Indonesia, tanda ikonis dan tanda verbal bahasa Inggris di atas memiliki konotasi tertentu. Kata-kata “*gratis games Need for Speed Prostreet dan The Sims 2 khusus untuk pembeli Nokia N81*”, “*puaskan hobi Anda bermain games*” dan kata-kata *with free two EA mobile games, double up your excitement* memberikan makna khusus bahwa ‘Nokia N81 tidak saja memberikan hiburan tetapi juga kepuasan dan kebanggaan’ (C²).

Konotasi ‘kepuasan’ didapat dari kata-kata *free two EA mobile games* dan “*puaskan hobi Anda bermain games*”. Khalayak akan merasa puas karena dapat menikmati dua permainan menarik yang dapat didapat secara gratis. Selain itu, kata *mobile* juga memberikan kepuasan, karena pecinta *games* dapat memuaskan hobi bermain *games* di manapun dan kapanpun. Terlebih lagi, dua *games* yang ditawarkan jarang didapatkan pada ponsel biasa.

Konotasi ‘kebanggaan’ didapat dari kata-kata *two EA mobile games* dan “*khusus untuk pembeli Nokia N81*”. Kata *EA mobile games* dan ‘khusus’ menunjukkan bahwa permainan ini hanya dapat dinikmati dengan mudah jika memiliki *Nokia N81* dan *N81 8GB*³⁹. Kondisi ini tentu saja memberikan kesan bangga bagi pemilik *Nokia N81* dan *N81 8GB* karena tidak semua orang dapat merasakan asyiknya memainkan dua *games* gratis tersebut.

³⁹ Meskipun dalam *subheadline* tidak dinyatakan N 81 8GB, tanda ikonis dalam iklan “ponsel N81 8GB yang memuat *Need for Speed Prostreet* dan *The Sims 2*”, menyatakan bahwa N81 yang dimaksud mencakupi N81 8GB.

2. *Konsep Nokia N81 & Nokia N81 8GB sebagai raja dalam dunia hiburan telekomunikasi (Verbal: Entertainment. The next episode)*

Tanda verbal *entertainment* pada signifikasi sistem pertama bermakna ‘hiburan’ dan *the next episode* bermakna ‘episode selanjutnya’. Ditilik lebih jauh lagi, tanda verbal bahasa Inggris tersebut menunjukkan citra yang melekat pada ponsel *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*.

Sementara itu, tanda visual tiga ponsel di atas kata-kata *Entertainment. The next episode* memperlihatkan jenis hiburan lainnya yang juga akan didapatkan gratis bagi pemilik *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*. Dalam hal ini, kata-kata *The next episode* menunjukkan ponsel ini selalu berada di depan dalam menyajikan beragam *entertainment*. Dengan demikian, ponsel ini merupakan ponsel yang mengedepankan konsep *entertainment* karena dapat menyajikan beragam hiburan menarik seperti film, beragam *games*, dan musik.

Nokia N81 & Nokia N81 8GB menegaskan bahwa hanya dengan memiliki ponsel ini khalayak dapat menikmati beragam jenis hiburan terbaru di manapun dan kapanpun. Hal ini menunjukkan bahwa *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* menguasai dunia hiburan dan merajai dunia ini; tidak hanya *games Need For Speed Prostreet* dan *The Sims 2*, tetapi juga *games* jenis lainnya, musik, dan film paling mutakhir. Terlebih lagi, bahasa Inggris yang digunakan memberikan kesan bahwa hiburan yang diberikan berasal dari mancanegara. Dengan demikian, pengguna *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* tidak akan ketinggalan jaman dalam dunia hiburan karena khalayak memiliki ponsel yang merajai dunia *entertainment* dan selalu memberikan yang terbaru dan paling seru.

4.1.5.2 Peran Tanda Verbal Bahasa Inggris dalam Upaya *Positioning Nokia N81 & Nokia N81 8GB*

positioning berorientasi pada penciptaan citra produk dalam benak konsumen. Satu cara untuk melakukan strategi *positioning* menurut David A. Aacker yang dikutip oleh Kasali (1992: 159) ialah melalui penonjolan karakteristik produk. Tanda ikonis dan tanda verbal dalam iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* menunjukkan karakteristik ponsel yang ditonjolkan. Karakteristik produk yang ditonjolkan ialah karakteristik fisik produk tersebut, yaitu fitur *games*. Dalam hal

ini, tanda ikonis *Nokia N81 8GB* memuat *games Sims 2* dan *Need for Speed prostreet* dari *EA*, dan tanda verbal bahasa Inggris dalam *headline* bertuliskan *with free two EA mobile games Double up your excitement*.

Tanda ikonis dan verbal tersebut mengkonotasikan bahwa *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* merupakan ponsel yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga kepuasan dan kebanggaan dalam bermain *games*. Kepuasan dan kebanggaan di sini merujuk pada konsep hiburan yang sangat ditonjolkan dalam iklan.

Tanda verbal bahasa Inggris *entertainment. the next episode* juga mendukung *positioning Nokia N81 & Nokia N81 8GB*. Kata-kata tersebut mengkonotasikan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* sebagai ponsel yang merajai dunia *entertainment*. Dengan demikian, ponsel ini dicitrakan sebagai ponsel yang sangat mengedepankan konsep *entertainment* yang dipersembahkan khusus bagi penggunanya.

4.1.5.3 Pemaknaan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Khalayak

a) Informan 1

Kata-kata *double up your excitement* bagi informan menyatakan bahwa pemilik *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* dapat menikmati *games* di manapun dan kapanpun sehingga membuat hidupnya jadi lebih seru. Terlebih lagi, bahasa Inggris pada kata-kata tersebut memberikan kesan menarik. Jadi, dengan adanya *games* dalam *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* membuat ponsel ini menjadi terkesan seru dan menarik.

Selain memberikan kesan menarik, bahasa Inggris memberikan kesan modern pada ponsel yang diiklankan. Terlebih lagi, informan menyatakan bahwa iklan, yang menyelipkan bahasa Inggris dalam komunikasi periklanannya, pesannya dapat lebih sampai pada khalayak sasaran. Dalam hal ini, khalayak sasarnya adalah para pecinta *games* karena tanda verbal dan ikonis yang ada menunjukkan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* sebagai ponsel *games*.

b) Informan 2

Menurut informan, kata-kata bahasa Inggris pada iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* memberikan kesan modern dan gaul pada ponsel yang diiklankan. Kesan

tersebut juga melekat pada *games* yang dimiliki *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*. *Games* yang dihadirkan mendapat citra sebagai *games* yang modern dan gaul. Jadi, dengan memiliki *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*, pengguna dapat menikmati *games* modern dalam ponsel yang modern dan gaul secara gratis.

Kata-kata *double up your excitement* dalam iklan ini menyatakan pesan pada khalayak bahwa khalayak akan merasakan kesenangan yang lebih jika menikmati permainan *Sims 2* dan *Need for Speed: Prostreet* melalui ponsel ini. Hal tersebut disebabkan oleh sifat ponsel yang dapat dibawa kemana saja sehingga memungkinkan pecinta *games* menikmati permainan seru dari *EA mobile games* di manapun dan kapanpun ia ingin.

c) Informan 3

Double up your excitement bagi informan menyatakan bahwa *games* dalam ponsel *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* lebih bagus dari *games* dalam ponsel lainnya. Citra bahasa Inggris sebagai bahasa yang digunakan di seluruh dunia memberikan kesan bahwa ponsel dan *games* yang ditawarkan dalam ponsel ini juga digunakan di seluruh dunia. Hal tersebut mencitrakan ponsel gaul, modern, dan berkualitas standar internasional.

Berdasarkan tanda verbal dan ikonis pada iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*, ponsel ini menonjolkan keistimewaan *games*nya. *Games* yang modern dan gaul yang berbeda dengan *games* pada ponsel lain menjadi daya tarik bagi para pecinta *games* yang menjadi khalayak sasaran iklan ini.

d) Informan 4

Berdasarkan tanda visual dan kata-kata dalam *headline* dan *subheadline*, informan menyimpulkan bahwa *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* menonjolkan keunggulan permainan yang dimilikinya. Kata-kata *double up your excitement* menurut informan menyatakan pada khalayak bahwa bermain *games* dengan *ponsel Nokia N81* atau *Nokia N81 8GB* akan terasa lebih seru karena dapat memainkan dua *games* seru yang ditawarkan di manapun dan kapanpun.

Kata-kata bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* berbahasa Indonesia mendapat makna khusus dari informan. Bahasa

Inggris memiliki kesan internasional dan keren sehingga ponsel dan permainan di dalamnya juga terkesan keren dan dikenal di luar negeri. Informan menambahkan bahwa bahasa Inggris tersebut juga memberikan kesan bahwa akan lebih asik bermain *games* dengan ponsel *Nokia N81* atau *Nokia N81 8GB*.

4.1.5.4 tujuan Penyelipan Bahasa Inggris oleh Pengiklan

Seperti halnya iklan *Nokia Nseries*, penjelasan pengiklan mengenai iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* juga diwakilkan oleh iklan *Nokia 5310 XpressMusic* dan *Nokia 5610 XpressMusic*. Pengiklan bertujuan membentuk citra modern dan internasional melalui unsur bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia* berbahasa Indonesia. Dengan kata lain, unsur bahasa Inggris tersebut dimanfaatkan untuk membangun persepsi khalayak akan ponsel ini.

Kata-kata bahasa Inggris dalam iklan ini berada pada *headline*, *subheadline*, dan, *body text*. Kata-kata tersebut memuat ungkapan-ungkapan dalam dunia hiburan khususnya dunia *games*, seperti *EA mobile games*, *excitement*, *Need for Speed Prostreet*, *The Sims 2*, *entertainment*. Dalam hal ini, tanda verbal dan tanda ikonis yang ada pada iklan menunjukkan bahwa pengiklan menonjolkan karakteristik *games* dalam *Nokia N81 & Nokia N81 8GB*. Fitur ini diharapkan menarik perhatian pembaca iklan dan menggerakkan mereka untuk memiliki ponsel *games* ini.

4.1.5.5 Simpulan Analisis Iklan Nokia N81 & Nokia N81 8GB

Tanda verbal bahasa Inggris *with free two EA mobile games, double up your excitement* secara konotatif tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga kebanggaan dan kepuasan dalam satu paket. Penggabungan tanda verbal bahasa Inggris dan Indonesia dalam iklan menunjukkan bahwa khalayak akan merasa ‘puas’ karena mendapatkan *games* keren yang dapat dinikmati gratis di manapun dan kapanpun.

Selain itu, pemilik ponsel ini juga akan merasa ‘bangga’ karena penawaran dua *games* menarik *Need For Speed Prostreet* dan *The Sims 2* hanya dapat dinikmati gratis oleh pemilik *Nokia N81* dan *N81 8GB*. Dengan demikian, pemilik ponsel ini akan merasa bangga dengan keistimewaan yang didapatkannya.

Terlebih lagi, bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam *headline* dan *subheadline* memberikan kesan bahwa *Nokia* tipe ini menyediakan permainan dari luar negeri yang bergengsi. Memiliki *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* dan menikmati permainan yang ada di ponsel tersebut memberikan rasa bangga karena dapat memainkan *games* yang bergengsi di dalam ponsel yang canggih.

Tanda verbal bahasa Inggris dalam *headline* dan beberapa kata dalam *body text* membentuk konotasi yang mendukung upaya pengkomunikasian *positioning Nokia N81 & Nokia N81 8GB*. Pengiklan menonjolkan fitur *games* gratis dalam ponsel ini sehingga *positioning Nokia N81 & Nokia N81 8GB* ialah sebagai ponsel para pecinta *games*. *Games* yang dicitrakan dalam ponsel ini merupakan *games* berstandar internasional yang tidak saja memberikan sebuah hiburan tetapi juga memberikan kepuasan, dan kebanggaan.

Informan dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa iklan *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* menonjolkan keunggulan *games* pada ponsel. *Games* dalam *Nokia N81 & Nokia N81 8GB* merupakan *games* yang keren, gaul, dan internasional. Citra tersebut didapat dari bahasa Inggris yang diselipkan dalam iklan *Nokia* berbahasa Indonesia.