

CITRA MASKULINITAS LUIS SUAREZ DALAM IKLAN ADIDAS EDISI *THERE WILL BE HATERS* (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)

LUIS SUAREZ MASCULINITY IMAGES IN ADIDAS ADVERTISEMENT *THERE WILL BE HATERS* (CHARLES SANDERS PEIRCE SEMIOTIC MODEL)

Oleh: Ardhi Laksono Arsinto, 14419144020, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Yogyakarta
arsianto.ardhilaks@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan citra maskulinitas dari Luis Suarez yang terdapat dalam iklan Adidas versi "*There Will Be Haters*". Objek dalam penelitian ini adalah iklan Adidas versi *There Will Be Haters* versi Luis Suarez yang di unggah Adidas di media sosial Instagram dan Twitter @adidasfootball pada tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik analisis semiotika model Charles Sanders Pierce. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Adidas versi *There Will Be Haters* bukan hanya menawarkan produknya tapi mengandung makna citra maskulin dari Luis Suarez. Citra Maskulin Luis Suarez ditampilkan pada diri Luis Suarez, latar belakang gambar iklan, serta caption yang terdapat pada unggahan di media sosial Adidas..

Kata Kunci : Semiotika, Iklan, Citra, Maskulinitas, Adidas, Luis Suarez

Abstract

This study aims to describe the masculinity image of Luis Suarez contained in the Adidas advertisement version "There Will Be Haters". The object of this study was the advertisement of Adidas version of There Will Be Haters version of Luis Suarez which was uploaded by Adidas on social media Instagram and Twitter @adidasfootball in 2015. The method used in this study was qualitative with Charles Sanders Pierce's semiotic analysis technique. The validity of the data tested by the validity of the technique. The results of the study show that the Adidas ad version of There Will Be Haters not only offers its products but also implies the masculine image of Luis Suarez. The masculine image of Luis Suarez was presented to Luis Suarez, the background of the advertisement image, and the caption contained in uploads on Adidas social media.

Keyword: *Semiotics, Advertising, Image, Masculinity, Adidas, Luis Suarez.*

PENDAHULUAN

Pada era modern sepak bola bukan lagi permainan biasa. Sepak bola kini sudah merambat ke sektor sosial, ekonomi, dan bisnis. Menurut Dex Glenniza (2014) dilansir dari *detik.com* perkembangan bisnis sepak bola dimulai dari harga hak siar pertandingan setiap liganya yang selalu naik, harga pemain yang semakin tidak relevan dengan pasar pemain, sehingga gaji pemain yang semakin hari semakin besar menjadi alasan mengapa sepak bola sebagai industri yang berkembang pesat. Selain hak siar dan harga pemain, sepatu sepak bola yang dulunya hanya menjadi pelengkap permainan, sekarang menjadi barang yang diburu oleh para penggemar adalah sepatu sepak bola. Penggemar juga meminati barang-barang yang berkaitan dengan klub atau pemain yang digemari.

Lebih lanjut Dex menjelaskan bisnis di sepak bola tidak hanya melibatkan federasi yang menaungi sepak bola. Melibatkan industri di luar sepak bola, seperti produsen perlengkapan olahraga, produsen minuman berenergi, hingga produsen otomotif juga terlibat dalam industri sepak bola. Seorang pesepak bola profesional selain bermain sepak bola tetapi juga sering terlibat pada kegiatan komersil produk atau iklan yang berkaitan dengan klub tempat mereka bermain atau sponsor pribadi.

Iklan di kalangan pesepak bola bukan hal yang baru. Iklan merupakan bentuk promosi barang atau jasa yang memiliki daya jangkauan yang luas (Morissan. 2010: 18). Menurut Vera (2014 : 43) iklan merupakan proses komunikasi massa untuk penyampaian pesan yang berisi tentang suatu produk, baik barang maupun jasa. Iklan disampaikan secara persuasi dan bertujuan untuk memengaruhi khalayak. Selain sebagai komunikasi massa, menurut Lee dan Johnson (dalam Vera. 2014: 43) iklan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk – produknya yang ditransmisikan ke khalayak atau target melalui media.

Iklan tidak bisa lepas dengan media. Hal ini dikarenakan bentuk media mempengaruhi bentuk iklan. Misalnya pada media cetak seperti majalah, bulletin dan koran, iklan cenderung menggunakan bentuk visual dan verbal. Sedangkan di televisi, iklan lebih banyak berbentuk audio visual.

Menurut Watie (2012: 38) era media baru membawa kehadiran media komunikasi baru bagi masyarakat. Kondisi ini hendaknya disadari oleh siapapun yang bergerak di dunia periklanan, karena perkembangan gaya periklanan juga terjadi seiring pergerakan media baru, sehingga harapan terainya segmen pasar yang dituju akan bisa tercapai dengan lebih baik lagi.

Menurut Flew (dalam Watie. 2012: 39) media baru merupakan media yang ada interaksi antar penggunaannya, seperti internet dan media sosial. Media sosial dari tahun ke tahun ini semakin bertumbuh di Indonesia, tidak hanya digunakan sebagai media bersosialisasi maupun mencurahkan hati, namun seiring perkembangannya situs media sosial ini banyak dimanfaatkan sebagai media berkampanye hingga mempromosikan sebuah produk maupun jasa.

Dalam beriklan setiap perusahaan memerlukan seorang figure baik yang terlibat dalam periklanan suatu produk. Menurut Terrence (2003; 455) brand ambassador merupakan pendukung dalam pemasaran atau periklanan. *Brand ambassador* sering terlibat dalam periklanan produk perusahaan atau yang sering disebut dengan bintang iklan. Selain terlibat langsung dalam periklanan, brand ambassador diharapkan bisa menjadi juru bicara terhadap produk atau merek yang terkait agar produk tersebut cepat melekat dalam benak konsumen melalui media.

Media sosial juga bisa menjadi tempat membangun citra diri. Citra yang dibangun melalui media sosial bisa berupa citra baik maupun citra buruk karena kebebasan dalam mengunggah gambar atau video. Menurut Hadiwibowo (2003: 47) citra diri merupakan gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, tergantung bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Menurut Dachyang (2013: 133) citra diri merupakan gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya.

Media sosial juga digunakan oleh Adidas Football sebagai media periklanan. Hal ini dapat terlihat pada jumlah pengikut Adidas Football (@adidasfootball) dalam akun

instagramnya berjumlah 24,2 juta pengikut, Facebook Fans Page sebanyak 28,3 juta pengikut pada akun Adidas Football dan twitter @adidasfootball sebanyak 3,35 juta pengikut.

Menurut Goya (Christiany, 2017: 103) Media sosial merupakan media yang paling jitu sebagai media promosi/iklan. Ketika pengguna berpikir tentang membeli sesuatu, pertama kali melihat internet (media sosial), mencari produk tersebut, membandingkan harga dengan merek lain dan mengambil keputusan, yang salah satunya untuk membeli.

Banyaknya pengikut memengaruhi adidas untuk memilih instagram sebagai media periklanan. Iklan yang ditampilkan Adidas Football di akun instagramnya mengandung makna seperti citra diri atau *self image* seorang pesepak bola dan popularitas pesepak bola yang menjadi objek iklan. Dalam ilmu komunikasi makna dari tanda yang ada dalam iklan baik secara tersirat maupun tersurat yang terdapat instagram dapat diungkap dengan semiotika (Vera. 2014:10).

Dalam kaitan dengan semiotika, pemaknaan tanda yang ada dalam iklan dapat digunakan teori dan konsep semiotika. Semiotika menurut Pierce (Vera. 2014: 2). merupakan ilmu tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan fungsi, hubungan dengan tanda pengirim dan penerima oleh mereka yang menggunakan

Salah satu iklan di media sosial yang menarik untuk diteliti adalah iklan dari akun Instagram Adidas Football versi *There Will Be Haters* edisi Luis Suarez. Iklan tersebut merupakan salah satu iklan yang diluncurkan Adidas pada tahun 2015.

Dalam iklan tersebut terdapat beberapa hal yang menggambarkan tentang maskulinitas *image* pada diri Luis Suarez. Tillner dalam (Beynon, 2002: 12) maskulinitas merupakan realisasi spesifik mengenai rangkaian gambaran, tuntutan, riwayat, yang mendefinisikan tentang sosok laki – laki. Dalam hal ini kelaki – lakian tidak hanya ditunjukkan pada ciri fisik namun berdasarkan sifat dan perilaku. Connell dalam (Sari, 2016: 17) menyatakan bahwa Steriotipe maskulinitas mencakup berbagai aspek karakteristik individu, seperti karakter atau kepribadian, perilaku peranan, pekerjaan (okupasi), penampakan kasar, atau orientasi seksual.

Dapat disimpulkan maskulinitas unsur – unsur maskulinitas yang berkaitan dengan karakteristik yang individu yang menunjukkan

maskulin. Imajinasi kejantanan merupakan karakter kepribadian seorang laki – laki, ketangkasan, keuletan dan keberanian menantang bahaya merupakan karakter berdasarkan sifat dalam pekerjaan, keperkasaan merupakan karakteristik dari penampakan kasar bentuk fisik seorang laki – laki.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan analisis mendalam untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan dan perilaku individu atau sekelompok orang. Dengan demikian, penelitian kualitatif berdasar pada upaya dengan kata-kata atau gambaran dimana penelitian kualitatif ini memandang suatu sudut pandang upaya subyek penelitian yang rinci (Moleong 2012:27).

Jenis Penelitian ini adalah analisis semiotika Charles Pierce berdasar pada tiga trikotomi yaitu representament, objek, dan tanda, (Vera 2014:23,). Bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian dalam bentuk narasi yang disertai gambar iklan yang ada di media sosial milik Adidas Footbaal edisi Luis Suarez yang berlandaskan pada teori semiotika Charles Sanders Pierce yang menunjang hasil penelitian.

Analisis semiotika digunakan untuk menentukan makna dari tanda yang ada dalam iklan, maka perlu diketahui tentang tanda – tanda yang ada dalam iklan tersebut. Selain itu juga memerhatikan caption yang digunakan oleh Adidas dalam iklan pada setiap media sosialnya.

Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika untuk mengkaji simbol-simbol baik verbal dan non verbal dalam iklan Adidas di media sosial versi “There Will Be Haters edisi Luis Suarez”, sehingga tidak menggunakan lokasi penelitian. Sedangkan waktu yang diperlukan bagi peneliti untuk menganalisa gambar iklan tersebut adalah dari bulan September hingga bulan Oktober 2018.

Sumber Data

Menurut Lofland (Moleong 2012: 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini menggunakan satu sumber data yaitu iklan media sosial yang berupa

gambar dari iklan Adidas versi “There Will Be Haters edisi Luis Suarez” dengan memerhatikan setiap tanda baik berupa visual yang mengandung pesan atau makna yang merepresentasikan kesenjangan sosial.

Metode Instrumen Pengumpulan Data

Metode instrumen pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2016:224). Metode instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik dokumentasi.

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2016: 240). Iklan sebagai objek penelitian juga merupakan sebuah dokumen. Dokumentasi dalam penelitian ini dengan mengambil sampel iklan yang berbeda pada media sosial Adidas yaitu Twitter dan Instagram. Iklan yang diambil merupakan edisi There Will Be Haters versi Luis Suarez. Lalu kedua gambar iklan yang ada pada Instagram dan twitter Adidas dipilah untuk mengetahui perbedaan iklan berdasarkan platform dan citra maskulin yang ditampilkan oleh Luis Suarez.

Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan oleh peneliti dengan apa yang ada sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2016: 270). Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Karena pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan studi pustaka, dengan kedua metode tersebut dibandingkan untuk mendapatkan data yang valid.

Analisis Data

Setelah semua data terkumpul dan dicek keabsahannya, langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis semiotika dengan model Charles Sanders Peirce.

Menurut Sobur (2016: 12) semiotika adalah ilmu tentang tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain.

Menurut Anon & Kaelan (Vera, 2014: 24) pada model semiotika Charles Sanders Peirce menggunakan tiga trikotomi yaitu :

1. Representment (sign)
2. Object
3. Intepretant

Penelitian ini diawali dengan pemilihan iklan Adidas pada dua sosial media yaitu Twitter, dan Instagram yang akan diteliti, jenis iklannya yaitu iklan visual yang mana terdapat gambar objeknya yaitu Luis Suarez. Setelah memilih objek dan memisahkan berdasarkan sign atau tanda, object, dan intepretant, selanjutnya peneliti mengidentifikasi objek penelitian secara mendetail. Setelah itu, memaknai tanda yang terdapat pada iklan dan juga caption penguat pada iklan tersebut. Langkah terakhir adalah mengkorelasikan antara citra maskulin Luis Suarez berdasarkan iklan yang terdapat pada media sosial tersebut

Hasil dan Pembahasan



Gambar 1. Luis Suarez membawa sepatu berwarna merah pada iklan Adidas di Instagram.



Gambar 2. Keterangan pada Iklan Adidas di Instagram.



Gambar 3. Luis Suarez membawa gumpalan kertas pada iklan Adidas di Twitter



Gambar 4. Keterangan foto pada iklan Adidas di Twitter

Peneliti telah memperoleh data valid yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menemukan citra maskulin Luis Suarez dalam iklan Adidas edisi *There Will Be Haters* dengan menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Iklan Adidas edisi *There Will Be Haters* merupakan iklan sepatu sepak bola yang diproduksi oleh Adidas pada tahun 2015 dan Luis Suarez sebagai brand ambasadornya. Dalam iklan ini citra maskulinitas Luis Suarez ditunjukkan

1. Citra Maskulin Luis Suarez pada Iklan Adidas Edisi *There Will Be Haters*.

Dalam iklan Adidas edisi *There Will Be Haters* versi Luis Suarez karakteristik maskulinitas physical strength atau kekuatan fisik ditampilkan pada Luis Suarez yang menggunakan kaos lengan pendek sedang menunjukkan sepatu dari Adidas berwarna merah. Namun pada Gambar tersebut terlihat otot bicep Luis Suarez pada lengan kirinya.

Selanjutnya ada potongan pemberitaan "*Luis Suarez return a hero to Uruguay*". Makna

dari kalimat tersebut adalah Luis Suarez kembali menjadi pahlawan lewat gol yang diciptakan ke gawang lawan Uruguay. Selain melalui gol, Suarez pernah menjadi penyelamat Uruguay karena Suarez sengaja menyentuh bola dengan tangannya tepat di depan garis gawang. Aksinya tersebut membuat Uruguay terhindar dari kekalahan dan lolos ke babak semifinal Piala Dunia 2010.

Lalu ada potongan pemberitaan "*Luis Suarez can show Spain he is the best*". Memiliki makna bahwa Luis Suarez bisa menunjukkan kepada pecinta sepak bola di Spanyol bahwa dia adalah salah satu pemain terbaik yang ada di Dunia dengan menciptakan banyak gol untuk Barcelona.

Kemudian pada gambar 3 dan gambar 4 gestur Suarez membawa gumpalan kertas terlihat bahwa otot bicep dari samping terlihat dengan jelas. Otot bicep yang dimiliki Suarez menandakan bahwa Suarez sering melatih otot bicep untuk melatih kekuatan pada tangannya.

Pada iklan tersebut juga terdapat penggalan "*Super Suarez makes the different*" makna dari kalimat tersebut adalah Luis Suarez sebagai seorang penyerang yang agresif di lapangan menjadi solusi bagi sector penyerangan setiap tim tempat Suarez bermain. selanjutnya ada potongan pemberitaan "*3 hat-tricks against the same team, he is the first to do it*". Makna dari kalimat tersebut hat-trick merupakan tiga gol yang diciptakan oleh seorang pemain dalam satu pertandingan. Luis Suarez merupakan penyerang yang bertipe agresif bisa melakukan hat-trick sebanyak tiga kali melawan tim yang sama. Dari kumpulan judul tersebut menunjukkan bahwa Luis Suarez memiliki kekuatan atau power sebagai seorang penyerang dengan rekam gol yang banyak.

Otot bicep yang tampak besar. Selain penampakan kekuatan fisik, potongan pemberitaan tentang Luis Suarez menunjukkan bahwa Luis Suarez memiliki kekuatan fisik karena sebagai penyerang Luis Suarez merupakan penyerang yang haus gol hingga dianggap sebagai pahlawan untuk Uruguay.

Selanjutnya pada tabel karakteristik maskulin yang di atas terdapat intellectual strength atau kekuatan berdasarkan intelektual. Kekuatan intelektual merupakan kekuatan berdasarkan kinerja otak atau berdasarkan tingkat kecerdasan seseorang dalam satu bidang. Pada latar belakang iklan dengan kumpulan judul berita atau potongan pemberitaan tentang Luis Suarez. pada dua

Gambar tersebut terdapat kata “Genius” arti kata Genius dalam Bahasa Indonesia adalah cerdas. makna dari kalimat tersebut adalah Suarez merupakan pemain yang memiliki kecerdasan dalam hal mencetak gol.

Lalu terdapat potongan judul pemberitaan bertuliskan “Luis Suarez : The Genius and The Madness” kalimat tersebut berarti “ Luis Suarez : Si Jenius dan Si Gila” makna dari kalimat tersebut adalah Luis Suarez selain memiliki kecerdasan tetapi memiliki tingkah gila yang dilakukan ketika bermain seperti melakukan gigitan, lalu dengan sengaja menjatuhkan badan tepat didepan pelatih Everton dan juga melakukan tindakan rasial terhadap pemain lawan.

Penggalan berita bertuliskan “Genius” yang bermakna Suarez merupakan pemain yang memiliki kecerdasan dalam hal mencetak gol menunjukkan bahwa Luis Suarez memiliki kekuatan intelektual dalam bermain sepak bola terutama sebagai seorang penyerang. Penggalan berita tersebut menunjukkan bahwa Suarez memiliki kekuatan intelektual atau tingkat kecerdasan tinggi. Hal tersebut juga dikuatkan pada penggalan berita bertuliskan “*Luis Suarez: The Genius And The Madness*”. Meskipun memiliki kecerdasan yang tinggi, tetapi terkadang Luis Suarez memiliki tingkah gila yang tidak sesuai nalar orang biasa.

Kemudian pada tabel diatas karakteristik individu yang menjadi unsur maskulin terdapat unsur selanjutnya yaitu power bila diartikan dalam Bahasa Indonesia berarti kuasa, menguasai, kekuasaan atau bisa jadi kekuatan. Namun pada tabel diatas power berarti kuasa atau menguasai.

Pada gambar 3 dan gambar 4 iklan selanjutnya menunjukkan gestur dari Luis Suarez yang membawa gumpalan kertas dengan tangan membentuk siku dan badan yang menghadap serong kekiri, Makna dari Gambar tersebut adalah Luis Suarez menunjukkan kepada publik bahwa dia akan membuang gumpalan kertas tersebut dan memberi tahu bahwa gumpalan kertas tersebut sudah tidak berguna lagi. Selanjutnya terdapat potongan pemberitaan bertuliskan “*Luis Suarez Is Unstoppable*” arti dari kalimat tersebut dalam Bahasa Indonesia adalah “Luis Suarez tak terhentikan” makna dari kalimat tersebut adalah dalam hal mencetak gol, Luis Suarez tidak dapat dihentikan. Sebagai seorang penyerang, Luis Suarez bertugas untuk mencetak gol, dan pergerakannya di depan kiper sulit dihentikan.

Selain itu terdapat potongan pemberitaan “*Luis Suarez Awarded Golden Shoe*” judul tersebut bila diartikan dalam Bahasa Indonesia adalah “Luis Suarez Mendapatkan Penghargaan Sepatu Emas” makna dari kalimat tersebut adalah Luis Suarez sebagai pencetak gol terbanyak di Eropa, karena penghargaan sepatu emas merupakan penghargaan bagi pemain yang bisa mencetak gol terbanyak di kompetisi domestik maupun internasional.

Pada akun media sosial twitter caption yang bertuliskan “*Another day, another headline. When you're Luis Suarez*” arti kalimat tersebut dalam Bahasa Indonesia adalah “Berbeda hari, berbeda pemberitaan. Jika kamu Luis Suarez.”. Makna dari kalimat tersebut adalah menjadi pesepak bola terkenal hingga tingkat dunia maka akan menjadi perhatian penggemar sepak bola dan media dunia. Prestasi didalam lapangan, kontroversi, bahkan skandal yang dilakukan pemain tersebut akan menjadi pemberitaan media.

Berdasarkan temuan berupa penggalan pemberitaan dan juga objek berupa Luis Suarez, power atau kekuasaan atau menguasai terlihat pada Gambar 1 dan gambar 3. Gestur Luis Suarez pada Gambar 3 menunjukkan bahwa Suarez memiliki kuasa atas pemberitaan tentang dirinya. Selain itu potongan pemberitaan yang bertuliskan bahwa Suarez tidak dapat dihentikan menunjukkan bahwa ketika sudah berada didepan gawang Luis Suarez memiliki kuasa untuk mencetak gol jika sudah berada di depan gawang. Kemudian potongan pemberitaan tentang meraih penghargaan sepatu emas. Menunjukkan bahwa suarez menguasai daftar pencetak gol terbanyak di Eropa. Terakhir adalah caption menunjukkan bahwa Luis Suarez menguasai headline dari pemberitaan media.

Selanjutnya karakteristik individu yang menjadi unsur dari maskulinitas berdasarkan tabel diatas adalah sexual attractiveness atau dalam Bahasa Indonesia adalah daya tarik seksual. Secara fisik Luis Suarez terlihat memiliki badan yang tegap, otot yang besar, dan wajah yang bersih dan putih. Pada Gambar tersebut tampak ketika Suarez membawa sepatu Adidas berwarna merah dan sedang membawa gumpalan kertas. Badan tegap Suarez tampak dengan jelas didukung dengan bisep yang tampak pada dua Gambar tersebut.

Selain secara kekuatan fisik yang tampak pada iklan di Instagram dan twitter

secara intelektual Suarez ditampilkan pada penggalan pemberitaan tentang Suarez. terdapat kata “*Genius*” arti kata Genius dalam Bahasa Indonesia adalah cerdas. makna dari kalimat tersebut adalah Suarez merupakan pemain yang memiliki kecerdasan dalam hal mencetak gol.

Lalu terdapat potongan judul pemberitaan bertuliskan “*Luis Suarez : The Genius and The Madness*” kalimat tersebut berarti “ Luis Suarez : Si Jenius dan Si Gila” makna dari kalimat tersebut adalah Luis Suarez selain memiliki kecerdasan tetapi memiliki tingkah gila yang dilakukan ketika bermain seperti melakukan gigitan, lalu dengan sengaja menjatuhkan badan tepat didepan pelatih Everton dan juga melakukan tindakan rasial terhadap pemain lawan.

Pada Gambar 1 juga terdapat penggalan pemberitaan bertuliskan “90 juta Euro”. Makna dari penggalan pemberitaan tersebut adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh Barcelona untuk memindahkan Suarez dari Liverpool. Artinya Luis Suarez memiliki harga yang mahal atau bisa disebut menjadi salah satu pemain termahal di dunia.

Kemudian penggalan pemberitaan “*Luis Suarez Is Top Price In Transfer Window Of Big Bucks And Bargains*” arti kalimat tersebut adalah “Luis Suarez merupakan Pemain Termahal dalam Jendela Transfers dan Pemain Paling Banyak Ditawar.” Makna dari kalimat tersebut adalah meskipun Luis Suarez memiliki harga yang mahal jika dibandingkan pemain lain yang ada dalam jendela transfer. Akan tetapi dia Suarez merupakan pemain yang mendapatkan penawaran paling banyak dari tim – tim di Eropa. Kualitas dari Suarez dan torehan golnya di Liverpool yang membuat Suarez diminati oleh tim – tim di Eropa.

Berdasarkan dari temuan diatas sexual attractiveness dari Luis Suarez ditunjukkan berdasarkan kekuatan fisik dan kekuatan intelektual terdapat pada postur tubuh Luis Suarez yang tegap dan otot yang dimiliki Suarez pada Gambar 1 dan Gambar 3. selain pada postur tubuh, kekuatan secara intelektual yang ada dalam penggalan kata “*Genius*” dan “*The Genius and The Madness*” penggalan tersebut menunjukkan bahwa selain kekuatan fisik tapi juga kekuatan intelektual. Selain itu kekuatan finansial yang didapatkan Luis Suarez dari sepak bola menjadi penguat bahwa Luis Suarez menjadi daya tarik lawan jenis terhadap Luis Suarez.

Karakteristik individu yang menjadi unsur maskulinitas selanjutnya sesuai tabel diatas adalah physique yang berarti penampilan fisik individu. Secara fisik Luis Suarez memiliki bentuk fisik yang atletis.

Dijelaskan dengan bentuk otot bisep yang menonjol dan badan yang tegap pada iklan tersebut yang menandakan bahwa Luis Suarez memiliki bentuk fisik yang baik. Selain itu wajah Luis Suarez dengan kumis dan janggut tipis yang terlihat pada Gambar 1 dan Gambar 3 menunjukkan bahwa Luis Suarez memiliki wajah yang terawat dan kumis dan janggut tipis.

Karakteristik individu yang menjadi unsur maskulinitas selanjutnya sesuai tabel diatas adalah independence yang berarti merdeka tanpa adanya tekanan dari pihak lain. Secara kehidupan Suarez merupakan pesepak bola yang merdeka dan tidak terlalu memikirkan tentang pemberitaan dan kritikan yang ditujukan kepadanya.

Hal tersebut ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 3 terdapat penggalan pemberitaan Suarez yaitu “*Luis Suarez Pursuit Son Show*” kalimat tersebut berarti “Luis Suarez tetap melanjutkan aksinya” makna dari kalimat tersebut adalah meskipun menuai banyak kritikan atas tingkah laku yang menuai banyak kontroversi, Luis Suarez tidak peduli dengan kontroversi yang dibuatnya dan tetap melakukan permainannya untuk mencetak gol karena dia adalah seorang penyerang yang ditugaskan untuk mencetak gol.

Kemudian pada penggalan lain terdapat penggalan pemberitaan bertuliskan “*Luis Suarez : People laughed at me before. What do they think now?*” arti dari kalimat tersebut adalah “Luis Suarez: dulu orang – orang menertawakan ku. Sekarang apa yang mereka pikirkan?” makna dari kalimat tersebut adalah dulu Luis Suarez menjadi bahan tertawaan atau bahan kritikan oleh media – media di Inggris karena tingkah laku anehnya lebih banyak daripada prestasinya di dalam lapangan. Namun sekarang prestasi yang didapatkan oleh Luis Suarez lebih banyak dari tingkah laku anehnya di masa lalu.

Pada penggalan pemberitaan lain yang “*Luis Suarez is Like No Other*” kalimat tersebut berarti “Luis Suarez tidak seperti pemain lain” bermakna bahwa Luis Suarez memiliki kelebihan dibandingkan pemain lain. Selain itu kalimat tersebut bisa mengandung makna bahwa Suarez berbeda dari pemain lain karena

tingkah lakunya yang cenderung menjadi kontroversi.

Berdasarkan penjelasan diatas independence atau merdeka pada Luis Suarez merupakan merdeka secara pemikiran atau kelakuan tanpa adanya tekanan dari pihak lain. Dijelaskan dengan penggalan berita yang terdapat "Luis Suarez Pursuit Son Show" yang bermakna bahwa Suarez tetap bermain sepak bola sesuai dengan kemampuan dan mencetak gol untuk timnya, "Luis Suarez : People laughed at me before. What do they think now?" bermakna bahwa Luis Suarez tidak terlalu memikirkan omongan dan kritikan dari pengamat sepak bola dan dia tetap bermain maksimal, dan "Luis Suarez is Like No Other" bermakna bahwa Luis Suarez bermain sesuai dirinya sendiri dan tidak bisa dibandingkan dengan pemain, dengan kata lain Luis Suarez tidak bermain berdasarkan permainan pemain lain, akan tetapi berdasarkan kemampuan yang dimilikinya. Tiga penggalan tersebut menunjukkan Luis Suarez bermain sepak bola berdasarkan kemampuan yang dimiliki dan tidak terpengaruh oleh hal lain.

Karakteristik individu yang menjadi unsur maskulinitas terakhir sesuai tabel diatas adalah Being isolated as not needing to rely on others (the lone hero) yang berarti terisolasi karena tidak perlu bergantung pada orang lain. Secara kehidupan Suarez merupakan pesepak bola yang tidak terlalu bergantung pada orang lain.

Pada penggalan yang memuat tentang pelatihnya ketika di Liverpool, yang berjudul "Brendan Rodgers on Luis Suarez: When The Right Time For Him to Go" arti dari kalimat tersebut adalah "Brendan Rodgers pada Luis Suarez: Kapan waktu yang tepat untuk dia pergi". Makna dari kalimat tersebut adalah Brendan Rodgers yang merupakan pelatih Luis Suarez ketika bermain di Liverpool menyatakan bahwa beliau tidak tahu kapan waktu yang tepat untuk Luis Suarez pergi meninggalkan Liverpool untuk pindah ke klub lain. Karena saat itu, Luis Suarez merupakan pemain yang diminat oleh klub-klub besar di Eropa. Penggalan berita tersebut menunjukkan bahwa untuk memutuskan pindah pada ke tim yang lain, Luis Suarez tidak terlalu bergantung pada pelatihnya.

Selanjutnya terdapat Tempat sampah merupakan tempat pembuangan barang – barang yang tidak lagi memiliki nilai kegunaan. Makna dari tempat sampah merupakan tidak

terlalu menggubris tentang pemberitaan yang ada dalam media baik itu bersifat positif maupun negative. Suarez digambarkan sebagai sosok yang acuh dengan pemberitaan dan focus pada pertandingan serta penampilannya di dalam lapangan.

Kemudian pada iklan di twitter terdapat penggalan berita yang berjudul "We Won't Miss Luis" arti dari kalimat tersebut dalam Bahasa Indonesia "Kita Tidak Akan Rindu Luis". Makna dari kalimat tersebut adalah meskipun Luis Suarez berpengaruh pada permainan Liverpool dan menjadi pemain dengan catatan gol terbanyak, akan tetapi kepindahannya ke Barcelona tidak membuat publik inggris merindukannya.

Lalu caption pada iklan yang ditampilkan di Instagram resmi Adidas. caption tersebut bertuliskan "Lets your boots do the talk" Arti dari kalimat tersebut merupakan "biarkan sepatumu yang berbicara". Makna dari caption tersebut adalah sepatu sepak bola tersebut digunakan Luis Suarez untuk bermain bola dan menghasilkan prestasi dalam sepak bola. Selain itu dari prestasi tersebut berguna bagi Luis Suarez untuk membuktikan kepada masyarakat luas maupun media yang telah memberikan kritik kepada dirinya.

Berdasarkan pada temuan diatas karakteristik terakhir dari maskulinitas Luis Suarez digambarkan pada latar belakang dari foto tersebut. Pertama adalah pernyataan dari mantan pelatih Suarez ketika bermain untuk Liverpool. Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa siapapun tidak dapat mempengaruhi kepindahan Luis Suarez ke Barcelona. Kata "waktu yang tepat" menunjukkan bahwa waktu yang tepat bagi Luis Suarez.

Selanjutnya latar belakang tempat sampah yang ada dalam foto tersebut. Tempat sampah tersebut menunjukkan bahwa Luis Suarez mengisolasi atau membatasi dirinya atas pemberitaan terhadap dirinya, dengan hal tersebut tidak bergantung atas pemberitaan tentang dirinya.

Kemudian penggalan yang menunjukkan bahwa "We Wont Miss Luis". Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Liverpool tidak bergantung dengan Luis Suarez, begitu pula dengan Luis Suarez yang tetap pergi meninggalkan Liverpool untuk bermain di Barcelona. Hal tersebut menunjukkan bahwa Suarez tidak bergantung dengan pemain yang ada di Liverpool.

Terakhir adalah caption tersebut menjelaskan bahwa Luis Suarez tidak bergantung pada orang lain akan tetapi sepatu yang digunakan oleh Luis Suarez menunjang permainan Luis Suarez ketika bermain di lapangan.

Berdasarkan lima karakteristik tentang maskulinitas, Luis Suarez memenuhi dari semua karakteristik yang ditunjukkan pada tabel seperti strength physical or intelligence, power, sexual attractiveness, physic, independence, dan Being isolated as not needing to rely on others (the lone hero). Maskulinitas dari Luis Suarez selain ditampilkan oleh dirinya, juga ditampilkan oleh latar belakang dari foto tersebut yang berupa penggalan pemberitaan media. Sesuai dengan citra yang dikemukakan Hadiwibowo bahwa citra diri merupakan gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Maka citra Luis Suarez pada Iklan Adidas There Will Be Hater adalah citra maskulin.

2. Makna dari Iklan Adidas There Will Be Haters Edisi Luis Suarez

Berdasarkan analisis Semiotika Charles Sanders Pierce, Luis Suarez meskipun menjadi sasaran kritik dari para media tetapi Luis Suarez merupakan pesepak bola dengan produktivitas tinggi. Hal tersebut sesuai dengan produk Adidas F50 yang diiklankan oleh Luis Suarez adalah produk yang digambarkan memiliki karakteristik yang agresif dan menarik perhatian penonton ketika digunakan di lapangan. Sebagai penyerang yang maskulin dan memiliki jumlah gol banyak citra tersebut sesuai dengan produk Adidas F50 yang diiklankan oleh Luis Suarez. Produk tersebut ditujukan untuk penggemar atau pemain sepak bola dengan karakter menyerang. Sepatu tersebut diharapkan dapat menunjang permainan bagi pemakainya.

Selain itu citra maskulin yang dimiliki oleh Luis Suarez sesuai dengan cara Adidas memilih *brand ambassador* seperti halnya yang diterapkan ketika memilih Paul Gascoigne, David Beckham dan Lionel Messi yaitu jumlah gol yang dibuat oleh Luis Suarez dan juga citra maskulin yang dimiliki Luis Suarez, yang ditampilkan oleh Luis Suarez maupun oleh pihak lain yaitu penggalan pemberitaan, tempat

sampah serta gumpalan kertas yang menjadi latar belakangnya foto tersebut

Simpulan

Dalam iklan Adidas edisi *There Will Be Haters* versi Luis Suarez citra maskulinitas yang ditampilkan Luis Suarez berupa kekuatan fisik atau kekuatan intelegensi, kuasa, daya tarik lawan jenis, penampilan fisik, mandiri, dan tidak terlalu bergantung dengan orang lain. Lima karakteristik maskulinitas tersebut sesuai dengan iklan yang ditampilkan oleh adidas. Berupa gestur tubuh, sepatu Adidas yang dibawa oleh Luis Suarez, latar belakang gambar yang terdapat tempelan penggalan pemberitaan, gumpalan kertas, serta tempat sampah. Selain melalui foto yang di unggah di sosial media, namun juga dikuatkan dengan keterangan foto yang terdapat pada foto tersebut. Keterlibatan Luis Suarez sebagai bintang iklan pada iklan Adidas tersebut karena Luis Suarez merupakan salah satu brand ambassador dari Adidas. Selain terlibat dalam iklan sebagai bintang iklan, produk tersebut sesuai dengan Luis Suarez yang berposisi sebagai penyerang sesuai dengan seri produk tersebut yaitu Adidas F50 atau yang sering disebut Adidas *chaos*.

Makna dari iklan Adidas edisi *There Will Be Haters* versi Luis Suarez sesuai dengan semiotika Charles Sanders Pierce adalah iklan tersebut menggambarkan Luis Suarez sebagai seorang penyerang dengan catatan gol yang banyak dan menjadi pencetak gol terbanyak di Eropa tetapi juga memiliki kontroversi yang dilakukan selama bermain sepak bola. Dari makna tersirat itu dapat ditemukan citra maskulin dari Luis Suarez.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi diharapkan dapat melakukan penelitian secara lebih lanjut mengenai iklan pada sosial media dari sisi khalayak untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang citra produk maupun citra brand ambassador dalam iklan.
2. Bagi khalayak, menikmati iklan perlu kecerdasan dan langkah bijak. Mengingat tidak semua iklan yang ditampilkan oleh media mencitrakan

produk maupun brand ambassador produk tersebut.

3. Bagi pembuat iklan memperhatikan keterkaitan antara produk dan brand ambassador yang digunakan didalam iklan tersebut.

Daftar Pustaka

Beynon, J. (2002). *Masculinity and culture*. Philadelphia : Open UP.

Christiany, Juditha. (2017). *Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital*. *Jurnal Perekonomian*. 3, 99-114

Dachyang, Mursalin. (2013). *Hubungan Antara Citra Diri dan Persepsi Diri dengan Kemampuan Akademik Mahasiswa Jurusan Pendidikan Fisika Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar Angkatan 2012*. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 1(2), 136-146

Hadiwibowo, U. (2003). *Mewujudkan Pribadi yang Berharga*. Jakarta: Indo Persada.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenada Media Grup

Sari, Ida Ayu Laksmi, (2016). *Maskulinitas Tokoh Tarō Dalam Mukashi Banashi*. *Jurnal Aksara*. 28, 15-24

Sobur. Alex. (2016). *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosidakarya.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Terrence, A Shimp. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan*

Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I edisi 5. Jakarta : Erlangga

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia

Watie, Errika Dwi Setya. 2012. *Periklanan Dalam Media Baru*. *Journal The Messenger*. Semarang: Departemen Komunikasi Universitas Semarang

Website

Adidas-group.com Strategy. Diakses dari <https://www.adidas-group.com/en/group/strategy-overview/>, pada Senin 14 Januari 2019.

Detik.com, Sepakbola Sebagai Anomali Bisnis. Diakses dari <https://sport.detik.com/aboutthegame/pandit/d-2688816/sepakbola-sebagai-anomali-bisnis> pada Senin 26 Maret 2018, pukul 17.00

Indosport.com 3 Pemain ini pernah menjadi korban gigit Suarez. diakses dari <https://www.indosport.com/sepakbola/20180223/3-pemain-ini-pernah-jadi-korban-gigit-suarez> pada Selasa, 15 Januari 2019.

Olahraga.kompas.com, Suarez sebut Evra "Negro" Tujuh Kali. Diakses dari <https://olahraga.kompas.com/read/2012/01/01/02024349/suarez.sebut.evra-quotnegroquot.tujuh.kali> pada Selasa, 15 Januari 2019.

Theguardian.com World Cup 2010 Hand God Suarez. Diakses dari <https://www.theguardian.com/football/2010/jul/03/world-cup-2010-hand-god-suarez> pada Selasa, 15 Januari 2019

<http://twitter.com/adidasfootball> (diakses pada sabtu, 28 juli 2018)

Lembar Pengesahan Journal

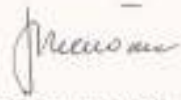
Judul : Citra Maskulinitas Luis Suarez Dalam Iklan Adidas
Edisi *There Will Be Haters*
(Model Semiotika Charles Sanders Peirce)

Nama : Ardhi Laksono Arsinto
NIM : 14419144020
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Yogyakarta, 21 Januari 2019

Reviewer

Dosen Pembimbing



Dr. Suranto, M.Pd., M.Si

Benni Seriwani, M.S.I

NIP. 19610306 198702 1004

NIP. 198303292015041001



Rekomendasi Pembimbing (mohon lingkari salah satu)

1. Dikirim ke Journal Student
2. Dikirim ke Journal Informasi
3. Dikirim ke Journal Lain