

Analisis Tanda Visual Kolaborasi Dalam Video Campaign #FXXKINGCUISINE Dengan Menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes

Silvanus Joel Dongalemba¹, Hen Dian Yudani², Mendy Hosana Malkisedek³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: silvanusjoeld@gmail.com

Abstrak

Visual yang terdapat didalam sebuah video dapat mewakili banyak arti, entah itu tersirat maupun yang tidak tersirat. #FXXKINGCUISINE merupakan sebuah campaign yang ingin menyampaikan semangat kolaborasi dan dalam hal ini, #FXXKINGCUISINE menggunakan sebuah video sebagai media promosi untuk menyebarkan semangat kolaborasi. Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif dan Metode Deskriptif, serta video #FXXKINGCUISINE dianalisa dengan menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan tanda-tanda visual kolaborasi yang terdapat didalam video campaign #FXXKINGCUISINE.

Kata kunci: kolaborasi, *campaign*, brand, visual, video, semiotika.

Abstract

Analysis of Collaborative Visual Signs in the #FXXKINGCUISINE Video Campaign using Roland Barthes' Semiotic Theory.

The visuals contained in a video can represent many meanings, whether it is implied or not. #FXXKINGCUISINE is a campaign that wants to convey the spirit of collaboration and in this case, #FXXKINGCUISINE uses a video as a promotional medium to spread the spirit of collaboration. The method used in this research is the Qualitative Method and the Descriptive Method, and the video #FXXKINGCUISINE is analyzed using Roland Barthes' Semiotic Theory. Thus, this study aims to determine the meaning of the visual signs of collaboration contained in the #FXXKINGCUISINE video campaign.

Keywords: *collaboration, campaign, brand, visual, video, semiotic.*

Pendahuluan

Sepatu Compass hadir berkolaborasi bersama FR2 atau lebih dikenal dengan FXXKING RABBITS yang berasal dari Jepang, untuk menghadirkan sebuah kampanye yang berbasis konten media sosial Instagram yang bernama #FXXKINGCUISINE. Kampanye ini sendiri merupakan sebuah kolaborasi dari dua industri, yaitu industri sepatu dan industri F&B (food and beverages) yang berisi Byurger, Dua Coffee, Eatlah, dan Pizza Place dengan maksud untuk menonjolkan narasi cita rasa, semangat berkreasi dan berkolaborasi lintas industri yang berlangsung mulai dari 14 November – 13 Desember 2020. Kampanye ini bertujuan untuk mengenalkan lima menu spesial dari keempat kolaborator FnB ini yang di antara

lainnya adalah Tokyo Banana dan Sakura Berry di Dua Coffee, Triple Rabbit di Byuger, Salted Egxx Set di Eatlah, Adult Only Pizza di Pizza Place. Disini, Sepatu Compass sebagai head campaigner meminta Maika Collective yang merupakan perusahaan di mana penulis menjalani magang, untuk membuat sebuah konten digital berupa yang dapat mengenalkan keempat produk makanan itu ke dalam satu video yang dikemas “sekeren” mungkin untuk ditampilkan kepada publik dengan diunggah ke platform media sosial Instagram. Pada penelitian kali ini, penulis akan menganalisa pemaknaan tanda-tanda visual kolaborasi apa saja yang terdapat di dalam video tersebut melalui teori semiotika Roland Barthes karena pesan yang ingin disampaikan oleh campaign ini adalah “Kami ingin cita rasa dan semangat kolaborasi dari sepatu

Compass dapat dikecap, dikunyah dan diteguk secara nikmat.” (Aji Handoko, 2020). Dengan demikian diharap teori semiotika dari Roland Barthes dapat membantu mengulik tanda-tanda visual kolaborasi apa saja yang berada dalam video kampanye #FXXKINGCUISINE.

Metode Penelitian

Teknik yang digunakan untuk melaksanakan penelitian demi kelangsungan analisa yang akan dilakukan sebagai berikut:

Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Metode ini bersifat subjektif karena metode ini dilakukan secara analisis.

Metode Deskriptif

Metode deskriptif adalah metode yang menjelaskan sebuah peristiwa secara detail mulai dari latar, orang, benda, atau apapun itu yang terdapat di dalam peristiwa tersebut tanpa terkecuali.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah Laptop, Internet, Creative Deck Video, dan Video #FXXKINGCUISINE.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dipakai merupakan metode kualitatif dan deskriptif dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisa tanda-tanda visual kolaborasi yang terdapat didalam video kampanye #FXXKINGCUISINE.

Hasil Penelitian

Pada video kampanye ini, video ini dapat dibagi menjadi 5 scene. Scene pertama merupakan sebuah introduction mengenai produk apa saja yang terdapat dalam kampanye ini, kemudian berlanjut ke scene kedua yang menunjukkan produk kolaborasi pertama yaitu dari Dua Coffee. Selanjutnya, Eatlah di scene ketiga, Pizza Place di scene keempat, dan yang terakhir adalah Byurger di scene kelima. Ketiga belas gambar screenshot dari video #FXXKINGCUISINE dibawah ini masing-masing merupakan shot inti dari tiap scene yang ada didalam video #FXXKINGCUISINE dan ketiga belas gambar

screenshot ini dianalisis dengan menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes.

Scene 1 Introduction



Gambar 1. Screenshot scene 1 shot 1 #FXXKINGCUISINE

Gambar ini merupakan shot pembuka pada video kampanye #FXXKINGCUISINE dan berada pada detik ke 00:01 dalam video ini. Tipe shot yang digunakan pada gambar ini adalah medium long shot yang dimana kepala hingga betis dari subjek dapat terlihat seluruhnya dan angle yang digunakan adalah low angle yang dimana subjek terlihat seolah-olah berada lebih tinggi dari kamera. Lighting yang digunakan adalah highkey dengan menggunakan natural light dari matahari yang cahayanya masuk melalui jendela yang berada di belakang subjek.

Makna Denotatif

Pada shot pertama ini terlihat seorang wanita yang mengenakan sebuah topeng kepala kelinci yang sedang duduk di sofa dengan memegang serta menunjukkan sebuah paper bag takeaway yang bertuliskan “Byurger” dengan gambar seorang perempuan yang menggunakan topeng kelinci dibalik tulisan tersebut. Pakaian yang digunakan oleh talent ini merupakan casual streetwear, dengan menggabungkan baju putih polos dan juga celana jeans berwarna biru, serta sepatu berwarna hitam.

Makna Konotatif

Dalam shot ini terlihat seorang wanita yang sedang duduk di sofa sambil mengangkat satu kaki keatas. Dengan mengangkat satu kaki hal tersebut dinilai tidak sopan, ditambah yang melakukan hal tersebut adalah wanita yang stereotipnya adalah sopan, lemah lembut, dan menjunjung tinggi tata krama. Tetapi, ketika dilihat lebih jauh lagi, cara sang talent ini duduk merupakan manifestasi nilai dari brand FR2 atau Fxxking Rabbits ini yang dimana liar, out of the box, dan berani yang pada intinya bebas untuk mengekspresikan diri dan pesan tersebut cukup untuk menyampaikan pesan itu pada shot pertama ini.

Kepala kelinci pada *shot* ini merupakan kepala kelinci dari Fxxking Rabbits dan Sepatu yang dipakai juga

merupakan Sepatu Compass yang bertipe Gazelle 98 Low Vintage Black. Selain itu, visual yang terdapat dari paper bag Byurger merupakan sebuah asimilasi antara 2 entitas, yaitu Byurger dengan Fxxking Rabbits. Seperti yang bisa dilihat di atas, Logotype dari Byurger disesuaikan dengan Key Visual dari Fxxking Rabbits beserta seekor kelinci yang bersetubuh dengan huruf B dari Byurger. Bila ditarik benang merahnya, bisa dilihat bahwa shot ini ingin menunjukkan sedari awal bahwa pesan kolaborasinya benar-benar tersampaikan, dengan menggunakan topeng kelinci, Sepatu Compass, serta visual packaging dari paper bag Byurger. Camera angle yang digunakan pada shot ini juga menyampaikan pesan, bahwa mata audiens digiring untuk langsung terfokus pada talent yang berada di tengah. Karena dari cara pengambilan gambar, terlihat bahwa angle ini diambil dari 45 derajat sebuah sudut, yang mengakibatkan terciptanya sebuah leading line yang menuntun mata audiens kepada point of interest yang berada ditengah, yaitu sang talent. Hal yang disampaikan dari angle ini adalah agar audiens fokus terhadap pesan yang disampaikan pada *shot* ini, yaitu pesan kolaborasi. Tidak hanya berhenti pada visual yang terlihat kasat mata, camera angle yang digunakan pada shot ini juga menyampaikan pesan, bahwa mata audiens digiring untuk langsung terfokus pada talent yang berada di tengah. Karena dari cara pengambilan gambar, terlihat bahwa angle ini diambil dari 45 derajat sebuah sudut, yang mengakibatkan terciptanya sebuah leading line yang menuntun mata audiens kepada point of interest yang berada ditengah, yaitu sang talent. Hal yang disampaikan dari angle ini adalah agar audiens fokus terhadap pesan yang disampaikan pada shot ini, yaitu pesan kolaborasi.



**Gambar 2. Screenshot scene 1 shot 2
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini berada pada detik ke 00:02 dalam video #FXXKINGCUISINE. Gambar ini diambil secara extreme close up atau yang biasa disingkat menjadi ECU atau XCU. Pada gambar ini fokus dari shot ini adalah sebuah packaging yang bertuliskan "Eatlah". Angle yang digunakan oleh shot ini adalah hip level yang dimana berada pada pinggang. Untuk pencahayaan pada gambar ini menggunakan natural light, yaitu dengan menggunakan cahaya matahari.

Makna Denotatif

Shot kedua pada scene pertama ini menunjukkan sebuah packaging berwarna kuning dengan tulisan Eatlah beserta sebuah kelinci yang sedang berdiri bersetubuh dengan huruf E dan packaging tersebut terlihat sedang dipegang oleh seseorang.

Makna Konotatif

Shot ini diambil secara extreme close-up, yang dimana audiens tidak diberikan banyak informasi mengenai hal-hal apa saja yang terdapat didalam shot ini, kendati demikian, maksud dari penggunaan shot ini adalah agar audiens langsung tertuju kepada brand yang berada didalam shot ini. Karena bisa dilihat, bahwa packaging Eatlah menjadi anomali dan stand-out di antara variabel yang lain. Pesan kolaborasi pada shot ini juga terlihat pada visual dari packaging ini, yang dimana logotype Eatlah menggunakan font dari Key Visual Fxxking Cuisine. Selain itu, packaging Eatlah yang biasanya berwarna coklat dirt menjadi warna kuning sesuai dari palet warna visual Fxxking Cuisine.



**Gambar 3. Screenshot scene 1 shot 3
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:03 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot yang digunakan pada gambar ini adalah medium shot yang pada gambar ini dapat dilihat bahwa seluruh tubuh dari subjek dapat terlihat mulai dari atas hingga kebawah. Angle yang digunakan adalah eye level yang dimana posisi kamera sejajar dengan subjek. Teknik pencahayaan pada gambar ini adalah lowkey lighting dan menggunakan practical lighting, yaitu cahaya berasal dari lampu neon yang berada di kiri atas gambar.

Makna Denotatif

Pada shot ketiga ini, terdapat seseorang sedang berdiri dengan menggunakan topeng kelinci yang membawa tas kotak bertuliskan Pizza Place yang merupakan sebuah tas delivery pizza. Kondisi ruangan pada shot ini terlihat minim cahaya dan sumber cahaya hanya berasal dari lampu neon berwarna merah yang berada di kiri atas frame shot ini.

Makna Konotatif

Pada shot ini, dapat dilihat bahwa cahaya yang digunakan sangatlah minim, karena hanya

menggunakan satu sumber cahaya yang berasal dari lampu neon dan teknik pencahayaan ini disebut low-key lighting. Teknik pencahayaan tersebut sering digunakan untuk menonjolkan sisi misterius dan berani dari sebuah shot yang diambil. Dengan menggunakan warna merah beserta teknik pencahayaan low-key lighting, pesan yang ingin disampaikan adalah campaign ini merupakan campaign kolaborasi yang berani, karena jika dilihat dari garis besarnya, kolaborasi ini merupakan kolaborasi lintas industri dan bahkan lintas negara.



Gambar 4. Screenshot scene 1 shot 4 #FXXKINGCUISINE

Gambar ini diambil pada detik ke 00:04 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot pada gambar ini adalah POV (Point of View) dari sebuah botol yang bertuliskan “DUA COFFEE”. Lighting pada gambar ini menggunakan natural light yang berasal dari cahaya matahari yang masuk melalui jendela dan juga practical light yang berasal dari lampu-lampu yang ada di dalam ruangan tersebut.

Makna Denotatif

Shot ini menunjukkan seseorang sedang masuk kedalam sebuah kafe dengan menggunakan Sepatu Compass yang terdapat sebuah tulisan “Dua” yang di bordir pada bagian belakang sepatu itu. Shot ini juga dengan jelas menunjukkan produk kolaborasi pada campaign #FXXKINGCUISINE, yaitu Tokyo Banana. Talent yang membawa botol Dua Coffee terlihat menggunakan hoodie berwarna hitam serta jeans berwarna biru.

Makna Konotatif

Angle yang digunakan dalam shot ini adalah POV (Point of View) dari botol yang dipegang; seolah-olah audiens menjadi botol. Angle ini digunakan agar seolah-olah audiens masuk ke dalam video tersebut. Aktivitas dari sang talent juga menunjukkan bahwa ia sedang masuk sebuah ruangan yang dengan kata lain adalah audiens diharap untuk masuk atau ikut kedalam campaign #FXXKINGCUISINE ini. Tulisan “Dua” yang terdapat di Sepatu Compass yang digunakan oleh talent juga menyampaikan pesan bahwa kolaborasi ini masuk hingga detail ataupun aspek terkecil karena letak pada bagian belakang sepatu. Maksud dari tulisan “Dua” tersebut adalah Dua Coffee dan tulisan itu merupakan logo dari Dua

Coffee yang lagi-lagi menonjolkan sisi kolaboratif antara sepatu dan brand F&B.

Scene 2 Dua Coffee



Gambar 5. Screenshot scene 2 shot 1 #FXXKINGCUISINE

Gambar ini diambil pada detik ke 00:08 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot yang digunakan pada shot ini adalah medium shot yang dimana bagian kepala hingga perut dari subjek terlihat pada gambar ini. Camera angle yang terdapat pada shot ini adalah low angle dan lighting pada gambar ini menggunakan natural light, yaitu cahaya yang terdapat pada gambar ini berasal dari matahari.

Makna Denotatif

Pada shot pertama didalam scene kedua ini, dapat dilihat sang talent sedang duduk santai di outdoor sebuah kafe sambil meneguk minuman dari Dua Coffee. Pada shot ini terlihat video yang awalnya fullscreen mendadak berubah seolah-olah ter-minimize yang disusul dengan munculnya sebuah 3D gelas yang dipegang oleh talent masuk kedalam frame dengan jumlah yang banyak dan secara bersamaan muncul logo Fxxking Rabbits berbentuk 3D yang berada di sisi kiri bawah frame. Dalam shot pertama ini, maksud dari ter-minimizennya video tersebut adalah ingin memberikan kesan bahwa audiens sedang menonton sebuah video di laptop dan ketika video itu pun di minimize, campaign kolaborasi ini masih terngiang-ngiang ditunjukkan dengan munculnya 3D gelas Dua Coffee yang dalam jumlah yang banyak secara cepat.



Gambar 6. Screenshot scene 2 shot 2 #FXXKINGCUISINE

Gambar ini diambil pada detik ke 00:12 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot yang terdapat pada gambar ini adalah long shot dan angle yang terdapat pada gambar ini adalah low angle. Lighting pada gambar ini menggunakan natural light yang dimana cahayanya berasal dari matahari. Visual yang terdapat pada shot ini juga dilengkapi dengan motion graphics yang berisi tulisan “Iklan Ini Tidak Lulus Sensor”, kepala kelinci, dan yang terakhir adalah pisang yang disensor.

Makna Denotatif

Berawal dari fokus ke produk campaign kolaborasi #FXXKINGCUISINE, dengan cepat shot berganti menunjukkan seseorang menggunakan kepala kelinci Fxxking Rabbits dengan membawa botol dari Dua Coffee sedang duduk menghadap ke depan di sebuah outdoor. Kemudian dengan cepat, visual yang bertuliskan “Iklan Ini Tidak Lulus Sensor” muncul diikuti dengan gambar sebuah pisang yang disensor bagian atasnya.

Makna Konotatif

Tulisan “Iklan Ini Tidak Lulus Sensor” merupakan tagline dari campaign ini dan tagline tersebut sempat bertebaran di Jakarta selama periode campaign berlangsung. Mulai dari billboard, videotron, hingga MRT, semuanya dihiasi tulisan “Iklan Ini Tidak Lulus Sensor” yang tidak lupa ditemani oleh seekor kelinci yang merupakan logo Fxxking Rabbits serta tulisan Sepatu Compass. Gambar pisang yang berada didalam shot ini juga merupakan Key Visual dari produk kolaborasi campaign #FXXKINGCUISINE, yaitu Tokyo Banana dari Dua Coffee.

Scene 3 Eatlah



**Gambar 7. Screenshot scene 3 shot 1
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:18 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot yang terdapat pada gambar ini adalah close-up shot yang dimana bagian kepala hingga pundak dari subjek terlihat pada gambar ini. Angle yang digunakan adalah low angle yang dimana terlihat dari visual yang tergambarkannya sebuah kesan bahwa subjek berada di posisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan posisi

kamera yang lebih dibawah. Untuk lighting, dapat terlihat bahwa menggunakan natural light yang cahayanya berasal dari matahari.

Makna Denotatif

Pada shot ini terlihat kedua talent menunjukkan produk #FXXKINGCUISINE, yaitu Salted Egxx Chicken dari Eatlah dengan packaging campaign ini. Kedua talent menunjukkan produk #FXXKINGCUISINE dengan ekspresi bahagia serta dengan percaya diri

Makna Konotatif

Shot ini diambil secara close-up, yang merupakan shot yang diambil dari bagian pundak hingga ke kepala subjek. Maksud dari penggunaan shot ini adalah tidak hanya untuk menunjukkan ekspresi dari subjek, tetapi apa yang mendasari ekspresi dari subjek menjadi demikian dan dalam hal ini para talent terlihat bahagia ketika menunjukkan produk #FXXKINGCUISINE. Dalam shot ini dapat dilihat bahwa ada penggunaan efek VHS yang merupakan kamera tape jaman dulu sebagai visual treatment. Maksud dari penggunaan visual treatment ini adalah untuk memberikan sebuah pesan bahwa kolaborasi ini timeless, tidak dikekang oleh waktu dan bahkan terdapat kesan seni didalamnya. Bila ditarik mundur lagi ke belakang, dapat dilihat bahwa talent yang berada pada sisi kanan frame merupakan talent yang berada pada scene kedua, scene Dua Coffee dan sekarang sedang bersama talent yang lain. Pesan yang disampaikan dalam shot ini adalah talent A dengan semangat kolaborasi, ia lanjut untuk mengeksplor hal baru yang pada akhirnya ia menemukan teman baru, yaitu talent B di scene ketiga ini, serta bersama-sama (berkolaborasi) menikmati produk campaign #FXXKINGCUISINE ini. Dengan menjunjung semangat kolaborasi, bertumbuh bersama, maka hal-hal baru yang menarik sedang menunggu.



**Gambar 8. Screenshot scene 3 shot 2
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:22 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot pada gambar ini adalah close-up shot, yang dimana hanya terdapat tangan beserta sebuah kue di dalam sebuah bungkus plastik yang bertuliskan “EATLAH”. Angle yang digunakan pada shot ini adalah God’s-eye view, yang dimana posisi dari angle ini adalah seolah-olah Tuhan melihat lurus langsung ke bawah, ke bumi. Lighting

yang digunakan adalah natural light yang cahayanya berasal dari matahari.

Makna Denotatif

Makna denotatif yang terdapat didalam shot kedua ini adalah shot ini menampilkan 3 tangan yang sedang memegang produk kolaborasi #FXXKINGCAMPAIGN, yaitu Salted Egxx Cookie dari Eatlah. Dalam shot ini juga terlihat sepatu berwarna hitam yang merupakan Sepatu Compass dengan tipe Gazelle 98 Low Vintage Black.

Makna Konotatif

Shot ini menyampaikan pesan umumnya dengan sangat jelas, yaitu ingin menunjukkan produk kolaborasi pada campaign ini, tetapi jika dilihat lebih jeli lagi, tangan yang ada didalam shot ini ada 3 yang padahal pada shot sebelumnya hanya terdapat 2 orang saja. Shot ini memberikan kesan yang tak terduga sama seperti campaign ini yang merupakan campaign yang tidak terduga. Selain itu, tangan ketiga tersebut menjadi tanda bahwa campaign ini terbuka untuk kolaborasi, tidak membatasi diri, dan memberikan sebuah nilai kebersamaan, yang pada awalnya hanya 1 orang dapat berkembang menjadi 3 orang.



**Gambar 9. Screenshot scene 3 shot 3
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:26 dalam video #FXXKINGCUISINE. Pada shot ini terlihat sebuah desktop dari sebuah komputer yang terdapat beberapa tab di dalamnya serta terdapat banyak file yang tersusun dengan rapi di sisi kiri dan juga kanan desktop.

Makna Denotatif

Pada shot ketiga di dalam scene ketiga ini dapat dilihat visual dari sebuah desktop yang terdapat beberapa tab di dalamnya yang berisi diantara lainnya adalah packaging Eatlah dengan visua yang bertemakan! #FXXKINGCUISINE, kemudian sebuah live video yang isinya adalah seorang perempuan yang mengangkat sendok yang berisi ayam dari Salted Egxx Chicken sambil memegang packaging Eatlah. Kemudian tab ketiga berisi sebuah tulisan Salted Egxxx dengan background berwarna emas dan tab yang terakhir merupakan tab yang berisi logo Fxxking Rabbits dengan tulisan "Tidak Lulus Sensor". Selain

itu background yang digunakan pada desktop ini berwarna kuning, seperti warna dari Fxxking Rabbits.

Makna Konotatif

Dapat dilihat pada shot ketiga ini bahwa User Interface pada desktop ini terinspirasi dari MacOS dari Apple. Produk Apple sudah menjadi lifestyle dalam kehidupan bermasyarakat pada era modern ini, bahkan menjadi prestige. Dengan demikian pesan yang ingin disampaikan adalah diharapkan #FXXKINGCUISINE dapat menjadi lifestyle. Live video yang terdapat didalam tab yang berada ditengah juga diartikan bahwa dengan ikut serta dalam campaign ini, maka orang tersebut dapat menjadi trendsetter yang dimana semua orang melihat live video tersebut dan tidak hanya melihat, tetapi juga memberikan love kepada live video yang sedang berlangsung.

Scene 4 Pizza Place



**Gambar 10. Screenshot scene 4 shot 1
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:30 dalam video #FXXKINGCUISINE. Gambar ini menggunakan tipe shot POV (Point of View) dari sebuah pizza yang terdapat distorsi pada gambar ini seolah-olah menjadi cembung. Lighting yang digunakan pada gambar ini adalah practical light yang berasal dari lampu yang terdapat pada ruangan tersebut.

Makna Denotatif

Pada shot ini, dapat dilihat bahwa terdapat 3 orang yang sedang mengeluarkan kotak pizza dari tas delivery pizza. Keadaan ruangan terlihat didominasi oleh warna putih, sama seperti warna dari baju mereka.

Makna Konotatif

Shot ini diambil secara POV (Point of View) dari kotak pizza, yang dengan arti ingin membuat audiens serasa menjadi satu dan ikut serta dalam experience kolaborasi ini. Shot ini juga menjadi jawaban dari scene sebelumnya yang terdapat 3 tangan, padahal pada scene itu hanya ada 2 orang. Namun semua pun sudah terjawab pada scene ini yang menampilkan 3 orang.



**Gambar 11. Screenshot scene 4 shot 2
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:30 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot pada gambar ini adalah medium shot, yang dimana bagian kepala hingga perut dari para subjek dapat terlihat dan untuk angle yang digunakan adalah eye level yang dimana para subjek berdiri sejajar dengan posisi kamera. Lighting yang digunakan pada gambar ini adalah natural light yang dimana cahayanya berasal dari matahari.

Makna Denotatif

Pada shot ini terlihat ketiga talent dengan asik sedang memakan pizza dari Pizza Place sambil memegang sebuah paper plate bersama-sama di sebuah taman yang didominasi oleh tumbuhan serta pohon-pohon berwarna hijau. Kondisi langit dan udara pada shot ini juga terlihat cerah dan tidak berawan.

Makna Konotatif

Shot ini menggambarkan sebuah kebersamaan diantara mereka bertiga yang dapat dikatakan sebagai kolaborasi. Mereka datang dari latar yang berbeda-beda, talent A dari Dua Coffee, talent B dari Eatlah, dan talent C dari Pizza Place, tetapi mereka berkumpul bersama menjadi satu dan menikmati suasana tanpa memandang perbedaan yang terdapat diantara mereka, melainkan melebur menjadi satu untuk melakukan aktivitas yang seru. Shot ini diambil dengan angle medium shot untuk memberikan audiens sebuah informasi yang dimana aktivitas, ekspresi, serta lokasi dari subjek dan objek dapat tergambarkan dengan jelas. Dengan menggunakan angle ini, maka pesan kolaborasi yang ingin disampaikan oleh campaign #FXXKINGCUISINE ini secara tidak langsung dapat tersampaikan dengan baik dan mudah untuk dicerna.

Scene 5 Byurger



**Gambar 12. Screenshot scene 5 shot 1
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:40 dalam video #FXXKINGCUISINE. Tipe shot pada gambar ini adalah POV (Point of View) dari seseorang yang sedang mengantarkan 3 burger yang berada didalam sebuah tray. Lighting yang digunakan pada shot ini adalah natural light yang berasal dari cahaya matahari yang masuk melalui jendela yang berada di dalam ruangan tersebut.

Makna Denotatif

Shot 1 pada scene 5 ini dimulai dengan diantaranya 3 burger ke sebuah meja yang berisi talent A dan talent B. Burger yang diantar merupakan produk burger dari Byurger yang dikemas dengan packaging #FXXKINGCUISINE yang visualnya adalah logotype Byurger dengan font dari Fxxking Rabbits dan kemasan tersebut tentunya di dominasi dengan warna kuning. Lokasi yang dipakai merupakan sebuah restoran, yaitu di Byurger Burger Antasari yang merupakan offline store dari Byurger.

Makna Konotatif

Makna konotatif yang terdapat pada shot ini ingin menggambarkan bahwa dalam hidup pasti tetap ada naik dan turunnya, tidak selalu suka, pasti ada dukanya. Hal tersebut dapat terlihat dari ekspresi yang disampaikan oleh talent A dan B yang terlihat tidak sedang enjoy. Kendati demikian hidup terus berjalan dan media yang dapat membantu agar terus dapat berjalan adalah sesama manusia. Lewat kebersamaan dan kolaborasi, manusia akan mendapatkan support fisik dan mental; hal tersebut tergambarkan dari talent C yang datang dengan membawakan makanan dan merekapun pada akhirnya menikmati bersama dan memakan burger dari Byurger tersebut.



**Gambar 12. Screenshot scene 6 shot 2
#FXXKINGCUISINE**

Gambar ini diambil pada detik ke 00:42 dalam video #FXXKINGCUISINE. Gambar ini menggunakan tipe shot close-up yang point of interestnya berada pada packaging paper bag Byurger. Camera angle yang digunakan adalah hip level yang dimana posisi dari kamera saat diambilnya shot ini adalah setinggi pinggang. Lighting yang digunakan pada gambar ini adalah practical light yang berasal dari lampu yang terdapat didalam ruangan tersebut.

Makna Denotatif

Pada shot ini menunjukkan sebuah paper bag yang ketika diputar dengan mendadak berubah menjadi burger yang dibungkus dengan packaging campaign kolaborasi #FXXKINGCUISINE yang visualnya adalah logotype Byurger dengan menggunakan font Fxxking Rabbits beserta sebuah kelinci yang bersetubuh dengan huruf B dari Byurger. Dalam shot ini, talent terlihat sedang duduk di sebuah sofa dan burgernya berada terletak pada meja tepat di depan sang talent.

Makna Konotatif

Shot ini diambil secara close up, tetapi berada pada hip level, karena shot ini ingin mata dari audiens yang menonton langsung tertuju kepada produk yang dipromosikan yang dalam hal ini adalah Triple Rabbit Burger dari Byurger. Shot ini ingin menggambarkan pesan yang dimana kolaborasi ini tidak hanya di luarnya saja, tetapi hingga sampai ke dalam, hal tersebut digambarkan dengan memutar paper bag yang ber visual campaign #FXXKINGCUISINE yang menjadi sebuah burger beserta bungkusnya, visual atau aksesoris dari kolaborasi ini tetap ada, jadi semangat kolaborasi tetap ada dimanapun itu. Kolaborasi ini terdapat dari luar hingga dalam tanpa terkecuali, masuk sangat dalam hingga ke akar-akarnya.

Kesimpulan

Pada dasarnya, campaign yang dipelopori oleh Sepatu Compass ini ingin mengapresiasi pertumbuhan industri kreatif di Indonesia dengan cara berkolaborasi agar kedepannya bisa berkembang hingga ke ranah

Internasional. Oleh karena itu, dengan menggaet industri F&B lokal seperti Dua Coffee, Eatlah, Pizza Place dan juga Byurger untuk menjadi kolaborator dari campaign yang dipayungi oleh Sepatu Compass, mereka ingin menyebarkan semangat kolaborasi hingga ke penjuru negeri. Campaign yang dilakukan selama sebulan ini tentunya membutuhkan sebuah media untuk mempromosikan campaign ini dan #FXXKINGCUISINE memilih untuk membuat sebuah video yang nantinya diunggah di Instagram. Video yang dihasilkan pun berdurasi selama satu menit dan berisi tentang produk-produk yang berada pada campaign ini yang antara lain adalah Tokyo Banana dan Sakura Berry di Dua Coffee, Triple Rabbit di Byurger, Salted Egxx Set di Eatlah, Adult Only Pizza di Pizza Place. Produk ini dikemas menjadi satu kesatuan yang bersinergi untuk menghasilkan sebuah kolaborasi yang unik. Menurut Aji Handoko (2020) "Kami ingin cita rasa dan semangat kolaborasi dari sepatu Compass dapat dikecap, dikunyah dan diteguk secara nikmat.", yang membuat penulis bertanya-tanya apakah visual pada video yang digunakan sebagai media promosi pada di campaign ini turut menyampaikan semangat kolaborasi atau tidak. Setelah dilakukan analisa dengan menggunakan metode pemaknaan denotatif dan konotatif dari Roland Barthes, penulis menemukan banyak tanda-tanda kolaborasi pada visual di dalam video tersebut, bahkan ketika dianalisis dengan pemaknaan konotatif, penulis menemukan hal-hal yang maknanya lebih dalam dari apa yang terlihat. Dari cara pengambilan gambar maupun pesan-pesan yang ditunjukkan secara tersirat pada visual yang disajikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa video campaign #FXXKINGCUISINE turut membawakan semangat kolaborasi seperti yang diinginkan oleh Aji Handoko Purbo. Semangat itu turut termanifestasikan pada visual yang terdapat didalam video campaign #FXXKINGCUISINE.

Saran

Untuk peneliti yang akan meneliti kasus serupa kedepannya, sebenarnya video campaign yang dibuat pada campaign ini tidak se informatif itu dalam memberikan atau menghasilkan tanda visual kolaborasi karena video ini bukan video yang ber-story telling, melainkan purely showcasing produk yang "dijual" sehingga dengan menggunakan analisis semiotika untuk mendapatkan pesan yang ingin disampaikan sangatlah tepat. Karena dalam dunia film, seorang sinematografer tidak hanya menyampaikan pesan melalui gambar secara gamblang, tetapi juga melalui angle, movement, bahkan hingga lensa yang dipakai. Dengan menggunakan pemaknaan konotatif, hal tersebut dapat membantu dalam pemaknaan hal-hal yang tersembunyi yang tak kasat mata. Pada intinya,

metode analisis yang dipakai harus disesuaikan pada objek yang ingin diteliti agar memudahkan proses penelitian serta demi mendapatkan hasil yang maksimal secara efisien. Kendati demikian, tetap dibutuhkan kejelian dalam melakukan analisa dengan menggunakan metode ini, serta diperlukan referensi visual yang banyak agar dapat mengerti mraksud-maksud tersembunyi dari sebuah visual.

Yohanes Basuki Dwisusanto, J. S. W. (2020). TAMAN TEMATIK DAN PENGARUHNYA TERHADAP SETTING FISIK DAN PENGGUNAAN TAMAN DI KOTA BANDUNG. Riset Arsitektur (RISA), 5(03), 302–319. <https://doi.org/10.26593/v5i03.4741.302-319>

Daftar Pustaka

ANALISIS BRAND ZALORA.docx - ANALISIS BRAND APPLE History. . . (2020). Course Hero. <https://www.coursehero.com/file/53078061/ANALISI-S-BRAND-ZALORAdocx/>

Darmawan, A. Prihatin, A. Pradana, K. Y. Mukti, W. (2020) PEMBUATAN MEDIA VIDEO PEMBELAJARAN <https://kelasmayajekbali.files.wordpress.com/2020/06/modul-10-pembuatan-media-video-pembelajaran.pdf>

Haryono, S. R. Putra, D. K. S. (2017) IDENTITAS BUDAYA INDONESIA: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM IKLAN AQUA VERSI “TEMUKAN INDONESIA”. <https://core.ac.uk/download/pdf/287239038.pdf>

Pamela, D. A. (2020, November 29). Berkolaborasi dengan FR2, Sepatu Compass Ajak Industri F&B ikut Meramaikan. SINDOnews.com. <https://lifestyle.sindonews.com/read/249636/186/berkolaborasi-dengan-fr2-sepatu-compass-ajak-industri-fb-ikut-meramaikan-1606612288>

Pengertian Kolaborasi Pengertian dan Konsep tentang Kolaborasi. (2020). 123Dok. <https://text-id.123dok.com/document/oz1wginey-pengertian-kolaborasi-pengertian-dan-konsep-tentang-kolaborasi.html>

Purba, K. (2012). BUDAYA ORGANISASI KAMPUS MADANI UIN SUSKA. Jurnal EL-RIYASAH, 3(1), 30. <https://doi.org/10.24014/jel.v3i1.662>

Ramadhani, N. (2019, September 19). Komposisi Pada Sebuah Film - Ruang Training - SMA DOUBLE TRACK. Ruang Training. <https://ruangtraining.net/index.php/materi/detail/9>

Vanesa, V. (2015, April 13). Makalah Media Audio dan Audio Visual. Wordpress. <https://vebivanesa.wordpress.com/2015/04/13/makalah-media-audio-dan-audio-visual/>