

ANALISIS MAKNA PADA FEED INSTAGRAM MINUTE MAID PULPY ORANGE

Juni Avika Putri, Hikmah Nur Khaliza, Urwah Almuhajir

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Universitas Indraprasta PGRI

juniavikaputri@gmail.com, hikmahnkhaliza0700@gmail.com,

urwahalmuhajir01@gmail.com

Abstrak

Iklan adalah salah satu bentuk untuk menarik audience untuk bertujuan mengambil sebuah tindakan berhubungan dengan layanan, produk maupun ide ada beberapa bentuk dari iklan itu sendiri yakni iklan cetak, iklan di televise maupun iklan media sosial. Banyak sekali iklan minuman yang bermunculan di media sosial maupun media cetak salah satunya adalah iklan minuman *Minute Maid Pulpy Orange* yang muncul di salah satu media sosial yakni instagram. Citra yang terdapat pada iklan Pulpy Orange ini berkomitmen untuk selalu menghadirkan minuman jus yang berkualitas dan penuh nutrisi dengan rasa yang disukai semua orang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dari citra visual pada feeds instagram dengan menggabungkan pendekatan psikologi dan komunikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode kualitatif. Dengan metode ini peneliti bisa memahami iklan feeds pada instagram yang menimbulkan persepsi visual. Untuk seseorang yang membutuhkan nutrisi akan tetapi memiliki waktu yang sedikit seperti pekerja kantoran maupun seseorang yang memiliki waktu tidak banyak lebih memilih sesuatu yang instan akan tetapi ingin memenuhi kebutuhan nutrisinya. Hingga saat ini banyak sekali minuman banyak varian rasa yang di kemas secara instan dan praktis sehingga untuk seseorang yang memiliki waktu sedikit tak harus membuat minuman rasa yang kaya nutrisinya dengan memakan waktu atau menyita waktu.

Kata kunci: Pulpy, Iklan, Nutrisi, Instagram, Kualitatif

PENDAHULUAN

Teknologi informasi di era modern seperti sekarang memudahkan masyarakat dalam mencari informasi. Mudahnya mendapatkan informasi membantu masyarakat dalam mempromosikan sebuah usaha ataupun produk yang dimiliki agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Pada jaman modern seperti sekarang promosi sebuah produk tergolong mudah dengan adanya sosial media salah satunya dengan postingan feed instagram. Agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk, perusahaan harus melakukan kegiatan periklanan Tjiptono (2002). Secara garis besar terdapat dua jenis iklan yaitu iklan media cetak dan iklan media elektronik. Perbedaan dari keduanya yaitu iklan media cetak bersifat tertulis, menggunakan bahasa yang formal iklan berbentuk majalah, koran, tabloid, poster dan sebagainya. Sedangkan iklan elektronik merupakan iklan yang menggunakan media elektronik bersifat lisan, dapat didengar, memiliki gambar yang bisa bergerak seperti televisi, radio dan masih banyak lagi.

Postingan feed instagram merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan dalam mempromosikan sebuah produk maupun jasa. Feed instagram merupakan salah satu sosial media yang digunakan sebagai media promosi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau mempromosikan sebuah produk atau jasa yang tujuannya agar produk atau pesan yang dipromosikan dapat tersampaikan kepada masyarakat dan dapat mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk tersebut. Postingan feed instagram juga memiliki tujuan

lain yaitu untuk membujuk, meyakinkan konsumen akan adanya sebuah produk yang dijual, membuat konsumen ingat akan sebuah produk atau sebuah merek yang dikenal, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Selain informatif poster juga dibuat semenarik mungkin agar dapat membujuk calon konsumen untuk membeli produk tersebut agar pesan dalam iklan dapat tersampaikan kepada khalayak yang menonton poster tersebut.

Semakin menariknya sebuah postingan iklan maka semakin besar pula peluang dalam mencapai keberhasilan mempengaruhi konsumen terhadap sebuah produk yang diiklanlan sampai akhirnya produk yang dipromosikan terjual kepada konsumen. Oleh karena itu produsen membuat postingan feeds semenarik dan sekreatif mungkin selain bertujuan agar konsumen membeli produk yang diiklankan. Postingan feed tersebut tersebut juga bertujuan untuk sampai kedalam benak konsumen dan konsumen dapat mengingat merek produk dan menjadi sebuah ciri dari produk tersebut.

Setiap postingan feed biasanya memiliki ciri khas masing – masing dalam menyampaikan informasi. Dalam iklan biasanya terdapat pesan atau tanda dalam memaparkan produk yang mereka tawarkan. Postingan iklan yang menarik dan informatif membantu perusahaan untuk membangun kekuatan merek agar perusahaan memiliki citra dan nama yang besar sehingga membuat merek mudah dikenali dan mempermudah proses pemasaran kepada masyarakat. Produk dan merek yang sudah terkenal akan dilihat oleh masyarakat sebagai produk yang bernilai tinggi akan kualitas dan kepopulerannya. Sedangkan produk yang mereknya tidak terkenal membuat menimbulkan rasa kurang percayanya masyarakat akan produk yang diiklankan.

Salah satu postingan feed minuman menyegarkan yang dibuat dari jeruk segar yaitu *Minute Maid Pulpy Orange*. *Minute Maid* sendiri merupakan perusahaan pertama yang memasarkan konsentrat jus jeruk segar selama lebih dari 60 tahun. Perusahaan *Minute Maid* dimiliki oleh *The Coca Cola Company* yang merupakan pemasaran minuman terbesar di dunia. *Minute Maid* berkomitmen untuk selalu menghadirkan miman jus yang berkualitas dan penuh nutrisi dengan rasa yang disukai semua orang.

Minute maid masuk ke Indonesia pada tahun 2008 dengan meluncurkan produk barunya berupa *Minute Maid Pulpy orange* yang diproduksi oleh PT. Coca-Cola Bottling Indonesia. Minuman ini memiliki kesegaran rasa jeruk yang mengandung bulir (*pulp*) jeruk asli dalam setiap botolnya. Pada postingsan feed instagram Minute Maid Pulpy Orange kebutuhan vitamin c digambarkan dengan minuman Minute Maid sebagai sumber vitamin c dari buah jeruk segar yang menjadikan poin yang akan disampaikan yaitu penelitian fokus pada makna yang ada pada poster *Minute Maid Pulpy Orange*.

METODE

Penelitian ini mengkaji postingan feed instagram iklan Minute Maid Pulpy Orange pada instagram @MINUTEMAID_ID. Peneliti mengangkat persepsi citra dari postingan feed iklan dengan kalimat “1 BOTOL UNTUK PENUHI KEBUTUHAN VIT C HARIANMU” dan dengan packaging yang berwarna orange pada produk *Minute Maid Pulpy*. Peneliti menganalisis menggunakan persepsi citra bertujuan untuk mengetahui persepsi citra yang ada pada postingan feed *Minute Maid Pulpy Orange* tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk mendapatkan atau memperoleh data. secara obyektif. Mencakup penggunaan atau pengumpulan beragam materi seperti wawancara, observasi, sejarah, teks visual, dan studi kasus yang mendeskripsikan masalah-masalah dan makna (Manab,2015).

Penelitian kualitatif menurut Creswell adalah: “Pendekatankualitatif untuk pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penulisan laporan berbeda dari pendekatan kuantitatif tradisional. pengambilan sampel secara sengaja, pengumpulan data terbuka, analisis teks atau gambar, representasi informasi dalam gambar dan tabel, dan 72 interpretasi pribadi dari temuan semua menginformasikan metode kualitatif”. (2018: 35).

Bongdan dan Biklen, (1982) melihat karakteristik kualitatif pada lima aspek yaitu: kualitatif bersifat alamiah, kualitatif bersifat deskriptif, kualitatif lebih mendahulukan proses, kualitatif bersifat deduktif dan kualitatif lebih menekankan pada dimensi makna (Cozby, 2009 dan Anggito, A., & Setiawan, J. 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Target Khalayak

Strategi yang digunakan yaitu *segmenting, targeting, positioning* untuk mengenali konsumen pada postingan feed instagram *Pulpy Orange* analisis ini digunakan untuk mengelompokkan calon konsumen dan calon khalayak agar pesan yang ada pada feed dapat tersampaikan dan tepat sasaran. dengan strategi ini diharapkan dapat melakukan promosi menjadi lebih efektif dan efisien.

Segmenting

Segmenting merupakan upaya memfokuskan sasaran yaitu dengan memilah konsumen sesuai dengan persamaan. Dalam *segmenting Minute Maid Pulpy Orange* memfokuskan kepada konsumen yang menyukai minuman yang berbahan dasar jeruk dan juga konsumen yang memiliki waktu sedikit untuk memenuhi kebutuhan vitamin c nya. Karena *Minute Maid Pulpy Orange* memiliki kesegaran yang setara dengan buah jeruk dalam botol serta memiliki 4X Vitamin C.

Targeting

Targeting pada *Minute Maid Pulpy Orange* rata-rata pada usia 12 hingga dewasa tahun yang aktif secara sosial dan berdomisili di perkotaan dan seseorang menengah keatas. Serta mereka yang memiliki waktu sedikit akan tetapi kebutuhan nutrisinya terpenuhi dan menyukai hal yang praktis. Atapun mereka yang kekurangan asupan vitamin c setiap harinya.

Positioning

Minute Maid Pulpy Orange memiliki persepsi dimasyarakat sebagai minuman jeruk yang memiliki bulir jeruk utuh dalam setiap botolnya yang baik untuk menyegarkan, mengatasi dahaga dan juga memiliki kandungan vitamin c ini yang membuatnya berbeda dari minuman jeruk yang lainnya. Dengan identitas warna orange sebagai warna ciri khas dari sebuah jeruk.

ANALISIS PERSEPSI CITRA

Jika dikaitkan dengan kajian Budaya Visual sesuai dengan penulis pelajari bahwa dalam sebuah media promosi banyak memberikan persepsi mulai dari persepsi gaze/pandangan, mitos, maupun simulacra/simulasi. Persepsi pandangan pada postingsn feed instagram ini memiliki hal penting yang membantu menaikkan penjualan produk terlihat dari elemen yang ada pada feed tersebut bahwa produk tersebut memiliki vitamin c 4x lebih banyak dari sebelumnya. Selain itu diperkuat dengan elemen lain seperti tagline, gambar produk, elemen buah jeruk dan cipratan. Persepsi mitos pada feed produk ini tercipta dari tagline 1 botol untuk memenuhi kebutuhan harian vitamin c harianmu. Sedangkan realitanya vitamin c tidak hanya didapatkan dari 1 botol buah jeruk. Sedangkan simulasi/simulacra terlihat dari tagline 1 botol untuk memenuhi kebutuhan harianmu, dengan extra 4x vitamin c, dan bulir jeruk utuh. Realitanya kekurangan vitamin c bisa dipenuhi dengan mengkonsumsi buah – buahan lain dengan kandungan vitamin c lebih tinggi dan dapat juga meminum vitamin yang banyak dijual di apotik.

Gaze/Persepsi pandangan

Persepsi pandangan / gaze pada poster iklan *Minute Maid Pulpy Orange* adalah adanya elemen – elemen visual yang memperkuat calon untuk membeli produk tersebut yaitu elemen buah jeruk dengan cipratan air dari sari jeruknya. Adanya tampilan produk berupa sebuah botol minuman yang menjelaskan inilah produk yang sedang dipromosikan. Dan ditambah tagline kuat yang dapat menarik calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Feed tersebut tersebut terlihat simple namun menarik dengan fokus kepada produk yang sedang dipromosikan.

Mitos

Jika dikaitkan dengan kajian Budaya secara digital sesuai dengan pemahaman penulis ketahui dan pelajari. Beberapa media promosi salah satunya seperti postingan feed Instagram yang digunakan sebagai iklan sebuah produk banyak sekali memberikan persepsi mitos maupun simulasi. Persepsi mitos dari poster iklan *minute maid pulpy orange* ini adalah dalam feed tersebut tertulis 4X extra vitamin c. Dan juga tertulis tagline 1 botol untuk penuh kebutuhan vitamin c harianmu. Sedangkan pada realitanya vitamin c tidak hanya didapatkan dari 1 botol minuman jeruk. Jika merasa kekurangan vitamin c masih bisa didapatkan di buah – buahan lain selain jeruk. Adapun suplemen vitamin c yang banyak dijual di apotik.

Simulasi/Simulakra

Dan pada persepsi simulasi adalah tagline 1 botol untuk penuh kebutuhan vitamin c harianmu, dengan 4X extra vitamin c dan bulir jeruk utuh. Sehingga membuat persepsi dimasyarakat benar jika meminum *minute maid pulpy orange* tersebut dengan bahan dasar jeruk dapat penuh kebutuhan vitamin c harian ditambah dengan 4X kali extra jeruk.

Identifikasi Elemen Visual



Gambar 1 Postingan Feed Minute Maid Pulpy Orange

<https://www.instagram.com/p/CqMi7j6Mcg/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

1. Warna

Dalam postingan feed instagram *Minute Maid Pulpy Orange* ini dominan menggunakan warna orange sebagai warna keaslian buah jeruk dan menjadi warna

identitas *Minute Maid* tersebut menggambarkan produk tersebut dibuat dari buah jeruk asli. Dan juga dominan menggunakan warna hijau yang menggambarkan kesegaran alami yang dihasilkan dari jeruk yang fresh dari alam.

2. Icon

Ada dua icon yang menunjukkan kelebihan dari produk tersebut yaitu teks 4X vitamin c dan bulir jeruk asli.

3. Ilustrasi

Terdapat ilustrasi produk berupa 1 botol minute maid pulpy orange sebagai titik fokus dalam postingan feed tersebut menunjukkan bahwa produk inilah yang sedang dipromosikan.

4. Font

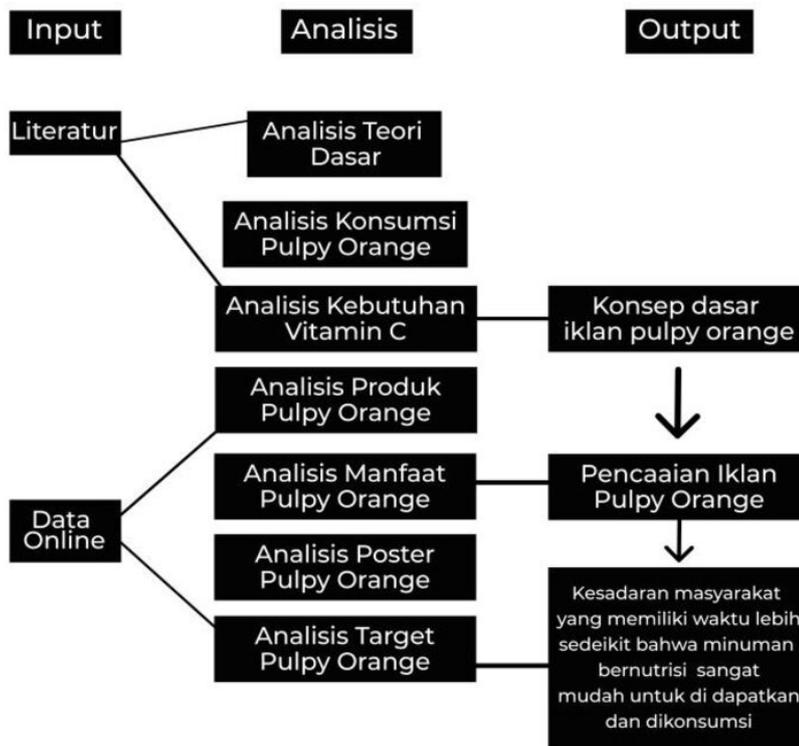
Menggunakan font yang jelas dan menonjol untuk menunjukkan manfaat dan kelebihan dari *Minute Maid* tersebut.

5. Tagline

Terdapat tagline 1 botol untuk memenuhi kebutuhan vitamin c harianmu sebagai daya Tarik kepada calon konsumen untuk meyakinkan bahwa 1 botol *Minute Maid* bisa memenuhi kebutuhan vitamin c harian.

Skema Analisis

Skema analisis dibuat berdasarkan data-data dari target khalayak yang sudah dianalisis untuk itu target dari poster *Minute Maid Pulpy Orange* ini menargetkan kepada orang-orang yang memiliki waktu sedikit untuk meminum minuman rasa kaya akan vitamin C. untuk itu di dalam poster tersebut memberikan pesan bahwa *Pulpy orange* ini memiliki vitamin C asli analisis yang sudah dijabarkan sebelumnya menjelaskan bahwa poster tersebut mempunyai ketertarikan persoalan terhadap Vitamin C harian yang harus dipenuhi dan mempunyai yang lebih dari 4X dan kesegaran terdapat pada buliran jeruk serta praktis untuk dikonsumsi.



SIMPULAN

Dengan adanya analisis ini penulis dapat mengetahui kajian budaya sesuai dengan apa yang penulis ketahui atas persepsi citra yang ada pada poster *Minute Maid Pulpy Orange*. Mencari dan menganalisis untuk menemukan jawaban adakah persepsi mitos maupun persepsi simulasi pada poster iklan tersebut. Membuat persepsi pandangan/gaze sesuai apa yang dilihat oleh penulis dan sesuai dengan apa yang penulis ketahui tentang kajian budaya tersebut. Dan dapat mengidentifikasi elemen elemen yang ada pada poster *Minute Maid Pulpy Orange* tersebut. Penulis juga bisa mengetahui hal apa saja yang harus dibentuk dalam sebuah iklan. Bagaimana caranya agar iklan tersebut dalam tersampaikan dan diterima oleh khalayak. Dapat mengetahui apa saja yang diperlukan dalam sebuah iklan hingga cara persuasif agar konsumen dapat membeli produk dalam iklan tersebut. Penulis dapat mengetahui Poster yang menarik dan informatif membantu perusahaan untuk membangun kekuatan merek agar perusahaan memiliki citra dan nama yang besar sehingga membuat merek mudah dikenali dan mempermudah proses pemasaran kepada masyarakat. *Minute Maid* sendiri merupakan perusahaan pertama yang memasarkan konsetrat jus jeruk segar selama lebih dari 60 tahun. Perusahaan *Minute Maid* dimiliki oleh The Coca Cola *Company* yang merupakan pemasaran minuman terbesar di dunia. *Minute Maid* berkomitmen untuk selalu menghadirkan minuman jus yang berkualitas dan penuh nutrisi dengan rasa yang disukai semua orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, R. C. & Biklen, S. k.(2006). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods*
- Creswell, A. (2018). *Generative adversarial networks: An overview*. *IEEE signal processing magazine*, 35(1), 53-65.
- Cozby, P. C. (2009). *Methods in Behavioral Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Manab, H. A. (2015). *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif*. Kalimedia. Depok Sleman Yogyakarta
- Tjiptono, (2002: 225-226), *Analisis Pengaruh Iklan, Persepsi Kemudahan, dan Reputasi Terhadap Minat Beli Handphone Pada Situs Layanan Iklan Baris Online*, Program Studi Manajemen - Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

