



REPRESENTASI CALON ARANG SEBAGAI SIMBOL TEKNOLOGI DALAM IKLAN MARJAN 2025

Melisa Suardi¹⁾, Apriliana²⁾

¹Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

²Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Corresponding Author: ¹chanuk2891@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Mei 27, 2025

Revised: Juni 10, 2025

Accepted: Juni 20, 2025

Published: Juni 30, 2025

Keywords:

Calon Arang
Mpu Bharada
Marjan 2025
Advertisement
Semiotics
Artificial intelligence

ABSTRACT

This research examines the transformation of Calon Arang mythology in the Marjan 2025 advertisement, which represents the character as an artificial intelligence (AI) in the futuristic world of JKTerra in 2108. Using Roland Barthes' semiotic approach, the analysis focused on the denotative, connotative, and mythical meanings contained in the visual representation of the ad. The results show that this advertisement successfully combines traditional and modern elements, and conveys social criticism of the dominance of technology in human life. Calon Arang's transformation into an AI reflects contemporary concerns about the rapid development of technology, as well as the importance of maintaining a balance between technological progress and human values. This research contributes to understanding branding strategies that combine local culture and global issues in the Indonesian advertising industry.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY SA 4.0)

1. INTRODUCTION

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, industri periklanan di Indonesia semakin kreatif dalam menggabungkan elemen tradisional dengan modernitas. Iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai budaya dan identitas nasional. Penggunaan mitologi lokal dalam iklan menjadi strategi untuk menarik perhatian konsumen dengan mengedepankan kearifan lokal yang dikemas secara modern. Salah satu contoh penerapan strategi ini adalah iklan Marjan 2025 yang mengangkat tema futuristik dengan latar dunia distopia bernama JKTerra 2108. Dalam iklan ini, Calon Arang digambarkan sebagai kecerdasan buatan (AI) yang diciptakan oleh Mpu Bharada, namun kemudian lepas kendali dan menguasai masyarakat.

Penggabungan elemen tradisional dan modern dalam iklan ini menunjukkan upaya untuk merekonstruksi mitologi Nusantara dalam konteks yang relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini sejalan dengan tren dalam periklanan yang memanfaatkan budaya lokal untuk membangun identitas merek yang kuat. Perubahan sebuah konsep iklan yang menggabungkan dua masa berbeda dapat

mempengaruhi bidang ekonomi dan nilai budaya yang sudah terjalin sejak lama. Masyarakat kini hidup berdampingan secara digital, dimana informasi dan budaya dapat di akses dengan cepat dan tanpa terbatas waktu dan ruang [1].

Dalam konteks ini, penelitian terhadap representasi Calon Arang sebagai simbol teknologi dalam iklan Marjan 2025 menjadi relevan untuk memahami bagaimana iklan dapat menjadi media untuk merekonstruksi dan menyampaikan nilai-nilai budaya dalam konteks modern. Analisis terhadap representasi ini dapat memberikan wawasan tentang strategi branding yang menggabungkan elemen tradisional dan modern, serta bagaimana mitologi lokal dapat diadaptasi untuk menyampaikan pesan-pesan kontemporer.

Teknik informasi komunikasi dinyatakan mampu memperkenalkan nilai-nilai baru yang bersifat global, seperti individualisme dan kunsimerisme untuk dapat mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat. Dan hal ini menjadi peluang besar untuk pelestarian budaya melalui digitalisasi, dokumentasi dan promosi budaya lokal melalui media masa dan media sosial terhadap Marjan 2025 [2].

Iklan Marjan 2025 menampilkan tokoh mitologi Calon Arang dalam konteks futuristik, di mana ia digambarkan sebagai kecerdasan buatan (AI) yang diciptakan oleh Mpu Bharada. Transformasi ini mencerminkan bagaimana mitologi lokal dapat dimodernisasi untuk merefleksikan isu-isu kontemporer seperti dominasi teknologi dan kecerdasan buatan. Penggabungan elemen tradisional dan modern dalam iklan ini menunjukkan upaya untuk merekonstruksi mitologi Nusantara dalam konteks yang relevan dengan perkembangan zaman.

Dalam cerita aslinya, Calon Arang adalah seorang janda yang menguasai ilmu hitam dan menyebabkan malapetaka di desanya karena kemarahan terhadap masyarakat yang menolak putrinya. Dalam iklan Marjan 2025, Calon Arang direpresentasikan sebagai AI yang diciptakan oleh Mpu Bharada, namun kemudian lepas kendali dan menguasai manusia yang bergantung pada teknologi. Transformasi ini mencerminkan bagaimana mitologi lokal dapat dimodernisasi untuk merefleksikan isu-isu kontemporer seperti dominasi teknologi dan kecerdasan buatan. Media massa memiliki kaitan erat dengan kebudayaan, disamping memperkaya masyarakat dengan berbagai karya kreatif manusia baik itu karya seniterutama pada televisi tanpa disadari digunakan sebagai pengembangan ide, gagasan pemikiran pada masyarakat modern, serta kreativitas yang sifatnya kapitalis dalam dunia periklanan [3].

Iklan ini menampilkan dunia distopia bernama JKTerra pada tahun 2108, dengan visualisasi bangunan futuristik dan teknologi canggih. Penggambaran ini menciptakan suasana cyberpunk yang menekankan dominasi teknologi dan kehilangan kontrol manusia atas ciptaannya. Visualisasi ini memperkuat pesan tentang bahaya ketergantungan manusia pada teknologi dan pentingnya menjaga keseimbangan antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan. Pada dasarnya iklan dibuat dengan tujuan memperkenalkan produk berupa jasa, barang, hingga kampanye agar dapat disampaikan pada, mempengaruhi dan diikuti oleh khalayak. Iklan disiarkan pada beberapa media seperti media cetak, media audiovisual dan lainnya [4].

Pada Desain Komunikasi Visual, penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana iklan dapat menjadi media untuk merekonstruksi dan menyampaikan nilai-nilai budaya dalam konteks modern. Analisis terhadap representasi Calon Arang sebagai simbol teknologi dalam iklan Marjan 2025 dapat memberikan wawasan tentang strategi branding yang menggabungkan elemen tradisional dan modern, serta bagaimana mitologi lokal dapat diadaptasi untuk menyampaikan pesan-pesan kontemporer.

Tujuan dari penelitian ini mampu menganalisis bagaimana iklan Marjan 2025 merepresentasikan Calon Arang sebagai simbol teknologi modern. Mengidentifikasi makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam representasi Calon

Arang pada iklan tersebut. Mengevaluasi bagaimana transformasi mitologi Calon Arang dalam iklan ini mencerminkan isu-isu kontemporer terkait teknologi dan kecerdasan buatan.

2. MATERIALS AND METHODS

Penelitian ini merepresentasi Calon Arang sebagai simbol teknologi dalam iklan Marjan 2025, dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Menganalisis bagaimana elemen-elemen visual dan naratif dalam iklan Marjan 2025 dapat tersampaikan makna dan pesan tertentu kepada audiens. Dengan mencakup tiga tingkatan makna yaitu 1. denotatif, makna literal atau makna langsung dari suatu tanda, 2. konotatif yaitu makna tambahan yang bersifat kultural atau emosional yang melekat pada suatu tanda, dan 3. mitos yaitu sistem makna yang dibentuk oleh konotasi yang telah menjadi naturalisasi atau dianggap sebagai kebenaran umum.

Penggambaran sebuah karakter sebagaimana mitos dapat merepresentasikan gaya hidup dan lingkungan melalui simbol-simbol visual yang relevan dengan tren masa kini [5]. Mitos bukan sebuah realita secara objektif, namun merupakan anggapan mengenai realita untuk memperkuat eksistensi kebenaran dan emosional suatu cerita pada masa dan tempat tertentu. Mitos juga merupakan sebuah sistem komunikasi suatu wicara (type of speech) yang menciptakan konsep, ide, serta pemaknaan [6].

Representasi merupakan sebuah proses memaknakan sesuatu hal yang terkandung dari pemilik, pembuat dan penerima atau khalayak [7]. Representasi juga diartikan sebagai penggunaan tanda pada visual tertentu pada media terapan yang digunakan agar dapat dipahami oleh khalayak [8]. Representasi merupakan ide konsep yang direalisasikan melalui pikiran manusia untuk diinterpretasikan maknanya, sehingga dapat dikomunikasikan [9].

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana mampu memberikan gambaran dan pemaknaan secara semiotika terhadap iklan Marjan 2025. Iklan marjan 2025 merupakan subjek dan Calon Arang sebagai kepintaran buatan yang diciptakan oleh Mpu Bharada adalah objek penelitian, dan semiotika yang terdapat dalam ilustrasi iklan.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Hasil penelitian ini mendeskripsikan karakter Calon Arang dan Mpu Bharada dalam iklan Marjan 2025 mampu menarik perhatian khalayak terhadap mitologi lokal yang merefleksikan isu-isu kemajuan dan perkembangan teknologi dan dominasi teknologi serta kecerdasan buatan. Pada penerapan karakter Calon Arang dan Mpu Bharada merupakan kunci visual dari karakter mitologi yang diangkat, melihatkan Mpu Bhadara seorang yang jenius,

berkarisma dan bijaksana, sedangkan Calon Arang adalah pemberontak dan penyebab malapetaka.

Peneliti memilih dan meriset beberapa potongan alur cerita pada iklan dengan memberikan keterangan visual dan menganalisis makna denotatif dan makna konotatif pada adegan iklan. Berikut isi bahasan mengenai iklan Marjan 2025, dengan 2 episode iklan yang dihadirkan.

Tabel 1

Capter 1

Visual	
Makna denotatif	Suasana bumi pada masa depan yang digambarkan seperti tahun 2108 yang disebut dengan JKTerra 2108
Makna konotatif	Kemajuan teknologi yang sudah bisadirasakan dengan mengusung konsep visualisasi bangunan futuristik dengan latar distopia dan teknologi canggih. Penggambaran ini menciptakan suasana cyberpunk
Mitos	Manusia sebagai penggagas perubahan zaman dengan segala kemajuan teknologi yang mereka ketahui dan kembangkan

	 
Makna denotatif	Mpu Bharada seorang tokoh pria berkarakter jenius, berkarisma dan bijaksana. Yang sedang mentransfer energi ke entitas digital yang sedang ia ciptakan
Makna konotatif	Penciptaan AI oleh manusia dengan niat baik serta kemajuan teknologi pada zaman 2108
Mitos	Mpu Bharada adalah seorang pendeta sakti agama Hindu yang membantu Airlangga serta yang mengalahkan Calon Arang. Pada iklan Marjan 2025 Mpu Bharada menjadi manusia sebagai pencipta teknologi AI yang dapat kehilangan kendali atas ciptaannya

Capter 2

Visual	 
--------	--

Capter 3

Visual	 
--------	--

Makna denotatif	Calon Arang sebagai simbol teknologi modern, mencerminkan isu-isu kontemporer terkait teknologi dan kecerdasan buatan.
Makna konotatif	Calon Arang merupakan bentuk ketergantungan manusia pada teknologi yang mengendalikan perilaku
Mitos	Seorang penyihir yang tidka menyenagi orang-orang yang menolak anaknya. Pada iklan Marjan 2025 digambarkan seperti teknologi sebagai alat dominasi yang dapat menghilangkan otonomi individu

Makna denotatif	Masyarakat sebagai pengguna dan penikmat perkembangan teknologi yang telah diciptakan oleh Mpu Bharada
Makna konotatif	Entitas masyarakat yang selalu mencoba hal baru termasuk pada kemajuan teknoli yang merka nikmati pada kesehariannya
Mitos	Tanpa disadari apa yang telah dilakukan berakibat buruk pada diri mereka yang telah dikendalikan teknologi, disini Calon Arang berpesan sebagai penyihir untuk mengilangkan kesadaran umat manusia

Capter 4

Visual	
--------	--

Analisis ini menunjukkan bagaimana iklan Marjan 2025 menggabungkan elemen mitologi tradisional dengan isu-isu kontemporer seperti kecerdasan buatan dan dominasi teknologi. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, dapat dipahami makna-makna yang tersembunyi di balik representasi visual dalam iklan tersebut, serta ideologi yang ingin disampaikan kepada audiens.

Calon Arang merupakan tokoh legenda rakyat Jawa dan Bali pada abad ke-12. Dikenal sebagai sorang janda sakti atau penyihir yang menguasai ilmu hitam. Calon arang pada Iklan Marjan 2025 merujuk pada seorang penyihir yang di visualkan pada bentu AI ciptaan manusia dengan memiliki ilmu buatan yang diberikan untuk mempengaruhi masyarakat dan kehancuran, yang ia kendalikan. Sedangkan Mpu Bharada adalah seorang pendeta sakti dari agama Budha pada abad ke-11, sebagai penasihat spiritual Raja Airlangga dari Kerajaan Kahuripan dan memiliki peran penting dalam sejarah dan legenda Nusantara, dan Mpu Bharada pulalah yang berhasil mengalahkan Calon Arang mengenai wabah penyakit yang diciptakannya karena kemarahannya terhadap masyarakat yang menolak anak gadisnya [10].

4. CONCLUSION

Penelitian iklan Marjan 2025 ini menghasilkan bentuk modernisasi sebuah mitologi dalam iklan Marjan 2025 sebagai bentuk Representasi Calon

Arang dan Mpu Bharada sebagai simbol teknologi dalam iklan. Menampilkan mitologi Calon Arang dalam konteks futuristik, penggambaran tokoh tersebut mewakili bentuk kecerdasan buatan (AI) yang lepas dari kendali di dunia JK Terra 2108. Transformasi ini mencerminkan kemajuan industri periklan dalam kajian Desain Komunikasi Visual yang semakin kreatif dalam menggabungkan elemen desain serta cerita rakyat Indonesia.

Dalam iklan ini, Calon Arang tidak digambarkan sebagai penyihir jahat, melainkan sebagai intitas digital (AI) yang diciptakan oleh Mpu Bharada. Namun, Calon Arang lepas kendali dan mengancam umat manusia (masyarakat) dengan mengendalikan kesadaran kolektif melalui proyeksi holografik. Transformasi ini diadaptasi untuk menggambarkan mitologi tradisional dapat merefleksikan masyarakat modern terhadap perkembangan teknologi yang pesat.



Gambar 1. Gambaran manusia yang kesadarannya dikendalikan oleh proyeksi hologram

Pendekatan semiotika Roland Barthes digunakan untuk menganalisis iklan dengan fokus makna denotatif, konotatif dan mitos yang terkandung dalam setiap potongan adegan (scene). Seperti pada adegan Mpu Bharada menciptakan kecerdasan bukannya (AI) Calon Arang, ini bermakna denotatif sebagai proses penciptaan teknologi, serta perkembangannya. Makna konotatif sebagai simbol ambisi manusia, dan mitos sebagai peringatan terhadap bahaya kehilangan kendali atas ciptaan sendiri.

Pada iklan Marjan 2025 tidak hanya menampilkan iklan yang bagus saja, melainkan juga memiliki makna yang perlu dipelajari oleh khalayak manusia yang menjadi target sasaran iklan. Iklan marja seperti menyampaikn sebuah kritik sosial terhadap ketergantungan manusia pada teknologi. Dimana Calon Arang sebagai AI yang mengendalikan manusia, iklan mengajak penonton untuk merenungkan dampak negatif dari dominasi teknologi pada kehidupan sehari-hari. Dan ide iklan Marjan 2025 mengangkat tokoh mitologi lokal dalam tema iklan modern, menunjukkan upaya dalam pelestarian budaya pada media populer.



Gambar 2. Bentuk pengendalian diri yang dilakukan oleh Calon Arang, Mpu Bharada hadir kembali sebagai penyelamat umat manusia dari ancaman yang tercipta sebelumnya

Iklan Marjan 2025 merupakan contoh bagaimana mitologi tradisional dapat dimodernisasi untuk menyampaikan pesan-pesan relevan dalam konteks kontemporer. Dengan menggabungkan elemen budaya lokal dan isu teknologi, iklan ini berhasil menarik perhatian audiens sekaligus mengajak mereka untuk berpikir kritis tentang perkembangan zaman.

REFERENCES

- [1] Novita, T., Hasan, S., & Dewi, R. (2023). Pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan budaya digital terhadap kinerja pegawai. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(3), 187–197. Diakses dari <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/644>
- [2] Febriansyah, R. (2024). DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP NILAI-NILAI BUDAYA. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 49-55.
- [3] Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Kencana, Jakarta
- [4] Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi* 262 | rcf-Indonesia.org

- Pemasaran Terpadu. Prenadamedia Group
- [5] Novitasari, D. (2018). Analisis mitos gaya hidup dalam Iklan# Ada Aqua versi selfie. *Jurnal Ilmu Komunikasi-MediaKom*, 2(2).
 - [6] Barthes, Roland1956Mitologi. Jakarta: Kreasi Wacana
 - [7] Yuwita, N. (2018). Representasi Nasionalisme Dalam Film Rudy Habibie (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal Heritage*, 6(1)
 - [8] Diani, P. S., & Widowo, A. A. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE DALAM IKLAN MARJAN TAHUN 2022. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(10)
 - [9] Arifin, Y. (2024). *Sejarah Ringkas Kerajaan Kediri: Sejarah Peradaban Leluhur Nusantara*. Diva Press.