

BAB II

OBJEK PENELITIAN

Penelitian mengenai bahasa klaim dari iklan Indosat M3 dan XL ini akan meneliti ciri-ciri penggunaan bahasa klaim dari kedua produk operator seluler tersebut (Indosat M3 dan XL) pada iklan televisi yang tayang pada periode bulan Januari 2010 hingga bulan Maret 2010 kemudian membandingkan iklan yang ada berdasarkan klaim paling murah yang dimunculkan oleh iklan Indosat M3 dan XL dilihat dari aspek sinematografis suatu iklan televisi.

Peneliti akan memberikan gambaran umum terlebih dahulu mengenai objek penelitian yaitu profil Indosat sebagai induk perusahaan dari produk Indosat M3 serta produk-produk dari Indosat selain Indosat M3, baik kartu prabayar maupun pascabayar. Demikian pula dengan objek penelitian XL akan dijelaskan mengenai profil Excelcomindo / Axiata berikut dengan produk-produk yang ada di dalamnya baik prabayar maupun pascabayar. Pada sub bab yang terakhir akan dibahas mengenai iklan-iklan TVC dengan klaim paling murah baik dari Indosat M3 maupun XL yang tayang pada periode Januari – Maret 2010. Iklan-iklan tersebut nantinya akan menjadi kerangka referensi untuk mengetahui bagaimana ciri-ciri bahasa klaim yang digunakan dan termasuk dalam jenis klaim apakah iklan-iklan yang akan diteliti tersebut berdasarkan aspek sinematografis dalam iklan televisi.

A. PERSAINGAN IKLAN OPERATOR SELULER DI INDONESIA

Persaingan iklan dan perang tarif yang terjadi di antara operator seluler yang ada di Indonesia tentunya akan membuat konsumen tertarik untuk mencoba menggunakan

produk yang ditawarkan, walaupun terkadang konsumen menjadi kebingungan untuk memilih menggunakan operator seluler mana untuk membantu dalam berkomunikasi dikarenakan perang tarif yang terjadi di antar produk-produk operator seluler tidak jarang mencapai nilai 0 rupiah alias gratis. Hal ini dapat dilihat dalam persaingan antara Three dengan AXIS, ESIA dengan Telkom FLEXI, maupun Indosat dengan XL yang dalam beriklan di media cetak maupun yang ditayangkan di televisi, dimana dalam iklan-iklan yang ditayangkan di media terjadi perang tarif maupun fasilitas yang cukup sengit untuk menarik minat konsumen, bahkan terkadang ada upaya untuk menjatuhkan produk kompetitor di dalam perang tarif tersebut. Penawaran produk dan layanan seluler sekarang ini tidak terlepas dari penawaran benefit harga layanan yang digunakan sebagai senjata untuk menarik konsumen. Mulai dari penawaran SMS gratis sampai ke penawaran tarif 0 rupiah dilakukan oleh para operator untuk menjaring pengguna seluler baru. Seperti contohnya pada tahun 2008 saja terjadi perang tarif yang cukup sengit diantara operator seluler baik pada tarif telepon lokal antar pelanggan dari operator yang sama maupun dari operator yang berbeda, yaitu :

- a. Operator yang sama (on-net) jaringan operator produk tarif rata-rata (per menit*)
 - PT. Telkom Flexi/Trendy Rp. 260
 - PT. Bakrie Esia Rp. 50
 - PT.Indosat Star One Rp. 16.65
 - Seluler PT. Telkomsel Simpati Rp. 3.000
 - PT. Excecomindo Bebas Rp. 1.248
 - PT. Indosat Mentari Rp3.000
 - PT.Mobil-8 Fren Rp. 275 menit pertama dan Rp. 14 menit berikutnya.

b. Operator yang berbeda (off net)) jaringan operator produk tarif rata-rata (per menit)*)

- Telkom/Flexi Rp. 810

- Bakrie Esia Rp. 800

- Indosat Star One Rp. 750

- Seluler Telkomsel Simpati Rp. 3.200

- Excelcomindo Bebas Rp. 1.537

- Indosat Mentari Rp. 3.000

- Mobil-8 Fren Rp. 800

(<http://one.indoskripsi.com/> diakses tanggal 12 Februari 2010)

Indosat M3 dan XL sebagai operator seluler yang saling bersaing untuk menjadi *market leader* produk operator seluler GSM mengalahkan Telkomsel tentunya akan berusaha membuat iklan yang dapat menarik minat khalayak untuk menggunakan produk mereka dengan jumlah versi iklan yang sebanyak-banyaknya. Maka tidak heran jika saat ini iklan dari Indosat M3 maupun XL selalu menawarkan tarif yang sangat murah dengan fasilitas-fasilitas yang sangat memudahkan konsumen dalam berkomunikasi ditunjang dengan jumlah versi iklan yang cukup banyak dan berganti-ganti tiap bulannya. Kadang-kadang iklan yang dibuat dan ditayangkan mengandung unsur sindiran atau saling menjatuhkan diantara keduanya, bahkan perang tarif yang di munculkan kedua produk tersebut (Indosat M3 dan XL) sering tidak masuk akal bagi konsumen, baik pada tarif telpon maupun tarif SMS karena masing-masing mengklaim sebagai operator seluler paling murah.

Pemilihan penggunaan produk Indosat M3 dan XL sebagai bahan penelitian didasarkan pada frekuensi penayangan iklan di televisi, dimana kedua produk atau *brand*

tersebut merupakan operator seluler yang mungkin paling sering kita lihat penyangan iklan mereka di televisi dengan beberapa bahasa klaim maupun versi yang sangat beragam setelah yang dilakukan oleh Telkomsel sebagai *market leader*, seperti yang dapat dilihat dari hasil pemantauan *Nielsen Media Research* selama dua bulan pertama 2008 dalam kegiatan belanja iklan dimana Simpati menempati urutan pertama pengiklan terbesar. Pada periode tersebut, produk besutan PT Telkom sel ini menghabiskan Rp 33,01 miliar. Sedikit di bawah Simpati, ada XL Bebas yang menghabiskan Rp 32,02 miliar. Menyusul produk besutan PT Excelcomindo Pratama Tbk/Axiata (XL) itu, dua produk milik PT Indosat, yaitu IM3 dengan belanja iklan Rp 32 miliar dan Mentari dengan pengeluaran Rp 30,05 miliar. Demikian pula dengan operator papan bawah dan juga operator baru juga tak kalah heboh dalam beriklan. PT Mobile-8 Telecom Tbk. menghabiskan Rp 27,64 miliar untuk mengomunikasikan produk dan dalannya, Fren. Adapun PT Hutchison CP Telecommunications (HCPT) yang membesut merek 3 (Three) menghabiskan tak kurang dari Rp 25,13 miliar untuk melakukan kampanye iklan. Jumlah ini tentunya akan semakin meningkat tiap tahunnya seiring dengan semakin sengitnya kompetisi di antara operator seluler untuk memperoleh konsumen yang sebanyak-banyaknya, terutama oleh produk Indosat M3 dan XL yang akan semakin banyak dan semakin sering menayangkan iklan dengan klaim paling murah.

B. PROFIL INDOSAT

PT Indosat Tbk., sebelumnya bernama PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Persero) adalah sebuah perusahaan jasa penyedia layanan telekomunikasi terbesar kedua di Indonesia untuk jasa seluler (Matrix, Mentari, dan IM3). Indosat didirikan pada tahun 1967 sebagai Perusahaan Modal Asing dan mulai beroperasi pada tahun 1969. Pada tahun 1980, Indosat menjadi sebuah Badan Usaha Milik Negara yang seluruh sahamnya dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Hingga saat ini, Indosat menyediakan layanan

seluler, telekomunikasi internasional hingga layanan satelit bagi penyelenggara layanan broadcasting.

PT Satelit Palapa Indonesia (Satelindo) didirikan pada tahun 1993 di bawah pengawasan PT Indosat. Satelindo beroperasi pada tahun 1994 sebagai operator GSM. Pendirian Satelindo sebagai anak perusahaan Indosat menjadikan ia sebagai operator GSM pertama di Indonesia yang mengeluarkan kartu prabayar Mentari dan pascabayar Matrix. Memasuki abad 21 tepatnya pada tahun 2001, Indosat mendirikan PT Indosat Multi Media Mobile (IM3) dan menjadi pelopor GPRS dan multimedia di Indonesia, dan pada tahun yang sama Indosat menjadi pemegang penuh atas PT Satelit Palapa Indonesia (Satelindo).

Gambar 2.1

Logo Indosat Lama



Perubahan logo Indosat yang terdiri atas 3 warna memiliki latar belakang karena adanya perubahan visi perusahaan yaitu menjadi perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi terintegrasi bagi pelanggan ritel dan korporat. Selain itu juga dikarenakan terjadinya merger vertikal dari Satelindo dan IM3 ke Indosat. Maka dari perubahan logo tersebut adalah Indosat sebagai penyelenggara terdepan dalam industri telekomunikasi di Indonesia yang ikut mendorong perubahan dan perkembangan pasar telekomunikasi yang bertumbuh dan menjanjikan. Selain itu perubahan warna dan bentuk dari logo tersebut merupakan perwujudan dari integrasi budaya antara 3 perusahaan melalui merger yaitu PT. Satelit

Palapa Indonesia (Satelindo), PT. Indonesia Multimedia Mobile, dan PT. Bimagraha Telekomindo ke Indosat.

Gambar 2.2

Logo Indosat Baru



Pada tahun 2002 Pemerintah Indonesia menjual 41,94% saham Indosat ke Singapore Technologies Telemedia Pte. Ltd. Dengan demikian membuat Indosat kembali menjadi Perusahaan Modal Asing. Pada November 2003 Indosat melakukan penggabungan 3 anak perusahaannya PT Satelindo, PT IM3, dan Bimagraha sehingga menjadi salah satu operator seluler utama di Indonesia.

Pada tanggal 1 Maret 2007 STT menjual kepemilikan saham Indosat sebesar 25% di Asia Holdings Pte. Ltd. ke Qatar Telecom. Pada 31 Desember 2008, saham Indosat dimiliki oleh Qatar Telecom Q.S.C. (Qtel) secara tidak langsung melalui Indonesia Communication Limited (ICLM) dan Indonesia Communications Pte Ltd (ICLS) sebesar 40,81%, sementara Pemerintah Republik Indonesia dan publik memiliki masing-masing 14,29% dan 44,90%. Di tahun 2009 Qtel memiliki 65% saham Indosat melalui tender offer (memiliki tambahan 24,19% saham seri B dari publik). (<http://wikipedia.com/> diakses 12 Februari 2010)

1. Kartu Prabayar

a) Indosat M3

Indosat M3 memiliki fitur-fitur yang banyak diminati oleh anak muda, mulai dari paket sms sampai internetan, fitur yang memberikan kelebihan dan kenyamanan tersendiri.

b) Mentari

Mentari merupakan kartu prabayar yang dikeluarkan oleh Indosat dan dapat digunakan di seluruh Indonesia. Mentari juga dapat dipergunakan saat internasional roaming di berbagai negara. Dengan fasilitas yang disediakan untuk kemudahan dan nyaman berkomunikasi dengan tarif murah, Mentari mengandung nilai kepercayaan dan nilai ekonomis serta fiturnya yang mendukung.

2. Kartu Pascabayar

a) Matrix

Matrix merupakan GSM pascabayar dengan mobilitas yang semakin tinggi, sambungan lebih cepat, jangkauan lebih luas dan kualitas suara dan sinyal pun lebih jernih serta akses 3G/3.5G. Dilengkapi dengan kapasitas SIM card yang lebih besar dan menu browser yang lebih canggih yang akan membawa pelanggan ke dimensi baru *Personal Data Communication*. Jaringan Matrix yang mencakup lima benua di dunia, sangat memungkinkan Matrix untuk dibawa keluar negeri dan ke seluruh Indonesia.

b) StarOne

StarOne merupakan produk operator CDMA yang dikeluarkan oleh Indosat dengan jangkauan yang lebih luas dan suara makin jernih.

C. PROFIL XL

PT. XL Axiata Tbk, yang dahulu dikenal dengan nama PT Excelcomindo Pratama Tbk merupakan salah satu operator telekomunikasi seluler yang cukup besar di Indonesia. Perusahaan ini mulai beroperasi mulai tanggal 8 Oktober 1996, dan perusahaan ini merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telekomunikasi seluler di Indonesia.

Pemegang saham XL pada saat ini adalah Indocel Holding Sdn. Bhd. (86,5%), merupakan perusahaan yang dimiliki 100% oleh TM International (L) Limited. TM International Berhad merupakan anak perusahaan Axiata Group Berhad yang khusus menangani investasi internasional. Axiata sendiri merupakan perusahaan induk XL di Malaysia dan Axiata merupakan nama baru dari TM Malaysia. Berikut logo baru dari XL:

Gambar 2.3

Logo XL Baru



Logo baru tersebut merupakan penambahan dari logo Axiata Group Berhad diatas kanan logo XL.

Gambar 2.4

Logo Axiata



Arti penambahan logo Axiata tersebut merupakan suatu wujud komitmen XL untuk menjelajahi Asia bersama delapan operator Axiata lain. Axiata Group Berhad menaungi beberapa operator telekomunikasi Asia seperti Aste (Bangladesh), Hello (Kamboja), Idea (India), MTCE (Iran), Celcom (Malaysia), Multinet (Pakistan), M1 (Singapura), dan Dialog (Srilanka).

Selanjutnya pemegang saham XL lain adalah Etisalat International Indonesia Ltd memiliki saham sebesar 13,3%. Etisalat International Indonesia dimiliki 100% oleh Emirates Telecommunication Corporation (Etisalat) yang merupakan perusahaan incumbent jasa telekomunikasi di Uni Emirat Arab. Etisalat beroperasi dan berinvestasi pada 15 negara di kawasan Timur Tengah, Afrika, dan Asia, termasuk diantaranya Afghanistan, Central African Republic, Cote D'Ivoire, Mesir, Gabon, Niger, Nigeria, Pakistan, Saudi Arabia, Sudan, Tanzania, dan Togo. (<http://wikipedia.com/> diakses 12 Februari 2010)

XL memiliki dua GSM unggulan yaitu XL Prabayar dan XL Pascabayar. Berikut produk-produk unggulan dari XL :

1. Kartu XL Prabayar

Layanan XL Prabayar adalah layanan telekomunikasi dengan sistem pembayaran dilakukan secara langsung. Dengan layanan ini pelanggan dapat menggunakan layanan komunikasi saat itu juga ketika pelanggan membeli pulsa di counter-counter yang menyediakan pulsa prabayar XL. XL Prabayar merupakan produk layanan terbaik dari XL yang memiliki variasi paket promo yang disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi pelanggan.

2. Kartu XL Pascabayar

XL Pascabayar adalah layanan telekomunikasi dengan sistem pembayaran yang dilakukan setelah adanya tagihan dari pihak XL. Layanan pascabayar memungkinkan pelanggan untuk berkomunikasi dengan pembayaran yang dilakukan secara belakangan atau setelah pelanggan menerima tagihan pemakaian. XL pascabayar merupakan produk layanan terbaik dari XL yang memiliki tarif kompetitif per detik dengan jangkauan nasional dengan disertai berbagai fitur yang menarik.

D. DESKRIPSI IKLAN TVC INDOSAT M3 DAN XL

Selama periode bulan Januari 2010 hingga Maret 2010, iklan TVC produk operator seluler Indosat M3 dan XL yang ditayangkan di beberapa stasiun televisi masing-masing kurang lebih sebanyak 3 versi iklan yang berbeda-beda tiap bulannya. Versi iklan TVC dari Indosat M3 dan XL yang ditayangkan pada umumnya selalu memunculkan klaim sebagai produk operator seluler paling murah, baik dari tarif telpon, tarif SMS, maupun

tarif internet. Selain tarif murah yang ditonjolkan, masing-masing versi iklan dari kedua produk operator seluler tersebut juga menawarkan berbagai fasilitas serta fitur-fitur yang menarik untuk memanjakan konsumen.

Iklan TV C yang ditayangkan dari produk Indosat M3 dan XL hampir semuanya menggunakan endoser selebritis terkenal untuk lebih menarik minat khalayak, iklan yang ditayangkan juga menggunakan audio dengan nada-nada yang enak didengar maupun dengan menampilkan musik dan lagu dari penyanyi atau band yang sudah akrab di telinga khalayak sehingga iklan yang ditayangkan akan mudah diingat di benak konsumen. Berikut akan dijelaskan deskripsi mengenai iklan TV C dari produk Indosat M3 dan XL yang didapatkan peneliti selama periode bulan Januari 2010 hingga Maret 2010 :

1. Iklan Indosat M3

a. Iklan Versi J-Rocks Meraih Mimpi Bersama (Januari 2010)

Pada iklan dengan versi J-Rocks Meraih Mimpi Bersama dapat dilihat kerjasama yang terjalin antara Indosat dengan J-Rocks, di mana J-Rocks sebagai *endoser* tampil dalam iklan tersebut dengan menyanyikan salah satu lagu hits mereka untuk menciptakan kesan yang kuat di benak khalayak mengenai produk Indosat M3 yang identik dengan anak muda atau remaja.

Isi pesan dalam iklan ini secara umum berupaya untuk menawarkan penggunaan internet dengan Indosat M3 yang diklaim lebih cepat dan murah, karena saat ini dunia *online* telah menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan sehari-hari oleh masyarakat, baik dari anak-anak hingga orang dewasa menggunakan *hand phone* untuk berinternet ria, terutama menggunakan *Facebook*. Selain memberikan tarif murah dan akses yang cepat, dalam iklan

versi ini Indosat M3 juga memberikan bonus-bonus menarik seperti gratis 100 SMS per harinya.

Gambar di bawah ini merupakan *frame* iklan Indosat M3 versi J-Rocks Meraih Mimpi Bersama yang berdurasi 45 detik :

Gambar 2.5

Frame Iklan Indosat M3 versi J-Rocks Meraih Mimpi Bersama



b. Iklan Versi *Indonesian Idol* (Maret 2010)

Iklan yang tayang pada pertengahan bulan Februari ini merupakan iklan Indosat M3 dengan versi *Indonesian Idol*, dimana dalam iklan tersebut menggunakan endoser utama VJ Daniel yang juga merupakan pembawa acara

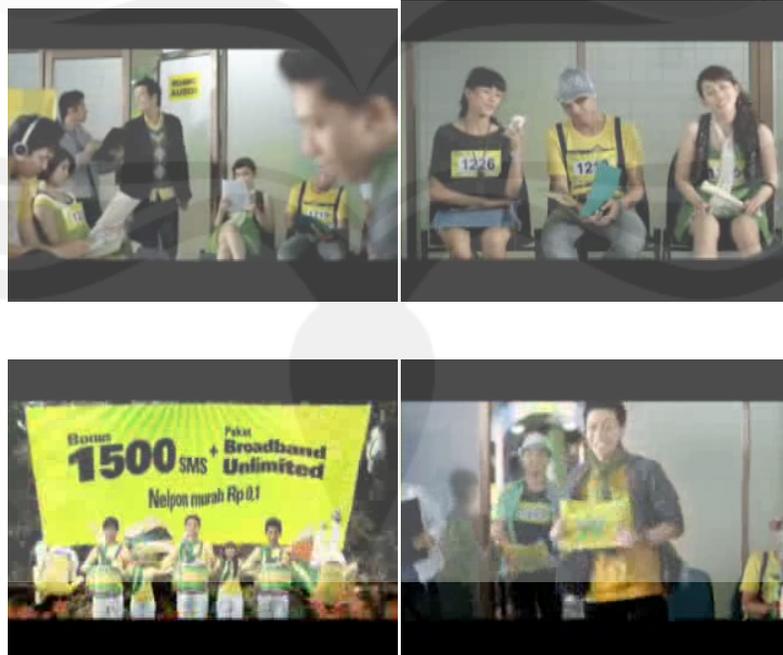
Indonesian Idol yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta.

Pada iklan tersebut diceritakan seperti yang terjadi di sesungguhnya dalam sebuah audisi *Indonesian Idol*, baik dari latarnya, suasana, maupun tingkah laku para endoser yang seolah-olah sedang mengikuti audisi *Indonesian Idol* dan masih dengan menggunakan *background* lagu dari grup band J-Rocks, namun di dalamnya juga terdapat pesan iklan dari Indosat M3 yang memberikan klaim tarif telpon murah 0,1 rupiah/ detik juga dengan memberikan bonus 1500 SMS gratis dan paket *Broadband Unlimited* kepada para pelanggan Indosat M3.

Gambar di bawah ini merupakan *frame* iklan Indosat M3 versi *Indonesian Idol* yang berdurasi 45 detik :

Gambar 2.6

Frame Iklan Indosat M3 versi Indonesian Idol





c. Iklan Versi *Indonesian Idol 2* (Maret 2010)

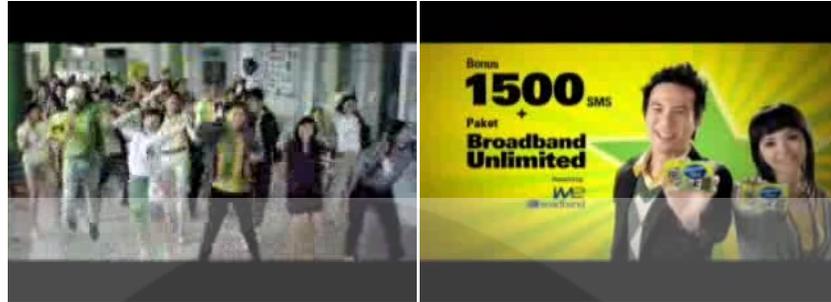
Hampir sama dengan iklan versi *Indonesian Idol* yang tayang pada bulan Februari, iklan Indosat M3 versi ini hanya mempersingkat durasi waktu penayangan dari iklan versi *Indonesian Idol* yang pada bulan sebelumnya berdurasi 45 detik maka pada iklan versi *Indonesian Idol 2* menjadi 15 detik. Pesan iklan dari Indosat M3 yang disampaikan pun sama persis dengan promo pada iklan sebelumnya yaitu memberikan klaim tarif telepon murah 0,1 rupiah/detik juga dengan memberikan bonus 1500 SMS gratis dan paket *Broadband Unlimited* kepada para pelanggan Indosat M3.

Gambar di bawah ini merupakan *frame* iklan Indosat M3 versi *Indonesian Idol* yang durasinya lebih singkat selama 15 detik :

Gambar 2.7

Frame Iklan Indosat M3 versi *Indonesian Idol 2*





2. Iklan XL

a. Iklan Versi Selamat Natal dan Tahun Baru (Januari 2010)

Penayangan iklan XL dengan versi Selamat Natal dan Tahun Baru ini bersamaan dengan di mulainya pergantian tahun pada 2009 ke 2010. Iklan ini menggunakan *endoser* yang cukup terkenal yaitu Luna Maya yang dalam iklan ini berpenampilan la yaknya sedang merayakan pesta tahun baru dengan membawa terompet dan didukung suasana yang menggambarkan ramainya tahun baru. Ketika tahun baru tentunya akan banyak ucapan Selamat Natal dan Tahun Baru yang disampaikan oleh masyarakat kepada teman atau sanak saudara melalui SMS, oleh karena itu XL dalam iklan ini berpromosi dengan klaim sebagai operator se luler dengan tarif SMS yang sangat murah bahkan gratis hingga 250 SMS ke semua operator. Hal ini tentunya dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk dari XL terlebih ditunjang oleh *endoser* yang cukup menjanjikan seperti Luna Maya.

Gambar di bawah ini merupakan merupakan *frame* iklan XL versi Selamat Natal dan Tahun Baru yang berdurasi 30 detik

Gambar 2.8

Frame Iklan XL versi Selamat Natal dan Tahun Baru 2010



b. Iklan Versi Teuku Wisnu (Februari 2010)

Pada iklan XL versi Teuku Wisnu yang tayang pada bulan Februari 2010 dapat digambarkan bagaimana XL selalu berusaha menanamkan di benak konsumen bahwa produk XL merupakan operator seluler dengan tarif paling murah. Dalam iklan ini diceritakan Teuku Wisnu sebagai *endoser* yang sedang bermain bola sambil menelpon dan membawa uang koin 50 rupiah ing in menunjukkan bahwa uang 50 rupiah pun dapat digunakan untuk melakukan panggilan telepon seperti yang kemudian dijelaskan oleh narator dan melalui gambar seorang gadis cantik yang menunjukkan betapa murah nya tarif telepon XL sehingga konsumen dapat menelpon sampai puas sepanjang hari.

Gambar di bawah ini merupakan merupakan *frame* iklan XL versi Teuku Wisnu yang berdurasi 30 detik :

Gambar 2.9

Frame Iklan XL versi Teuku Wisnu sebagai *Endoser*



c. Iklan Versi Paket Combo (Maret 2010)

Iklan versi Paket Combo menceritakan ketika seorang pria bergaya rapper mendatangi sebuah counter untuk menanyakan adakah operator seluler yang murah, kemudian oleh penjual yang seorang wanita dijawab dengan gaya rapper juga menjelaskan bahwa tarif telpon XL murah, selain itu juga akan mendapat bonus 100 SMS gratis setiap harinya serta gratis 1 MB untuk akses internet seperti Facebook, Twitter, maupun chatting. Raffi Ahmad sebagai endoser pada iklan versi ini kemudian menjelaskan kelebihan produk XL secara singkat.

Gambar di bawah ini merupakan merupakan *frame* iklan XL versi Paket Combo yang berdurasi 30 detik :

Gambar 2.10

Frame Iklan XL versi Paket Combo

