



























































































subjek namun bisa juga untuk menjauhkan objek darinya. Dua *act* dalam oposisi ini bisa mengelirukan dan perlu diamati secara teliti berdasarkan definisinya. Terkadang, sebuah elemen dapat menjadi pengirim sekaligus penerima.

Menurut Hebert (2011:72) secara teori, apapun tindakan nyatanya dapat digambarkan setidaknya oleh satu model *actantial*. Sebenarnya tidak ada satu model *actantial* yang pasti untuk sebuah teks, dimana ada satu tindakan, di situ pula model *actantial* baru dapat hadir untuk menelaah, karena sebuah tindakan dapat dilihat dari perspektif yang berbeda.

Walaupun tidak ada aturan yang pasti mengenai penggunaan satu model *actantial* saja untuk menganalisis suatu teks berdasarkan tindakan utama yang merangkum teks tersebut secara baik, maka akan lebih baik apabila menggunakan lebih dari satu model untuk menganalisis sebuah teks. Lebih dari satu model *actantial* dapat membentuk set model *actantial*. Satu set model *actantial* setidaknya melibatkan dua buah model *actantial* dengan setidaknya satu hubungan yang didirikan diantara mereka. Berikut hubungan tersebut (Hebert, 2011:72):

1. Hubungan temporal, antara lain:
  - a. *Complete or partial simultaneity* (bersamaan secara utuh atau parsial)
  - b. *Immediate or delayed succession* (berurutan dengan langsung atau jeda)
2. Hubungan logis antara lain :

- a. *Simple presupposition* (hubungan sebab akibat)
  - b. *Resiprocal presupposition* (hubungan oposisi atau keterbalikan)
  - c. *Mutual exclusion* (hubungan pengecualian)
3. Hubungan antara satu model dengan model subordinatnya dan seterusnya.

Sebuah elemen tunggal dapat ditemukan dalam satu, beberapa bahkan semua kelas *actantial*. Sinkretisme *actantial* terjadi ketika sebuah elemen tunggal dikenal sebagai aktor (pengertian karakter secara tradisional) berisi beberapa *actan* yang berbeda kelas (misalnya : aktor sebagai *subject* dan *helper* secara bersamaan). (Hebert, 2011:73)

Deskripsi *actantial* harus mencakup *observing subjects*, karena *observing subjects* mempengaruhi bagaimana elemen yang ada diatur dalam kelas *actantial* atau dalam sub-kelas *actantial*. (Hebert, 2011:74) Terdapat dua sudut pandang yaitu :

1. *Reference Observing Subject* (sudut pandang penulis)

Dalam sudut pandang ini model *actantial* dilengkapi berdasarkan penilaian penulis atau narrator mengenai peran elemen-elemen ciptaannya dalam tindakan yang dimodelkan

2. *Assumptive Observing Subject/character observer* (sudut pandang asumsi)

Dengan sudut pandang ini kelas-kelas *actan* diisi berdasarkan penilaian dari elemen dalam teks. Elemen penilai atau disebut dengan *assumptive observing subject* atau *character observer* itu sendiri bisa

saja ditempatkan dalam kelas subyek atau pun kelas-kelas lain dalam model *actantial* serta bisa saja berdiri di luar model itu sendiri.

Klasifikasi dapat bervariasi, tidak hanya berdasarkan pengamat tetapi juga fungsi waktu dengan demikian dapat membuat suatu model untuk setiap pengamat dan setiap posisi sementara yang relevan dari suatu tindakan tertentu. Pengamatan waktu juga dilakukan dalam level yang lebih mendalam yaitu *semiotic square*. Ada tiga jenis pengamatan waktu (Hebert 2011:74) :

1. *Time as represented in the story* atau waktu yang diwakili dalam cerita, maksudnya ialah urutan kronologis peristiwa dalam cerita.
2. *Narrative time* atau waktu naratif maksudnya ialah urutan peristiwa dari cerita yang disajikan.
3. *Tactical time* atau waktu taktis maksudnya ialah urutan linear semantik unit, dari satu kalimat ke kalimat berikutnya.

Dari waktu ke waktu, *actan* dapat mengintegrasikan, meninggalkan model *actantial* atau kelas perubahan atau sub-kelas. Berikut merupakan penjelasan mengenai sub-kelas *actantial* untuk meningkatkan analisis (Hebert, 2011:74-75) :

1. *True/False Actan*

Evaluasi veridictory (atau evaluasi benar/salah) digunakan untuk mengamati subyek. Analisis ini dapat mengadopsi evaluasi referensi (narator) langsung (mereka dianggap pasti benar dalam teks), atau dapat menunjukkan dinamika antara referensi dan evaluasi asumsi. Misalnya : dalam sebuah teks sebuah karakter A percaya bahwa karakter B merupakan *helper* (merupakan evaluasi asumsi atau sudut pandang

asumsi) padahal karakter B tersebut sebenarnya adalah *opponent* (merupakan sudut pandang penulis/narator sebagai referensi). Maka karakter B adalah *helper* bagi karakter A namun palsu bagi sudut pandang penulis atau narrator, dengan kata lain karakter B adalah *helper* benar (*true*) untuk sudut pandang asumsi namun palsu (*false*) untuk sudut pandang referensi atau penulis atau narrator.

## 2. *Actans* dan *Antactans* (*Actan* dan *Antactan*)

*The semiotics square* (akan dijelaskan didalam teori berikutnya) memiliki paling tidak empat jenis *actan*, yaitu *actan* (*term A*), *anti actan* atau *antactan* (*term B*), *negactan* (*term not-B*) dan *negantactan* (*term not-A*). Sedangkan dalam *actantialmodel* hanya terdapat *actan* dan *antactans* yang akan digunakan dalam analisis. Hebert (2011:7) menyebut *antactans* sebagai *anti-sender*, *anti-receiver* dan *anti-subject*. Misalnya seorang pangeran (*subject*) sedang menyelamatkan putri (*object*) dari jeratan semak belukar begitu pula raksasa (*anti-subject*) berusaha mendapatkan sang putri. Raja raksasa (*Anti-sender*) pastilah tidak meminta pangeran untuk menyelamatkan putri dan semak belukar (*anti-receiver*) tidak mendapat keuntungan apapun dari penyelamatan putri tersebut. *Antactans* adalah *relative* karena keadaan tersebut dapat dirubah menjadi sebaliknya.

## 3. *Actans/Non-Actans*, *Real/Possible Actans* atau *Passive/Active Actans*

Perbedaan anantara *actans/non-actans* berkaitan dengan *real/possible* (berdasarkan status ontologis) dan *passive/active*. Misalnya dalam sebuah narasi seorang teman seharusnya membantu, tetapi teman tersebut tidak

membantu, kasus ini apabila diaplikasikan di kolom *time* 1 maka tidak disebut *opponent* tetapi disebut *non-helper* atau *possible helper* karena mungkin di kolom *time* 2 teman tersebut dapat membantu yang akan disebut *real helper*.

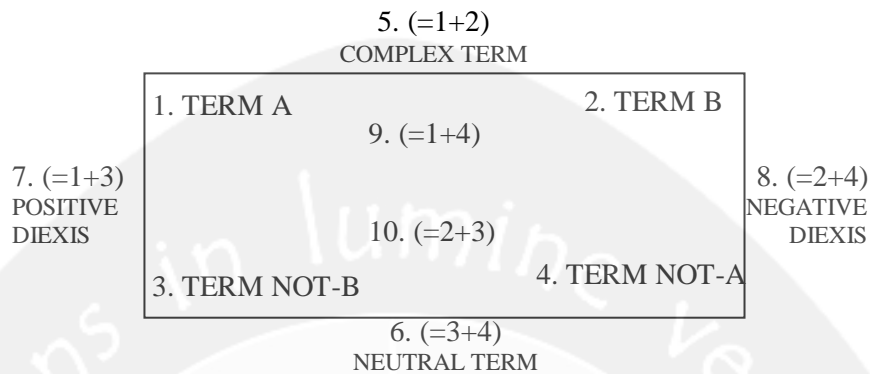
4. *Intentional/Unintentional Actans* (sengaja/tidak sengaja), *Whole/Part* (keseluruhan/bagian) atau *Class/Element* (kelas/unsur)

*Actans antropomorphic* mengambil perannya baik intentional (sengaja) atau unintentional (tidak sengaja). Analisis *actantial* juga menggunakan oposisi *mereological* atau disebut juga oposisi *whole* (keseluruhan) atau *part* (bagian).

#### **E.5.1.3. The Deep/Abstract Level**

Level berikutnya adalah tingkatan yang lebih dalam dari tingkatan makna narasi. Level ini adalah level sintaks abstrak atau konseptual dimana nilai-nilai fundamental yang menghasilkan teks diartikulasikan. Analisis level ini menggunakan *semiotic square*. *Semiotic square* adalah visual representasi dari makna dasar narasi. Analisis *semiotic square* merupakan analisis oposisi, kontradiksi dan implikasinya (Martin, 2000 : 12).

**GAMBAR 2**  
**Structure of The Semiotic Square**



Keterangan gambar : tanda + merupakan *term* yang dikombinasikan untuk menjadi *metaterm*, misalnya, 5 adalah hasil dari kombinasi 1 dan 2

(Sumber : Hebert, Louis. 2011. *Tools for Text and Image Analysis An Introduction to Applied Semiotics Version 3*, halaman :41)

Gambar 2 adalah *visual representation* dari *semiotic square*. *Semiotic square* adalah alat analisis yang berguna untuk menggambarkan oposisi semantik atau tematik dasar yang mendasari sebuah teks. Dengan menggunakan *semiotics square* juga dapat memungkinkan untuk mengambil dinamika tekstual dengan memplot tahap penting ataupun perubahan yang terjadi dalam sebuah cerita dan mengikuti perlintasan narasi subjek (Martin, 2000 : 13).

Menurut Hebert (2011:41) *The Semiotic Square* yang dikembangkan oleh Greimas dan Rastier, adalah alat yang digunakan dalam analisis oposisi. Hal ini memungkinkan kita untuk memperbaiki analisis dengan meningkatkan jumlah kelas analitis yang berasal dari saebuah oposisi dari dua elemen (misalnya, kehidupan / kematian) menjadi empat elemen (misalnya :(1) hidup, (2) kematian, (3) hidup dan mati (hidup mati), (4) tidak hidup maupun mati (malaikat) ) atau hingga delapan elemen atau bahkan sepuluh elemen.

Gambar 2 menunjukkan bentuk dari *semiotic square*. Di dalam *semiotic square* terdapat istilah yang disebut *term*, bila dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai bentuk. Terdapat empat *term* dan enam *metaterm*. *Metaterm* merupakan bentuk turunan dari dua *term* yang saling bersinggungan. Keempat *term* tersebut merupakan oposisi dasar yang membentuk *semiotic square* sedangkan keenam *metaterm* merupakan kemungkinan kombinasi dari dua *term*. Dalam gambar 2 ada beberapa *metaterm* yang telah diberi nama yaitu *complex term*, *neutral term*, *positive diexis*, dan *negatif diexis*, namun tetap saja itu adalah *metaterm*.

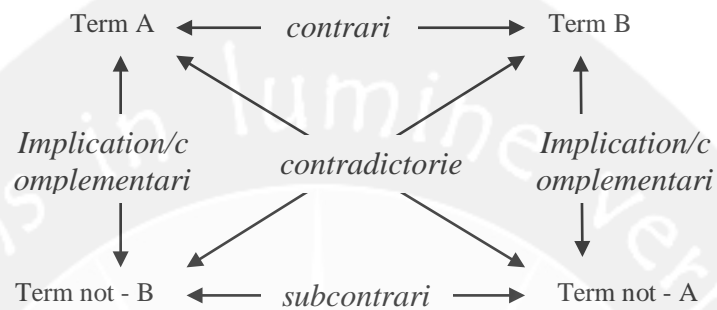
Keempat *term* yang ada mementuk sebuah relasi. Relasi yang dibentuk antara lain (Hebert, 2011 : 42) :

- a. *Contrariety* : Hubungan antara *term A* dan *term B*, dan antara *term not-A* dan *term not-B*
- b. *Contradiction* : Hubungan antara *term A* dan *term not-A* dan antara *term B* dan *term not-B* oposisi *term* mencakup *contrariety* dan *contradiction* dalam teks ini.
- c. *Implication* atau *Complementarity* hubungan antara *term not-B* dan *term A* dan antara *term not-A* dan *term B*

*Contrariety*, *contradiction* dan *complementarity* adalah hubungan dua arah (yaitu A adalah kebalikan dari B dan sebaliknya) sedangkan implikasi adalah searah, dari not-B ke A dan dari not-A ke B. Hubungan antara *term A* dan B disebut *contraries* dan hubungan antara *term not-A* dan *term not-B* disebut *subcontraries* (karena hubungan ini setelah *contraries*). Hubungan antara *term A*

dan *term not-A* disebut *contradictories* dan hubungan antara *term B* dan *term not-B* juga disebut *contradictories*(Hebert, 2011 : 42).

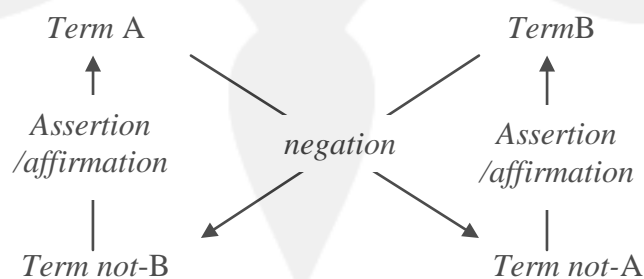
**GAMBAR 3**  
**Hubungan Antar Term**



(Sumber : Hebert, Louis. 2011. *Tools for Text and Image Analysis An Introductionto Applied Semiotics Version 3*, halaman :42)

Ada istilah operasi atau transformasi dalam *semiotic square*, operasi yang dimaksud adalah pergerakan dari satu posisi ke posisi yang lain. Posisi-posisi tersebut ditunjukkan oleh *term* dan *metaterm* yang ada dan pergerakannya ditunjukkan dengan anak panah, berikut pergerakan posisi dalam *semiotic square*(Hebert, 2011 : 43) :

**GAMBAR 4**  
**Operasi/Transformasi Term**



(Sumber : Hebert, Louis. 2011. *Tools for Text and Image Analysis An Introductionto Applied Semiotics Version 3*, halaman :43)



Transformasi dari *term A* menuju *term not-A* atau *term B* menuju *term not-B* disebut *negation* (negasi). Sedangkan transformasi dari *term not-B* menuju *term A* atau *term not-A* menuju *term-B* disebut *assertion* (penegasan) atau *affirmation* (persetujuan). (Hebert, 2011 : 43)

Pada pembahasan mengenai *term* dan hubungan-hubungannya terdapat hubungan oposisi, di dalam hubungan oposisi ada *intermediet term* yaitu kategori yang disisipkan di dalam oposisi *term*. Misalnya oposisi antara tampan dan jelek, maka *intermediet term*-nya adalah tidak tampan, tidak jelek, biasa saja. Ada tiga jenis oposisi dalam semiotika yaitu, oposisi *categorial*, oposisi *incremental*, dan oposisi *privative*. Oposisi *categorial* adalah oposisi yang tidak memungkinkan hadirnya *intermediet term* misalnya benar >< salah legal >< ilegal. Oposisi *incremental* adalah oposisi yang memungkinkan hadirnya *intermediet term* misalnya tampan >< jelek memungkinkan memunculkan *intermediet term* biasa saja. Oposisi *privative* adalah oposisi yang memunculkan sebuah *term* oposisi dimana *term* oposisi yang lain tidak dapat dihadirkan (*absent*) dalam *term* oposisi tersebut, misalnya hidup >< mati, *term* dalam oposisi mati tidak mungkin berada dalam keadaan hidup.

## **F. Kerangka Konsep**

Iklan merupakan representasi produk dengan menampilkan sistem signifikasi yang di tampilkan di dalamnya seperti apa yang telah di ungkapkan Danesi (2010 : 234) mengenai tekstualitas iklan. Konsep-konsep yang muncul dari penelitian ini adalah konsep-konsep yang didasari pada pandangan Feminis Marxis

terhadap iklan sebagai bagian dari kapitalisme yang di dalamnya didominasi oleh budaya patriarkis. Berdasarkan pandangan ini, penelitian ini akan melihat sistem signifikasi yang muncul dari TVC produk Berrygood dari Garudafood bahkan sampai ke dalam pesan subliminal yang disematkan di dalam iklan tersebut. Seperti apa yang diungkapkan oleh Reichert (2003 : 197), pesan subliminal sengaja disematkan oleh pengiklan agar iklan yang mereka produksi dapat menarik dan melekat di ingatan masyarakat sebagai *target market* dan *target audience*. Pesan subliminal bekerja di tataran psikologis *audience*. Pesan subliminal tidak disadari oleh *audience* namun mampu mempengaruhi alam bawah sadar, dan seksualitas merupakan pesan subliminal yang banyak disematkan oleh pengiklan ke dalam iklan, karena iklan yang di dalamnya di sematkan pesan subliminal dengan tema seksual, 80% sampai 90% lebih mudah melekat di benak *audience*(Reichert, 2003 : 196). Berikut merupakan konsep-konsep yang diangkat penulis dalam penelitian ini :

#### 1. Representasi

Representasi menurut Stuart Hall (1997 : 15) berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang mewakili makna bagi orang lain. Representasi merupakan bagian penting dari proses di mana makna diproduksi dan dipertukarkan antara masyarakat dan budayanya. (Hall, 1997 : 15). Hal tersebut berbeda dengan komodifikasi. Komodifikasi lebih menekankan pada pertukaran nilai sedangkan representasi lebih menekankan pada produksi makna yang diwakilkan. Representasi dalam penelitian ini merupakan representasi dari eksploitasi perempuan, berarti

semua signifikansi yang muncul di dalam TVC Berrygood versi "Bikin Good Mood" yang merupakan bagian dari politik tubuh seperti apa yang diungkapkan oleh Piliang (2004: 340-341). Dalam penelitian ini politik tubuh yang muncul adalah Ekonomi-politik hasrat (*Political economy of desire*) dalam pembahasan *Libidoshopy* di kerangka teori yaitu bagaimana potensi libido perempuan menjadi sebuah ajang eksploitasi ekonomi, bagaimana ia disalurkan, digairahkan, dikendalikan atau dijinakkan di dalam berbagai bentuk relasi sosial yang menyertai produksi komoditi. Dalam ekonomi politik hasrat, tubuh dan citra perempuan menjadi sebuah strategi di dalam politik eksplorasi dan sekaligus represi hasrat perempuan di dalam relasi psikis yang dibentuk kapitalisme. (Piliang, 2004 : 341)

## 2. Eksploitasi perempuan

Eksploitasi perempuan dalam penelitian ini adalah relasi produksi dalam konteks perspektif Feminis Marxis, dimana laki-laki adalah kelas yang mengeksploitasi sedangkan perempuan adalah kelas yang dieksploitas, seperti apa yang telah diungkapkan oleh Christine Delphy. (Jackob, 2009:29). Dalam konsep ini TVC Berrygood menampilkan bintang iklan perempuan sebagai salah satu alat untuk merepresentasikan produk atau dengan kata lain, iklan sebagai bagian dari kapitalisme yang didominasi budaya patriarki menggunakan perempuan sebagai ajang eksploitasi untuk menawarkan produk. Eksploitasi ini berarti tanpa memperhatikan dampak yang akan dialami perempuan meskipun sistem

signifikasinya berupa pesan yang tidak disadari oleh *audience* namun mampu mempengaruhi bawah sadarnya.

3. Pesan subliminal

Pesan subliminal dalam penelitian ini adalah konten yang berbau seksualitas yang disematkan di dalam lirik jingle iklan. Pesan ini nantinya akan dianalisis menggunakan alat analisis narasi semiotika greimas untuk melihat makna sebenarnya yang muncul di dalam TVC Berrygood versi "*Bikin Good Mood*".

4. TVC (*Television Commercial*)

TVC dalam penelitian ini adalah iklan televisi dari produk Berrygood versi "*Bikin Good Mood*". Dalam konsep ini terdapat konsep-konsep berikut (Widyatama, 2006 : 15) :

a. Ilustrasi

Biasanya ilustrasi dibangun dari potret model atau pemandangan, namun dalam penelitian ini ilustrasi dibangun dari potongan gambar yang didasari lirik *jingle* sebagai narasi dalam setiap potongannya

b. *Headline*

Berupa kata-kata yang mencoba menyampaikan inti pesan terpenting untuk disampaikan pada khalayak. Dalam penelitian ini berarti kata-kata yang muncul di dalam lirik jingle iklan TVC Berrygood versi "*Bikin Good Mood*" yang merupakan inti dari pesan TVC tersebut.

c. *Body copy*

Uraian yang biasanya menyampaikan tiga jenis informasi, yaitu ; ciri produk, kegunaan dan kelebihan produk,serta mengatahkan tindakan nyata pada khalayaknya. Dalam penelitian ini body copy juga dimunculkan sebagai rangkaian kata di dalam lirik jingle iklan TVC Berrygood versi “*Bikin Good Mood*”.

d. *Signature line*

Nama atau merek paten (*brand name*) dari produk yang diiklankan. Dalam penelitian ini merek paten dari produk yang ditawarkan dalam iklan adalah Berrygood.

e. Slogan

Rangkaian kata yang biasanya singkat, padat, penuh arti, mudah diingat, mengandung arti yang dalam, serta mampu menyetengahkan kegunaan unik dari produk. Slogan yang muncul dalam TVC Berrygood juga merupakan bagian dari lirik jingle iklan.

5. *Jingle* iklan

*Jingle* iklan dalam penelitian ini adalah unsur audio baik lirik maupun musik yang muncul dalam TVC Berrygood versi ”*Bikin Good Mood*”. Dalam penelitian ini lebih fokus terhadap lirik jingle iklan.Seperti yang telah diungkapkan Hurondalam *text* yang berjudul ”:*Music in Advertising: An Analytic Paradigm* ”, vokal dalam musik memungkinkan penyampaian pesan verbal dengan cara *nonspoken* (tidak seperti bicara

biasa). Pengucapan bahasa dapat terdengar sedikit lebih naif dan memanjakan diri apabila ditulis dalam frase musik, bukan hanya diucapkan.

#### 6. Semiotika Greimassian

Semiotika greimassian dalam penelitian ini adalah alat analisis narasi yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis narasi TVC Berrygood versi "*Bikin Good Mood*". Dalam semiotika greimas, alat analisis yang akan digunakan oleh penulis adalah alat analisis *actantial model* dan *semiotic square*. Konsep *actantial model* berarti alat analisis yang digunakan penulis dalam level narative semiotika Greimas. Dalam *actantial model* terdapat konsep :

- a. *Actan* yang berarti aspek atau elemen atau pelaku dalam narasi yang muncul dalam TVC Berrygood versi "*Bikin Good Mood*".
- b. *Assumptive Observing Subject /character observer* berarti sudut pandang asumsi berdasarkan penilaian dari elemen dalam teks atau bahkan diluar teks atau dalam kehidupan nyata. (Hebert, 2011:74). Dalam penelitian ini sudut pandan dilihat melalui Feminis Marxis dan dari *actan* yang dipilih penulis dalam narasi TVC Berrygood versi "*Bikin Good Mood*".

Berikutnya adalah konsep *semiotic square*. *Semiotic square* merupakan alat nalalisis mendalam yang digunakan oleh penulis. Dalam penelitian ini *semiotic square* digunakan untuk melihat analisis oposisi dari TVC Berrygood versi "*Bikin Good Mood*". Dalam konsep ini terdapat konsep

*term* dan *metaterm*. Konsep *term* dalam penelitian ini berarti konteks yang mendasari struktur narasi TVC Berrygood versi “*Bikin Good Mood*”. Sedangkan konsep *metaterm* berarti elemen yang muncul dari hubungan antara elemen-elemen yang merupakan *term*.

## **G. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian berasal dari kata metode yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan logos yang artinya ilmu atau pengetahuan, sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya (Narbuko, 2002:1). Jadi metodologi penelitian adalah ilmu mengenai jalan yang dilewati untuk mencapai pemahaman (Narbuko, 2002:3).

### **G.1. Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Melalui pendekatan kritis berarti penelitian ini mengkaji kondisi-kondisi sosial dalam usaha untuk mengungkap struktur-struktur yang tersembunyi. Secara khusus adalah bertujuan untuk menginterpretasikan dan memahami bagaimana berbagai kelompok sosial dikekang dan ditindas (Sendjaja, 1993 : 392).

### **G.2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data,





dari situs video online [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Data sekunder diperoleh dari artikel-artikel yang berkaitan dengan pesan subliminal dan pornografi.

#### **G.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi kemudian dianalisis menggunakan semiotika Greimasian. Penulis melakukan observasi terhadap TVC produk *Berrygood* versi "Bikin Good Mood" kemudian melakukan analisis dengan menggunakan analisis semiotika Greimasian untuk mencari persebaran tanda dengan cara mengidentifikasi penanda -penanda, aksi-aksi dan oposisi-oposisi yang hadir dalam TVC baik audio maupun video. Data akan dikumpulkan dengan cara memecah TVC tersebut menjadi beberapa bagian, karena unit terkecil dari narasi adalah kata dan penelitian ini berhubungan dengan lirik *jingle* dari TVC maka pemecahan TVC tersebut berdasarkan kata dari jinggel liriknya, dari pemecahan tersebut diharapkan mampu menghasilkan penanda-pananda sebagai data yang dibutuhkan.

#### **G.6. Metode Analisis Data**

Metode penelitian ini termasuk kategori studi kasus. Menurut Robert K. Yin (Krisyantono,2005:66-67), penelitian dengan metode studi kasus adalah penelitian yang berusaha menyelidiki batas-batas antara fenomena dan sebuah konteks kehidupan nyata dimana batas-batas anatar fenomena dan konteksnya







2. Jika hanya ada satu tindakan yang relevan dalam teks, cari sudut pandang lain untuk membentuk model lain sebagai perbandingan.
3. Tentukan berdasarkan sudut pandang model elemen pengisi aktan Subject dan Object sebagai pusat dari model tersebut.
4. Tentukan elemen pengisi kelas aktan lainnya.
5. Kembangkan elemen aktan ke dalam sub-kelas aktan.
6. Definisikan relasi antar model-model yang terbentuk.
7. Identifikasikan pergeseran atau transformasi elemen-elemen teks dalam kelas dan sub-kelas aktan ke dalam kelas dan sub-kelas lainnya.
8. Berdasarkan fungsinya sebagai penggerak atau “motor” sebuah narasi, tentukan skala kepentingan transformasi-transformasi tersebut.

Melalui sudut pandang Feminis Marxis penulis menentukan aksi di dalam TVC Berrygood. Hal tersebut disebut dengan *Assumptive Observing Subject*. Melalui sudut pandang ini berarti kelas-kelas *actan* diisi berdasarkan penilaian dari elemen dalam teks. Elemen penilai atau disebut dengan *assumptive observing subject* atau *character observer* itu sendiri bisa saja ditempatkan dalam kelas subyek atau pun kelas-kelas lain dalam model *actantial* serta bisa saja berdiri di luar model itu sendiri. (Hebert, 2011 : 74), penulis akan menggunakan sudut pandang Garudafood dalam narasi TVC Berrygood versi “*Bikin Good Mood*” berdasarkan nilai-nilai dari Feminis Marxis itu sendiri. Penulis akan menentukan elemen *actan*, dari elemen *actan* yang telah ditentukan kemudian akan dimasukkan kedalam bagan atau model *actantial* dan membaginya ke dalam enam kelas *actan*, yaitu *sender, subject, receiver, helper, object* dan *opponent*.

Langkah berikutnya adalah menentukan sub-kelas *actan*. Sub-kelas *actan* ditentukan dari aksi yang terjadi di dalam narasi antara elemen *actan* satu dengan yang lainnya dan berdasarkan sudut pandang yang telah ditentukan penulis. Aksi-aksi yang terjadi menunjukkan elemen *actan* itu *real* atau *possible*. *Real*, berarti *actan* tersebut mutlak atau benar-benar terjadi dalam narasi ataupun dalam kehidupan nyata berdasarkan sudut pandang yang telah ditentukan penulis, sedangkan *possible* berarti elemen *actan* memiliki kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi baik dalam narasi maupun dalam kehidupan nyata. Narasi yang terbentuk juga dapat digunakan untuk menentukan apakah elemen *actan* tersebut *active* atau *passive*. *Active*, berarti elemen *actan* tersebut merupakan elemen yang melakukan aksi di dalam narasi sedangkan *passive* berarti, elemen *actan* tersebut dikenai aksi di dalam narasi tersebut. Setelah *actantial model* terbentuk langkah berikutnya yang dilakukan penulis adalah memasukkannya ke dalam tabulasi, dari tabulasi yang telah dibuat maka analisis dalam level narasi telah selesai.

Analisis berikutnya menggunakan alat analisis oposisi yaitu *semiotic square* yang merupakan level terakhir analisis. Dalam analisis ini akan dilihat oposisi dan operasi inti dari sebuah narasi dengan ditemukannya oposisi-oposisi dominan dalam level-level sebelumnya, makna-makna yang terkandung dalam sebuah narasi dapat diungkapkan melalui analisis terhadap oposisi-oposisi tersebut di level ini. Sebelum melakukan analisis ini, peneliti harus menentukan oposisi dan operasi yang menjadi motor utama dari narasi obyek analisis secara keseluruhan untuk dirumuskan dalam *semiotic square*. Untuk menentukannya, peneliti dapat melihat oposisi dan operasi yang mendominasi dalam level-level

sebelumnya atau dalam narasi secara keseluruhan. Berikut ini adalah tiga pertanyaan yang akan menjadi panduan dalam menyusun dan menganalisis *semiotic square*. (Hebert, 2011:41) :

1. Apakah term atau metaterm yang didapatkan mungkin ada dalam dunia nyata? Contoh: Manusia tidak mungkin hadir dalam term mati sekaligus hidup dalam waktu bersamaan walaupun secara metaforik dapat berada dalam term tidak mati dan tidak juga hidup seperti dalam keadaan putus asa dan tanpa harapan.
2. Apakah term atau metaterm yang didapatkan dapat dibahasakan lebih sederhana, atau lebih duniawi, atau lebih “*real*”?
3. Adakah satu atau beberapa term atau metaterm yang didapatkan yang termanifestasi dalam tindakan semiotik di dalam teks?

Setelah *semiotic square* terbentuk, ada dua pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dalam level yang lebih dalam. Pendekatan dalam level semantik (statis) atau dalam level sintaksis (dinamis). Level pendekatan yang digunakan dapat ditentukan dari acuan pergeseran posisi (operasi/transormasi) elamen-elemen dalam *semiotic square*. Langkah analisis yang perlu dilakukan dalam level ini adalah sebagai berikut. (Hebert, 2011:41):

1. Tentukan oposisi utama (term A><term B). Oposisi utama bisa diangkat dari tema dominan dalam level *discursive* atau dengan mencari oposisi lain yang menjadi superordinatnya.
2. Proyeksikan oposisi utama (*contraries*) tersebut menjadi *sub-contraries* (term not-B><term not-A).

3. Tentukan *metaterm-metaterm* di sekelilingnya dengan pelabelan yang paling sederhana (lihat pertanyaan penuntun no. 2).
4. Periksa teks (tindakan) yang dianalisis. Masukkan elemen-elemen teks yang memungkinkan ke dalam kesepuluh kemungkinan semantik yang ada (empat *term* dan enam *metaterm*). Perlu dijelaskan bahwa hanya empat term utama yang paling penting sehingga kadang *metaterm-metaterm* yang ada tidak perlu diperhatikan bila saja tidak ada elemen yang mengisinya.

Berikutnya adalah pendekatan sintaksis, pendekatan sintaksis merupakan pendekatan sekuen atau runtutan dalam nilai semantik. Fokus dalam pendekatan ini adalah runtutan posisi elemen-elemen dalam *semiotic square* berdasarkan waktu dalam teks. Dalam pendekatan sintaksis ada tiga konsep pengamatan waktu yaitu (Hebert 2011:74) :

1. *Time as represented in the story* atau waktu yang diwakili dalam cerita, maksudnya ialah urutan kronologis peristiwa dalam cerita.
2. *Narrative time* atau waktu naratif maksudnya ialah urutan peristiwa dari cerita yang disajikan.
3. *Tactical time* atau waktu taktis maksudnya ialah urutan linear semantik unit dari satu kalimat ke kalimat berikutnya.

Setelah *semiotic square* terbentuk, langkah berikutnya ialah memasukkan *term* dan *metaterm* yang telah dilabelkan atau hasil analisis *semiotic square* ke dalam tabulasi. Dari tabulasi tersebut penulis akan mencari transformasi dan operasi lain yang mungkin terjadi di dalam narasi maupun dalam kehidupan nyata.



Melalui proses identifikasi tersebut akan memunculkan makna yang sebenarnya dari narasi jingle iklan TVC Berrygood versi “*Bikin Good Mood*”.

