

REPRESENTASI SABAR DALAM IKLAN “ROKOK DJARUM SUPER”

DI TELEVISI BULAN RAMADHAN 2014

(ANALISIS SEMIOTIK ROLLAND BARTHES)



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu**

Disusun oleh:

Rendy Candra Gunawan

NIM 11210064

Pembimbing :

Khadiq, S.Ag., M. Hum

NIP 19700125 1199903 1 001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1066 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

REPRESENTASI SABAR DALAM IKLAN " ROKOK DJARUM SUPER" DI
TELEVISI BULAN RAMADHAN 2014 (ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES
)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RENDY CANDRA GUNAWAN
NIM/Jurusan : 11210064/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 12 Juni 2015
Nilai Munaqasyah : 78 (B)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I

Khadiq, S.Ag., M.Hum.

NIP 19700125 199903 1 001

Penguji II,

Drs. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji III,

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002.

Yogyakarta, 18 Juni 2015

Dekan,



Dr. Nurjannah, M.Si

NIP 19600310 198703 2 001



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Rendy Candra Gunawan
NIM : 11210064
Judul Skripsi : Representasi Sabar Dalam Iklan "Rokok Djarum Super" Di Televisi Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Roland Baerthes)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/ Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 3 Juni 2015

Mengetahui

Ketua Jurusan KPI

Dosen Pembimbing



Khoro Ummatin, S.Ag., M.Si
NIP 1970718328 199703 2 001

Khadiq, S.Ag., M.Hum.
NIP 19700125 199903 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rendy Candra Gunawan

Nim : 11210064

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Representasi Sabar Dalam Iklan “Rokok Djarum Super” Di Televisi Yang Tayang Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Roland Barthes)** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan maupun ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 3 Juni 2015

Yang menyatakan



Rendy Candra Gunawan
11210064

HALAMAN PERSEMBAHAN

- *Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat sehat sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.*
- *Bapak Ibu , Kakak dan Kekasih tercinta, terimakasih atas doa dan semangat yang telah kalian berikan.*
- *Almamater tercinta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.*



Maka sesabarlah kamu atas apa yang mereka katakan, dan bertasbihlah dengan memuji Tuhanmu, sebelum terbit matahari dan sebelum terbenamnya dan bertasbih pualalah pada waktu-waktu di siang hari, supaya kamu merasa senang. (Q.S. Thaha : 130)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, serta kesehatan yang dianugerahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat mengerjakan karya sederhana ini. Tak lupa Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan orang-orang yang berjalan di atas Manhajnya hingga akhir zaman.

Skripsi yang berjudul “**Representasi Sabar Dalam Iklan Rokok Djarum Super Di Televisi Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Roland Barthes)**” ini disusun guna memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I) di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian dan penulisan karya sederhana ini. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat sehat, iman Islam serta segala karunia.
2. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Akh. Minhaji, MA, Ph. D.
3. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Dr. Nurjanah, M. Si.,
4. Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Ibu Khoiro Ummatin, S. Ag M. Si
5. Khadiq, S. Ag., M. Hum, selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan dalam penyusunan karya ini.
6. Dra. Hj. Anisah Indriati, M. Si., selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh staf pengajar di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga ilmu dan keikhlasan yang diberikan menjadi amal yang tidak putus pahalanya.
8. Ayah dan Ibuku yang selalu mendoakan penulis.
9. Kakakku tercinta Dewi Purwita Sari.

10. Adik ku tercinta Izta Akmila Alamia.
11. Semua sahabat terbaikku, Salman Alfarizi, Rovi Wijanarko, Sany Fahmi, Mutakin, Dedi Irawan, Ulfy Rahmatullah, Rachmat Ristiano , Ridho M dan Choirul Umam.
12. Teman- teman seperjuangan KPI angkatan 2011 , kalian luar biasa kawan.
13. Serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 3 Juni 2015

Penulis,

Rendy Candra Gunawan

NIM: 11210064

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul ‘Representasi Sabar Dalam iklan Rokok Djarum Super Di Televisi Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Roland Barthes) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan representasi sabar dalam iklan rokok Djarum Super yang tayang pada bulan ramdhan 2014.

Penelitian ini dilakukan dengan analisis semiotik Roland Barthes dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah representasi sabar dalam iklan rokok Djarum Super pada bulan Ramadhan 2014, sedangkan subjek penelitian ini adalah iklan Rokok Djarum Super. Teknik pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, dari sumber data primer berupa video iklan dari *youtube*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pada iklan rokok Djarum Super pada bulan Ramadhan 2014 terdapat tiga indikator representasi sabar yang terdapat dalam iklan rokok Djarum Super, yaitu: 1) Sabar dalam melaksanakan ketaatan dari Allah SWT, 2) Sabar terhadap ujian dari Allah SWT 3) Sabar terhadap perilaku yang tidak baik dari orang lain.

Kata Kunci: Pesan, EtosKerja, Film, Analisis Semiotik.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Tinjauan Pustaka.....	6
G. Kerangka Teori.....	9
H. Metode Penelitian.....	24
I. Sistematika Pembahasan.....	28

BAB II : GAMBARAN UMUM	30
A. PT. Djarum.....	30
B. Djarum Super	32
C. Iklan Rokok Djarum Super yang Tayang Pada Bulan Ramdhan 2014	34
D. Sinopsis Iklan Rokok Djarum Super.....	35
BAB III: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
A. Sabar dalam melaksanakan ketaatan kepada Allah.....	40
B. Sabar terhadap ujian dari Allah.....	50
C. Sabar dalam perlakuan yang tidak baik dari orang lain	61
BAB IV: PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran-saran.....	74
C. Penutup.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo PT. Djarum	30
Gambar 2 Rokok Djarum Super.....	32
Gambar 1 Adegan dalam scene sabar dalam melaksanakan ketaatan dari Allah	41
Gambar 2 Adegan dalam scene sabar dalam melaksanakan ketaatan dari Allah	46
Gambar 3 Adegan dalam scene sabar terhadap ujian dari Allah.....	51
Gambar 4 Adegan dalam scene sabar terhadap ujian dari Allah.....	57
Gambar 5 Adegan dalam scene sabar terhadap perlakuan yang tidak baik dari orang lain.....	62
Gambar 6 Adegan dalam scene sabar terhadap perlakuan yang tidak baik dari orang lain.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan judul

Untuk memperjelas dan menghindari penafsiran yang kurang tepat dan terlalu luas, maka penulis memandang perlu memberikan penegasan terhadap istilah-istilah yang terkandung dalam skripsi berjudul Representasi Sabar Dalam Iklan Rokok Djarum Super di televisi Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Rolland Bartesh).

Adapun istilah-istilah yang perlu ditegaskan adalah sebagai berikut:

1. Representasi

Representasi adalah proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Secara lebih tepat, representasi didefinisikan sebagai penggunaan suatu tanda atau menampilkan ulang suatu yang diserap, indra, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik.¹ Adapun yang dimaksud representasi dalam skripsi ini, yaitu menggambarkan atau menampilkan suatu yang sebelum sudah pernah ada, kemudian ditampilkan kembali dengan bentuk yang berbeda.

¹ Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 3.

2. Sabar

Sabar adalah kekuatan jiwa yang harus dimiliki setiap muslim, tanpa sifat sabar seorang tidak akan mampu menghadapi segala godaan setan dan bisikan hawa nafsu serta tidak mampu menghadapi berbagai cobaan dan rintangan, sabar merupakan cahaya yang menerangi jalannya umat muslim dari kebingungan terhadap berbagai kendala.² Sabar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua adegan yang merujuk pada makna sabar yang diperankan oleh pria yang berkendara sepeda motor dalam iklan rokok Djarum Super pada bulan Ramadhan 2014.

3. Iklan

Sebagaimana yang dikutip Alo Liliweri, bahwa iklan merupakan suatu proses komunikasi Bintang Pogue yang mempunyai kekuatan sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif.³

Iklan ini sebagai salah satu karya desain audio visual mempunyai tanda bermaksud dan tanpa maksud, artinya tanda atau simbol dalam iklan “ Djarum Super Pada Bulan Ramadhan 2014” berupa benda yang identik dengan masing-masing tokoh dan peneliti berusaha mengkaitkannya dengan membangun blok konsep sesuai dengan teori yang relevan.

² Ibnu Athajilah, *Mempertajam Mata Hati*, (Lamongan :, 1990) hlm. 69.

³ Liwiweri Alo, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1992) hlm. 20.

4. Semiotika Roland Barthes

Kata semiotika itu berasal dari bahasa Yunani, *semion* yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda disini bisa berupa bahasa verbal maupun non verbal yang berupa gambar, warna dan sebagainya.⁴ Analisis semiotika merupakan analisis baru pada cabang ilmu komunikasi di Indonesia khususnya dalam menganalisis iklan. Analisis semiotik banyak digunakan dalam analisis karya seni termasuk film dan iklan, karena iklan sendiri merupakan sebuah sistem tanda.

Sedangkan analisis semiotik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah analisis semiotik Roland Barthes, yang menekankan pada tanda-tanda yang disertai maksud (*signal*) serta berpijak dari pandangan berbasis pada tanda-tanda tanpa maksud (*sympton*).

Berdasarkan penegasan makna di muka, maka maksud dari judul “Representasi Sabar Dalam Iklan Rokok Djarum Super Di Televisi Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Rolland Barthes)”. Pesan ini mengandung ajakan untuk bersabar yang diambil dari Iklan Rokok Djarum Super yang tayang ditelvisi pada bulan Ramadhan.

B. LATAR BELAKANG MASALAH .

Iklan merupakan tayangan yang bersifat komersial dari sebuah produk tertentu, dan keberadaanya pun sangat mudah dijumpai dimanapun, iklan

⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003) hlm. 15.

sendiri mempunyai sifat persuasif dimana iklan bertujuan mempengaruhi konsumen untuk membeli/mengonsumsi suatu produk yang sedang diiklankan. Bentuk iklan pun bermacam-macam, iklan dapat berbentuk cetak (internet, koran, majalah, poster, baliho, pamflet) dan juga berbentuk elektronik seperti iklan yang ditayangkan di televisi. Saat ini iklan semakin berkembang, hal ini dibuktikan dengan kreatifitas yang semakin tinggi demi memperoleh perhatian khalayak. Iklan tidak sekedar memberikan profit bagi perusahaan akan tetapi saat ini iklan juga menjadi tayangan yang menghibur bagi masyarakat, maka semakin kreatif iklan itu dibuat maka akan semakin kuat iklan tersebut diingat oleh masyarakat dan jika masyarakat sudah mengingat iklan tersebut maka akan menimbulkan rasa simpati dengan produk yang diiklankan tersebut. Pesan itulah yang secara tersirat terdapat pada iklan rokok djarum super. Didalam iklan tersebut di tayangkan pemuda yang ingin membatalkan buka puasa dan saat mau berbuka ternyata kurmanya dicuri.

Dari iklan Djarum super ini tersirat makna yang sesuai dengan ajaran agama islam yakni sabar dan iklas terhadap sesama. Nilai-nilai ini yang terdapat dalam Al-Quran. Iklan tersebut seakan membuka mata bagi masyarakat bahwa ditengah kesusaha kita harus bisa sabar dan iklas. Iklan Djarum super merupakan iklan komersial yaitu bertujuan untuk mempromosikan barang melalui media televisi dan mencari keuntungan, tetapi dalam iklan tersebut terdapat pesan yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini yang membuat penting penulis melakukan penelitian terhadap iklan Djarum super yang tayang pada bulan ramadhan

2014 karena isi iklan tersebut memiliki muatan yang positif serta mengandung pesan-pesan dan nilai-nilai islami serta sosial yang tinggi yang nantinya dapat dijadikan contoh bagi masyarakat, sehingga di terapkan dalam kehidupan sehari-hari, serta isi dari iklan tersebut memberikan pesan serta inspirasi dan motivasi kepada masyarakat untuk berbuat baik terhadap sesama yakni pesan untuk sabar.

Iklan Rokok Djarum Super ini ditayangkan di bulan Ramadhan. Dimana umat muslim menguatkan hatinya untuk bersabar dalam menghadapi ibadah puasa. Iklan ini memotivasi umat muslim untuk senantiasa bersabar termasuk menahan nafsu dalam menjalankan puasa.

Sabar merupakan sikap menahan diri terhadap sesuatu. Dalam konteks iklan Djarum Super, sabar sangat di anjurkan bagi umat muslim yang menjalankan ibadah puasa pada bulan Ramadhan. Melalui iklan ini pembuat iklan ingin menyampaikan penting bagi umat islam untuk senantiasa berlapang dada, membuka hati dan mengamalkan sikap-sikap sabar dalam kehidupan sehari-hari terutama di bulan Ramadhan. Dengan alasan tersebut peneliti ingin mempresentasikan pesan sabar dalam iklan rokok Djarum Super yang tayang ditelvisi pada bulan Ramadhan.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan pokok masalah dalam penelitian yaitu :

Bagaimana representasi sabar yang terdapat dalam iklan Rokok Djarum super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mendiskripsikan representasi sabar dalam iklan rokok Djarum Super yang tayang pada bulan ramadhan 2014.

E. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. untuk memberikan sumbangan pemikiran tertulis kepada fakultas Dakwah, khususnya pada jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - b. Menjadi referensi bagi mahasiswa fakultas Dakwah khususnya jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - c. Manfaat Praktis
2. Memperoleh pemahaman tentang pesan sabar yang bisa diambil manfaatnya untuk kehidupan sehari-hari sebagai makhluk sosial, yang terdapat didalam iklan Rokok Djarum super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan salah satu bentuk kajian yang dilakukan oleh penulis guna mendapatkan referensi dan acuan mengadakan penelitian. Selain itu kajian pustaka juga memberikan gambaran tentang perbedaan penelitian yang dilakukan oleh orang lain, sehingga jelas letak perbedaan

antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya yang pernah ada.

Petama, penelitian yang dilakukan oleh Rosyid Rochman Nur Hakim,⁵ Representasi Iklas Dalam Film “Emak Ingin Naik Haji Analisis Semiotik Terhadap Tokoh Emak”⁵. Skripsi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui representasi ikhlas melalui tokoh emak dan menjelaskan gagasan-gagasan yang di sampaikan oleh film Emak Ingin Naik Haji berkaitan dengan persoalan sosial. Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Film Emak Ingin Naik Haji menunjukkan perjuangan seorang perempuan tua yang kondisi ekonominya pas-pasan berusaha untuk naik haji. Film ini juga menunjukkan kesabaran dan keiklasan dalam usahanya menunaikan ibadah haji dengan segala godaan yang diterimanya. Pada akhirnya tokoh Emak dalam film Emak ingin Naik Haji ini dapat menunaikan ibadah haji ke tanah suci.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Adhi Karya Nugraha,⁶ Pesan Moral dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Badan Narkotika Nasional Versi Keluarga Banteng Utama Cegah Penyalahgunaan

⁵Rosyid Rochman Nur Hakim, *Skripsi Representasi Ikhlas Dalam Film “Emak Ingin Naik Haji” (Analisis Semiotik Terhadap Tokoh Emak)* skripsi yang diajukan kepada Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2012.

Narkoba di SCTV)''⁶. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2007. Merupakan hasil penelitian yang membahas tentang pesan moral dalam iklan Badan Narkotika Nasional dan ditayangkan di SCTV. Fokus peneliti ini adalah penyampaian pesan moral yang dilakukan melalui iklan layanan masyarakat. Dalam penelitian ini lebih banyak dibahas tentang bagaimana cara membentengi diri dari bahaya mengkonsumsi narkoba dalam iklan layanan masyarakat Badan Narkotika Nasional Versi keluarga benteng utama cegah penyalagunaan narkoba dengan meneliti *scene* yang mengandung pesan moral.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Khanifudin, '' Analisis Semiotik dalam film My Name Is Khan.'' ⁷ Skripsi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komonukasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013. Penelitian ini bertujuan mengetahui aqidah islam yang di gambarkan dalam film My Name Is Khan. Denfan menggunakan tokoh Khan itu sendiri, yang dalam perjalanannya mencari keadilan hidup. Meski dengan keadaan yang kurang sempurna Khan tetap tetap ingin menunjukan kepada dunia bahwa dirinya seorang muslin dan bukanlah seorang teroris. Perbedaan penelitian Khanifudin dengan pnelitian yang

⁶Adhi Karya Nugraha, Pesan Moral Dalam Iklan (*Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Badan Narkotika Nasional Versi Keluarga Banteng Utama Cegah Penyalah Gunaan Narkoba Di SCTV*) skripsi ini diajukan kepada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Islam Negeri Uin Sunan Kalijaga, 2007.

⁷Khanifudin *Skripsi Analisi Semiotik Aqidah Islam Dalam Penokohan Film "My Name Is Khan"*, skripsi yang diajukan kepada Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Uin Sunan Kalijaga, 2013.

penulis lakukan adalah tujuan penelitian dan obyek penelitian sedangkan persamaanya yakni sama-sama menggunakan semiotik Roland Barthes.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Iklan

Iklan sebagai media adalah suatu keiatan menyampaikan berita tetapi berita yang disampaikan atas pesanan pihak yang ingin agar produk atau jasa yang dijualnya diingat, disukai, dipilih dan dibeli. Iklan ditujukan kepada khalayak ramai sebagai target konsumen.

Sistem tanda dalam iklan berupa simbol, kode, yang terorganisir merefleksikan nilai-nilai tertentu. Setiap pesan dalam iklan memiliki dua tingkatan makna yaitu makna yang dinyatakan secara implicit dipermukaan tampilan iklan dan makna eksplisit dibalik permukaan tampilan iklan.

Iklan bertujuan membangun citra suatu perusahaan yang akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Iklan corporate akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai nilai-nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat.

a. Iklan sebagai Media Persuasi

Dari sudut bahasa kata iklan berasal dari bahasa arab “*I’lan*” yang berarti pemberitahuan,⁸ dan menurut kleppner iklan atau “advertising” berasal dari bahasa latin “*ad-vere*” adalah kegiatan mentransfer pikiran dan gagasan kepada pihak yang lain.⁹

RK Ravidran mendefinisikan iklan sebagai:

1. *An attempt to sell anything through paid public distribution of selling material* (sebuah usaha menjual barang melalui distribusi public).
2. *Selling materials publicly distributed through any channels of communication such as newspaper, such as print, radio and television commercials, direct mail promotions and records* (menjual barang-barang ke di depan umum yang didistribusikan melalui media komunikasi seperti koran, media penyiaran, surat dan film, dan melalui bermacam-macam bentuk, seperti media cetak, radio dan televisi).

Memproduksi sebuah pesan iklan harus terdapat unsur-unsur penting, yaitu sistem tanda dalam iklan berupa symbol, kode, yang terorganisir dan merefleksikan nilai-nilai tertentu. Berdasarkan rumusan-rumusan mengenai iklan diatas penulis berkesimpulan bahwa iklan adalah suatu bentuk komunikasi antara produsen dan

⁸Muhamad Yunus, *Kamus Arab-Indonesia, cetakan ke-7* (jakarta: yayasan penerjemah/penafsiran Al-Qur’an, 1973), hlm 44.

⁹ Liliweri, *Dasar-dasar komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya bakti, 1992) hlm 20.

konsumen dengan memanfaatkan media massa, agar pesan dapat diterima khalayak sekaligus mendorong calon konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan tersebut dengan sistem tanda dalam iklan berupa symbol, kode, yang teroganisir mereflesikan nilai-nilai tertentu.

b. Iklan Televisi

1. Televisi sebagai media iklan

Salah satu media yang digunakan dalam periklanan adalah media televisi. Televisi merupakan media yang paling dominan bagi setiap orang. Hal ini dikarenakan oleh kelebihan audio visualnya sehingga tidak menghalangi siapa saja untuk menyaksikannya. Fungsi televisi sama dengan media lainnya, yakni untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk tetapi media menghibur lebih dominan pada media televisi umumnya. Kekuatan televisi terletak pada kemampuannya membuat orang menggunakan televisi demi kesenangan dan kemampuannya mempromosikan aktifitas hiburan lainnya. Hal ini memudahkan kerja komunikator dalam menyampaikan pesan di media massa, kemudian dimanfaatkan oleh pengiklan untuk dapat mengembangkan iklannya dihadapan audience seluruh Indonesia. Akan tetapi iklan tidak bisa dipandang seperti iklan-iklan lainnya di televisi karena tujuannya

untuk membujuk dan karena iklan merupakan titik persinggungan barang dan jasa.¹⁰

2. Kelebihan iklan televisi

Kekuatan iklan televisi dibandingkan iklan lain adalah:

- a) Banyak pengiklan memandang televisi sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan-pesan komersialnya. Salah satu keunggulannya adalah kemampuan menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas. Jutaan orang menonton televisi secara teratur.
- b) Kemampuannya menimbulkan dampak yang kuat terhadap konsumen, kepada dua indera penglihatan dan pendengaran. Televisi juga mempunyai kelenturan-kelenturan bagi kreatif dengan mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama, dan humor.
- c) Televisi mempunyai kemampuan yang kuat dalam mempengaruhi persepsi khalayak. Kebanyakan orang meluangkan waktunya di muka televisi sebagai sumber berita, hiburan, dan sarana pendidikan.

3. Komponen Iklan Televisi

Bentuk iklan tergantung di mana iklan itu dipromosikan, iklan televisi akan berbeda dengan iklan di radio yang hanya

¹⁰ Grame Burton, *Membicarakan Televisi Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi*, (Yogyakarta: Jalesurta, 2007). hlm 22

berupa audio yang dimiliki komponennya sebagai indikator berbeda.

2. Tinjauan tentang Sabar

a. Pengertian Sabar

Sabar merupakan Akhlak *Qur'ani* yang paling utama dan ditekankan oleh Al-Qur'an baik kepada *makiyah* maupun *madaniyah*, juga merupakan sifat akhlak yang terbanyak sebutanya dalam Al-Quran. Secara garis besar sabar itu ditunjukkan kepada manusia dan secara khusus sasaran adalah orang yang beriman. Orang beriman akan selalu menghadapi tantangan, gangguan, ujian dan cobaan dengan sabar, yang menuntut pengorbanan jiwa dan harta benda.

Al-Qur'an sebagai pedoman, maka sudah barang tentu isi atau kandungannya harus difahami dan diamalkan demi tercapainya tingkat dan kualitas ibadah yang baik dan mendapatkan ridha Allah SWT. Secara etimologi sabar berasal dari bahasa arab, yang berarti bersabar, tabah hati, berani. Adapun secara terminologis para ahli mengartikan sabar dengan berbagai macam pengertian, sebagaimana yang diungkapkan oleh al-maraghi, sabar adalah ketabahan hati dalam menghadapi berbagai macam kesulitan sebagai pencegah perbuatan-perbuatan yang tidak terpuji dan

dalam rangka melaksanakan ibadah, serta menjauhi perbuatan-perbuatan maksiat.¹¹

Sabar juga dapat diartikan pilar-pilar kebahagiaan seorang hamba akan terjaga dari kemaksiatan, konsisten menjalankan ketaatan, dan tabah dalam menghadapi segala cobaan. Ibnu Qoyyim *rahimahumullah* mengatakan, “kedudukan sabar dalam imam laksana kepalabagi seluruh tubuh, apabila kepala nanti sudah terpotong maka tak ada lagi kehidupan di dalam tubuh”.

b. Ciri-Ciri Sabar

Sabar memiliki dimensi untuk mengubah sebuah kondisi, baik bersifat pribadi maupun sosial, menuju perbaikan agar lebih baik lagi. Sabar memiliki nilai keseimbangan antara sifat aktif maupun sifat pasif, sehingga kurang tepat perilaku sabar identik dengan sifat pasif. Ciri-ciri sabar diimplementasikan dengan beberapa perilaku diantaranya :¹²

1) Ulet

Salah satu ciri orang yang sabar adalah ulet dalam berusaha. Kesuksesan dan keberhasilan tidak akan datang begitu saja melainkan didapatkan dari usaha yang konsisten, dilakukan dengan tekun dan dilandasi dengan kesabaran. Sabar memulai usaha, sabar menjalankan pekerjaan, sabar menerima

¹¹Ahmad Mustofa Al-Malaghi, *Tafsir Al-maraghi*, ..hlm. 10.

¹²Muhammad Thobroni, *Mukjizat Sabar*, (Yogyakarta: Pustaka Albana, 2012) hlm.31.

kesalahan. Jika seseorang tidak bersabar, maka pekerjaan yang ia lakukan akan sia-sia. Sabar memiliki dimensi ulet yaitu kegigihan seseorang memperjuangkan sesuatu.¹³

2) Tekun

Ketekunan memerlukan kesabaran yang tinggi. Tidak peduli berapa lama berusaha yang penting hasil yang di peroleh sesuai dengan keinginan sehingga tidak akan mengecewakan orang-orang disekitarnya. Ketekunan yang selalu dijalani akan membuahkan kesuksesan meskipun memerlukan kesabaran ekstra, namun hasil yang didapatkan akan memuaskan.¹⁴

3) Aktif

Siapapun pasti pernah mengalami musibah dan cobaan. Musibah akan selalu datang, tidak peduli siapa orang tersebut. Suka atau tidak suka akan selalu mewarnai kehidupan kita. Orang yang menjadikan sabar sebagai kawan adalah orang yang bisa memanifestasikan sabar sebagai sikap yang aktif. Sabar tidak semata-mata menerima apapun yang menimpa kita dengan pasrah, sabar adalah wujud konsistensi dalam menjalani pahit getirnya hidup. Pantang menyerah adalah bagian dari

¹³ Ibid, hal. 32.

¹⁴ Ibid, hal. 36.

manifestasi sabar aktif. Orang yang Aktif akan menjadikan penghalang itu sebagai peluang.¹⁵

4) Progresif

Salah satu ciri sabar adalah diaplikasikan dalam bentuk progresif. Progresif adalah kekuatan untuk maju. Orang yang sabar selalu berpikir untuk melakukan yang terbaik dan selalu menjadi lebih baik tanpa meninggalkan keharusan untuk kewajiban yang harus dilakukan. Banyak orang yang tidak sabar dan menganggap bahwa dirinya telah sampai pada titik yang terbaik dan tidak bisa menjadi yang lebih baik lagi. Namun orang yang sabar melakukan lebih dari itu. Orang yang sabar akan terus memacu diri agar menjadi lebih baik lagi melawan semua keegoan yang ada dalam dirinya.¹⁶

5) Optimis

Optimis adalah harapan yang matang, keyakinan dan kepercayaan pada waktu atau tepatnya pada masa depan. Sikap optimis mendorong jiwa yang tidak pernah habis untuk terus belajar dan berkarya. Optimis dapat ditumbuhkan dari cara pandang melihat kejadian yang sedang dihadapi baik kejadian yang diinginkan (hal positif) ataupun tidak diinginkan (hal

¹⁵Ibid, hal. 38.

¹⁶Ibid, hal. 42.

negatif). Optimisme selalu berujung pada kesuksesan karena selalu percaya setiap peristiwa pasti ada hikmahnya.¹⁷

6) Kreatif

Orang yang sabar adalah orang yang Kreatif. Nilai positif dalam sikap sabar mampu memberi dorongan manusia untuk senantiasa berpikir kreatif. Kesabaran membuat orang tidak terburu-buru mengambil kesimpulan, mampu berpikir jernih hingga konsep dalam dirinya menjadi matang dan bisa diaplikasikan menjadi karya nyata. Orang yang sabar tidaklah menganggap bahwa kesuksesan yang didapatkan saat ini sebagai akhir dari sebuah pencapaian, melainkan sebagai pijakan untuk mendapatkan pencapaian yang lebih baik. Saat terhimpit masalah, jangan panik, bersabar dan pikirkan masalah itu dengan tenang, karena dengan ketenangan akan muncul ide-ide baru yang bisa membantu dalam pemecahan masalah.¹⁸

c. Penerapan Bentuk-Bentuk Sabar

Seorang Muslim harus bersabar dalam berbagai keadaan dalam kehidupan ini. Secara garis besar, sabar dapat dikelompokkan menjadi dua hal yaitu sabar jasmani dan sabar rohani. Menurut Ahmad Yani dalam buku *Be Excellent Menjadi Pribadi Terpuji*

¹⁷Ibid, hal. 44.

¹⁸Ibid, hal. 47.

dalam Al-Qurandan Hadist menyebutkan bentuk-bentuk kesabaran yang harus ditunjukkan sebagai berikut :¹⁹

1. Sabar dalam Melaksanakan Ketaatan kepada Allah SWT

Sabar dalam ibadah dan ketaatan berarti selalu menjalankan keharusan kita kepada Allah SWT untuk selalu beribadah dan taat kepada Nya apapun kondisi maupun situasi yang sedang kita hadapi. Allah Berfirman dalam Al Qur'an Surat Al-Maryam ayat 35:²⁰

Tuhan (yang menguasai) langit dan bumi dan apa apa yang ada di antara keduanya, Maka sembahlah dia dan bertegur hatilah dalam beribadat Kepada-Nya. apakah kamu mengetahui ada seorang yang sama dengan dia (yang patut disembah).

Dalam ayat ini ditekankan adanya keteguhan, kesabaran karena jalan menuju ketaatan kepada Allah SWT dihadang beribu rintangan baik dari dalam hati sendiri maupun luar. Seseorang membutuhkan kesabaran dalam berlaku taat. Sabar dalam ketaatan sangat berat karena secara naluri jiwa menolak perbudakan dan cenderung sifat *rububiyah* (ketuhanan). Orang yang taat memerlukan kesabaran dalam menjalankan ketaatannya dalam tiga keadaan yaitu sebelum, ketika dan setelah melakukan amal. Sebelum mengerjakan

¹⁹Ahmad Yani, *Be Excellent Menjadi Pribadi Terpuji*, (Jakarta: Al-Qalam, 2007), hlm. 126,

²⁰Departemen Agama RI, *AL HIDAYAH Al-Quran Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*, (Banten : P.T Kalim, 2010) hlm. 210.

suatu amal, ia harus menata niat, ikhlas bersabar atas noda-noda riya. Bagi seseorang yang mengenal hakikat niat, ikhlas, noda-noda riya dan tipu daya, hal itu merupakan kesabaran yang sangat berat. Ketika sedang mengerjakan amal, agar ia tidak lalai dari Allah di saat mengerjakan amal, tidak malas melaksanakan adab-adabnya serta sunat-sunatnya dan tetap menjaga syarat dan adab-adabnya serta sunah-sunahnya dan tetap menjaga syarat dan adabnya sampai amal itu selesai dikerjakan. Jadi, ia harus tetap bersabar dari faktor-faktor yang dapat mendorong timbulnya kebosanan. Hal ini juga termasuk kesulitan-kesulitan yang menjadi kendala kesabaran. Setelah selesai mengerjakan amal ia tetap harus bersabar untuk tidak menyia-nyiakan amalnya agar didengar atau dilihat oleh orang lain sehingga mereka lalu mengaguminya.²¹

2. Sabar terhadap Ujian dari Allah SWT.

Ujian dan cobaan di dunia merupakan sebuah keharusan, siapapun tidak dapat terlepas darinya. Bahkan, itulah warna-warni kehidupan. Kesabaran dalam menghadapi ujian dan cobaan merupakan tanda kebenaran dan kejujuran iman seseorang kepada Allah SWT. Sesungguhnya ujian dan cobaan yang datang bertubi-tubi merupakan satu ketentuan yang telah

²¹Imam Al-Ghazali, *Terapi Sabar dan Syukur*, (Jakarta: Khatulistiwa Pres, 2013), hlm. 39-41.

ditetapkan oleh Allah *Azza wa Jalla*. Tidak satupun diantaranya yang mampu menghalau ketentuan tersebut. Oleh karena itu seorang hamba dalam pengertian ini adalah dengan memperhatikan pahala yang baik, menunggu rahmat jalan keluar, dan meramaikan musibah sambil menghitung uluran karunia dan nikmat-nikmat yang telah lampau.²²

Ibnul Al-Qayyim, Al-Jauziyyaha mengemukakan, sabar adalah menahan jiwa untuk tidak berkeluh kesah, menahan lisan untuk tidak meratap, dan menahan untuk tidak menampar pipi, merobek baju dan sebagainya. Menurut Ibnul al-Qayyim, sabar (*ash-shabr*) mempunyai makna asal menanam atau mengurung. Ada juga yang berpendapat bahwa kata tersebut mengandung makna asal menahan atau mengurung. Ada juga yang berpendapat bahwa kata tersebut mengandung makna menghimpun dan menyatukan. Sabar bisa juga diambil dari kata *ash-shabr*, yaitu obat yang dikenal amat pait dan tidak disukai orang. Kalau dirangkum maka kata sabar, menurut Ibnul Qayyim terkandung tiga makna dasar yaitu menahan sifat yang keras dan menghimpun atau menyatakan.

Sabar dalam bentuk ini tersebut dalam firman Allah

SWT:

²² Harapansatria. *Sabar-dalam-ketaatan.html* <http://harapan.blogspot.com/2009/08/sabar-dalam-ketaatan.html>. diakses pada tanggal 10 maret,pukul 13.00

Dan sesungguhnya akan kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit kekuatan, kelaparan kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar. (Q.S. Al-Baqarah : 155²³)

3. Sabar terhadap Perlakuan yang Tidak Baik dari Orang Lain.

Ketika seseorang ditimpa sesuatu yang buruk terhadap dirinya akibat tindakan orang lain, biasanya akan memberikan reaksi negatif. Dalam hatinya akan muncul perasaan dendam, dan ingin membalasnya, bahkan dengan balasan atau tindakan yang lebih berat dan buruk dari pada apa yang telah menimpanya itu. Langkah sesuai yang harus kita ambil terhadap perlakuan buruk akibat tindakan orang lain adalah sebagaimana yang diajarkan Islam, yaitu dengan menjadi pemaaf. Orang yang mampu memaafkan orang lain akan terlepas dari belenggu perasaan dendam yang terus menyiksa batinnya. Tentu bukan hal yang menyenangkan menyimpan bara dendam dari hati kita.

Dalam hidupnya manusia berbaur dengan berbagai jenis manusia, dengan akhlak dan tabiat yang beragam. Dengan demikian sangat mungkin seseorang menerima tindakan semena-mena dari orang lain. Namun jika ia mampu menahan dan bersabar, memaafkan, dan lapang dada, maka ia akan beruntung dan hidup

²³*Ibid*, hlm, 25.

dengan penuh kebahagiaan dan dalam nuansa yang syarat akan kasih sayang.

Amru Muhammad Khalid mengatakan bahwa sabar diyakini sebagai kunci kesuksesan dunia akherat karena berengkat dari kestabilan emosi, maka seseorang bisa menggenggam atau menguasai apa saja (hal-hal positif).Allah berfirman:

Maka sesabarlah kamu atas apa yang mereka katakan, dan bertasbilah denganmemuji Tuhanmu, sebelum terbit matahari dan sebelum terbenamnya dan bertasbih pualalah pada waktu-waktu di siang hari, supaya kamu merasa senang. (Q.S. Thaha : 130).²⁴

Maka besabarlah kamu terhadap apa yang mereka katakan dan bertasbihlah sambil memuji Tuhanmu sebelum terbit matahari dan sebelum terbenam (Nya). (Q.S. Qaaf 39)²⁵.

3. Tinjauan Teori Penokohan Dalam Iklan

Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang dibuat oleh produser/ pemeraksa yang disampaikan lewat media cetak, audio, dan elektronik.²⁶ Sedangkan ditinjau dari penokohan dibagi menjadi tiga teknik penggambaran dramatik yaitu:

a) Teknik Cakapan

Dalam teknik cakapan tokoh dibentuk melalui percakapan yang menggunakan mulut. Percakapan yang dimaksud adalah

²⁴*Ibid*, hlm, 322.

²⁵*Ibid*, hlm, 532.

²⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka: Jakarta, 1990), hlm.569.

percakapan dengan bahasa tutur atau bahasa verbal. Cakupan dalam Kamus Bahasa Indonesia adalah karya sastra atau bagian yang berbentuk percakapan antara dua tokoh atau lebih atau adakalanya seorang tokoh berbicara dengan dirinya sendiri atau kepada pembaca dan pendengar.²⁷

Perkataan seorang tokoh dengan tokoh lain dalam drama mengandung pesan yang disampaikan kepada pembaca, pendengar atau penonton. Dengan demikian, saat tokoh bercakap atau berbicara terjadi dua kejadian yang bersamaan yaitu penokohan dan penyampaian pesan.

b) Teknik Tingkah Laku

Teknik tingkah laku adalah hal yang dilakukan orang dalam wujud tindakan dan tingkah laku dapat dikatakan menunjukkan reaksi, tanggapan, sifat dan sikap yang mencerminkan sifat-sifat pribadi tokoh.²⁸ Teknik ini merujuk pada tindakan bersifat non-verbal, teknik tingkah laku ini digunakan untuk membentuk karakter tokoh melalui sikap dan tingkah laku yang ditunjukkan dengan gerakan anggota tubuh.

c) Teknik Pikiran dan Perasaan

Keadaan dan jalan pikiran serta perasaan tentang hal yang melintas di dalam pikiran dan perasaan, serta apa yang sering

²⁷Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hlm. 146.

²⁸Burhan Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Sastra*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), Hlm. 203.

dipikirkan dan dirasakan oleh tokoh dalam banyak hal akan mencerminkan sifat-sifat pribadi tokoh.²⁹ Teknik pembentukan karaktertokoh ini hanya terbatas pada pikiran dan perasaan tokoh dan tidak melalui ucapan ataupun tindakan.

H. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak mengadakan perhitungan, maksudnya data yang dikumpulkan tidak berwujud kata-kata. Untuk memperoleh data secara obyektif dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode dengan rincian sebagai berikut:

1. Sumber dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini sumber penelitiannya adalah iklan Rokok Djarum Super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014, sedangkan obyek penelitiannya adalah representasi sabar dalam iklan Rokok Djarum Super di televisi pada bulan Ramadhan 2014 tersebut.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah bahan-bahan yang diunduh langsung dari internet secara sistematis melalui pencarian menggunakan situs Google dan Yahoo tanpa ada unsur SARA.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan metode dokumentasi, yakni mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel

²⁹*Ibid*, Hlm. 204.

yaitu berupa file Video iklan Rokok Djarum Super. Tujuan dari menggunakan metode dokumentasi ini adalah untuk mempermudah dalam memperoleh data secara jelas dan detail mengenai inti dari judul yang peneliti lakukan, agar dalam penggalian informasi menjadi lebih jelas dan terstruktur.

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang menganalisa dan menafsirkan data-data yang diperoleh melalui kata-kata. Dengan menggunakan metode analisis data yang mengkaji tanda-tanda pada adegan di iklan rokok Djarum Super analisis yang digunakan peneliti ialah analisis semiotika dari Roland Barthes.

Model analisis semiotik yang digunakan Barthes adalah membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatiannya lebih tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap. Semiotika Barthes ini memisahkan antara denotasi dan konotasi sehingga akan muncul makna yang mendalam lagi dalam sebuah tanda. Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (Petanda) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari

kebudayaannya.³⁰ Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkan.³¹ Pada tahap pertama, *signifier* atau penanda digunakan untuk menjelaskan bentuk atau ekspresi dari sebuah tanda, sedangkan *signified* atau petanda adalah untuk menjelaskan konsep atau makna dari sebuah tanda.³² Guna mempermudah dalam pembahasan maka pada penelitian ini menyertakan tabel pembahasan, sebagai berikut:

DENOTASI	KONOTASI	MAKNA
Narasi atau dialog maupun pendeskripsian gambar dialog adegan yang mengindikasikan adanya sikap etos kejadian tiga teknik penggambaran dramatik tokoh Topan	Interpretasi peneliti dengan cara menjelaskan maksud dari narasi atau dialog maupun gambar adegan dari tokoh Topan	Penyebutan atau penamaan sikap. Yaitu termasuk kedalam jenisetos kejadian tiga teknik penggambaran dramatik seperti apakah adegan yang akan diteliti

Pada kerangka Barthes ini, konotasi identik dengan operasi ideologi atau yang disebut mitos. Mitos adalah rujukan bersifat *cultural* atau bersumber dari kebudayaan yang ada yang digunakan untuk menjelaskan gejala atau realitas yang di tunjuk dengan lambang-lambang. Penjelasannya berasal dari konotasi, dengan kata lain mitos berfungsi sebagai deformasi dari lambang yang kemudian menghadirkan makna-makna tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai

³⁰Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), Hlm. 128.

³¹Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Lkis, 2007), Hlm. 164.

³²Alex Sobur, "Semiotika Komunikasi", Hlm.46.

sejarah dan budaya masyarakat.³³ Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya, atau mitos adalah sistem pemaknaan tataran kedua. Didalam mitos, sebuah petanda bisa saja memiliki beberapa buah penanda.³⁴

Tanda-tanda yang diteliti seputar adegan-adegan yang mengidentifikasi adanya representasi sabar yang ditampilkan oleh tokoh utama dalam iklan tersebut. Semiotika Barthes dipilih penulis karena efektif untuk dapat membongkar makna dibalik representasi sabar kerjapada iklan rokok Djarum Super. Adapun langkah-langkah analisis yang akan penulis lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat *scene* yang mengandung representasi sabar dan teknik penggambaran dramatik.
- b. Setelah semua data terkumpul berdasarkan unit analisisnya, selanjutnya mengelompokan data dalam klasifikasi representasi sabar dan teknik penggambaran dramatik.
- c. Kemudian menganalisis menggunakan semiotika Roland Barthes dengan kajian denotasi dan konotasi.
- d. Selanjutnya membuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Maka data yang disajikan adalah berupa deskriptif yang disajikan dalam bentuk kalimat.

³³Pawito, "Penelitian Komunikasi Kualitatif", Hlm. 164

³⁴Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), Hlm.71.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini di uraikan sebagai berikut :

BAB I. Membahas tentang gambaran keseluruhan penelitian yang akan dilakukan serta pokok-pokok permasalahan yaitu pendahuluan yang meliputi: penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka kerangka teoritik, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II. Memuat tentang gambaran umum iklan Rokok Djarum Super yaitu: pertama, tentang Djarum Super, iklan Djarum , iklan Djarum Super yang tayang pada bulan ramadhan dan sinopsis iklan rokok Djarum Super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014.

BAB III. merupakan bagian yang sangat penting yaitu pesan sabar yang di sampaikan djarum super yang tayang pada bulan ramadhan 2014, terdiri dari beberapa sub bab yaitu: pertama, deskripsi iklan Djarum Super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014, pesan sabar dalam iklan djarum super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014, analisis scene dalam iklan djarum super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014, analisis semiotika pesan sabar dalam iklan Djarum Super pada bulan Ramadhan 2014.

BAB IV. Merupakan hal penutup yang terdiri dari berbagai sub bab. pertama, berisi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan mengenai peesan sedekah dalam iklan (representasi sabar dalam iklan Rokok Djarum Super yang tayang pada bulan Ramadhan 2014 analisis semiotik

Rolland Barthes), kedua, berisi saran dan kritik yang perlu disampaikan yang tentunya relevan dengan tema penelitian dan terakhir penutup.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka kesimpulan dari peneliti “Representasi Sabar Dalam Iklan Rokok Djarum Super Ditelevisi Yang Tayang Pada Bulan Ramadhan 2014 (Analisis Semiotik Rolland Barthes)”.

1. Sabar dalam melaksanakan ketaatan ari Allah SWT.

Yang dimaksud dengan ketaatan Allah SWT makna denotasinya adalah, menghimbau agar benar-benar beriman dan selalu taat kepada Allah SWT merupakan bentuk kesediaan tokoh utama untuk menjalankan perintah dan menjauhi larangan-Nya. Dengan keimanan dan ketaatan kepada Allah, dia selalu menjalankan perintah Allah. Setiap muslim yang ikhlas dalam beribadah senantiasa mengedepankan kepatuhan dan ketaatan kepada Allah dalam kondisi apaun. Walaupun ketaatannya kadang-kadang bertentangan dengan nafsu atau keinginan yang ada pada dirinya. Dan kondisi seperti ini menjadi ujian keimanan tokoh utama, apakah tetap istiqamah atau kemudian lengah dari ketaatan kepada Allah SWT.⁴⁴

⁴⁴ Taufiq, Ahmad & Muhammad Rohmadi. “*Pendidikan Agama Islam: Pendidikan karakter Berbasis Agama Islam*”. (Surakarta: Yuma Pustaka. 2011). hlm.43

2. Sabar terhadap ujian hidup dari Allah

Yang dimaksud sabar terhadap ujian hidup dari Allah makna denotasinya adalah, ujian dan cobaan di dunia merupakan sebuah keharusan, siapa pun tidak bisa terlepas darinya. Dan hal itu jugalah yang menimpa kehidupan tokoh utama. Kesabaran dalam menghadapi ujian dan cobaan merupakan tanda kebenaran dan kejujuran iman tokoh utama kepada Allah SWT. Sesungguhnya ujian dan cobaan yang datang bertubi-tubi menerpa hidupnya merupakan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah *Azza Wa Jalla*, tidak satu pun diantaranya mampu menghalau ketentuan tersebut.

Keimanan, keyakinan, tawakal dan kesabaran yang kokoh amatlah sangat dibutuhkan olehnya, dalam menghadapi badai cobaan yang menerpa. Sehingga tidak menjadikan dirinya berburuk sangka kepada Allah SWT terhadap segala ketentuan-Nya. Oleh karena itu, dalam keadaan apaun, kita sebagai hamba yang beriman kepada Allah SWT harus senantiasa berbaik sangka kepada Allah. Dan haruslah diyakini bahwa idaklah Allah menurunkan berbagai musibah melainkan sebagai ujian atas keimanan yang kita miliki.

Rasulullah SAW bersabda:

“tidaklah seorang muslim menderita karena kesedihan, keduakaan, kesusahan, kepayahan, penyakit, dan gangguan duri yang menusuk tubuhnya kecuali dengan itu Allah mengampuni dosa-dosanya” (HR Bukhari)

Dalam Al-Qur’an disebutkan:

Kamu sungguh-sungguh akan diuji terhadap hartamu dan dirimu. dan (juga) kamu sungguh-sungguh akan mendengar dari orang-orang yang diberi kitab sebelum kamu dan dari orang-orang yang mempersekutukan Allah, gangguan yang banyak menyakiti hati. jika kamu bersabardan bertakwa, Maka Sesungguhnya yang demikian itu termasuk urusan yang patut diutamakan.(Q.S. Ali-Imran : 186)⁴⁵

3. Sabar terhadap perlakuan yang tidak baik dari orang lain.

Yang dimaksud sabar terhadap perlakuan yang tidak baik dari orang lain makna denotasinya adalah, banyak hal yang tokoh utama temui di sekitarnya orang yang memiliki perilaku yang kurang menyenangkan, seperti dijalan mendapat cipratan air dari mobil yang menyalip motor tikih utama dengan sengaja, pencurian bekal buka puasanya dan perilaku tidak terpuji lainnya. Hal ini yang menyedihkan adalah ketika itu dilakukan oleh orang-orang yang sama.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *AL HIDAYAH AL Qur’an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*, (Banten: P.T. Kalim, 2010), Hlm.75

Sesungguhnya orang-orang seperti ini adalah orang-orang yang mengajarkan kepada tokoh utama untuk bersikap sabar, ikhlas dan bijak dalam memaklumi segala kelebihan dan kekurangan orang lain. Allah ingin agar ia bertemu dulu dengan orang berbagai karakter yang tidak menyenangkan sebelum pada akhirnya dia bertemu oleh orang-orang yang menyenangkan sehingga tokoh utama lebih bersyukur dengan segala karunia-Nya atas anugrah yang paling berharga dalam hidup ini. Seseorang mampu yang mampu mengawal nafsu ketika marahnya memuncak, dan mampu menahan dirinya ketika mendapat hinaan maka orang seperti inilah yang diharapkan menghasilkan kebaikan dan kebajikan bagi dirinya maupun masyarakat. Dalam Al-Qur'an disebutkan:

Dan bersabarlah terhadap apa yang mereka ucapkan dan jauhilah mereka dengan cara yang baik. (O.S. Al-Muzammil : 10).⁴⁶

B. Saran-Saran

1. Untuk pembuat iklan di Indonesia

Agar dapat menghasilkan iklan yang tidak hanya bisa mengejar sisi komersial belaka, tetapi bisa menghasilkan iklan yang menghibur dan bermanfaat bagi masyarakat, oleh karena itu kini sudah saatnya bagi

⁴⁶ Ibid, hlm, 575

para pembuat iklan untuk menjadi wahana bagi pembahas dan pengaktualisasi kondisi nyata agar mampu menghasilkan nilai-nilai ideal yang seakan kini telah luntur atau hilang dari bangsa Indonesia.

2. Untuk iklan “Djarum Super Yang Tayang Ditelevisi Pada Bulan Ramadhan 2014”

Membuat produksi iklan yang bisa diterima oleh masyarakat luas memang tidak mudah, akan tetapi iklan ini mampu menyampaikan pesan moral dan kritik sosialnya dengan halus. Dalam iklan ini banyak pesan agama yang bisa diambil. Banyak hal yang harus diperhatikan saat membuat iklan, terutama unsur-unsurnya. Terkait hal tersebut saran peneliti adalah untuk selalu memperhatikan unsur-unsir tersebut agar lebih menarik dan pesan yang terkandung dalam iklan pun lebih mudah dipahami masyarakat luas.

3. Untuk Pembaca dan Masyarakat Umum

Sebagai masyarakat diharapkan bisa dan mampu untuk memahami pesan-pesan yang terkandung dalam sebuah film. Selain itu diharap juga bisa memberi nilai mana iklan yang layak bisa di tonton dan yang baik. Baik atau tidaknya iklan tersebut bisa diukur dari siapakan tokoh dalam iklan tersebut dan apakah ikaln tersebut sering tayang pada televisi, akan tetapi iklan ikaln tersebut sudah mencangkup aspek yang berpengaruh terhadap iklan. Maka dari itu penikmat dunia periklanan demua itu harus diperhatikan.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, inayah dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan melalui beberapa kendala, namun peneliti sangat bersyukur semua dapat dilalui dengan pertolongan Allah melalui orang-orang yang setia dalam membantu dan memberikan dukungan, semangat serta kontribusi pikiran pada penulis. Akhirnya saran dan kritik yang membangun selalu berkembang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Rujukan Dari Buku

- Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010).
- Ibnu Athajilah, *Mempertajam Mata Hati*, (Lamongan :, 1990).
- Liwiweri Alo, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1992).
- Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003).
- Muhamad Yunus, *Kamus Arab-Indonesia, cetakan ke-7* (jakarta: yayasan penerjemah/penafsiran Al-Qur'an, 1973).
- Grame Burton, *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi*,(Yogyakarta:jalasurta, 2007).
- Ahmad Mustofa Al-Malaghi, *Tafsir Al-maraghi*.
- Muhammad Thobroni, *Mukjizat Sabar*, (Yogyakarta: Pustaka Albana, 2012).
- Ahmad Yani, *Be Excellent Menjadi Pribadi Terpuji*,(Jakarta: Al-Qalam, 2007).
- Departemen Agama RI, *AL HIDAYAH Al-Quran Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*, (Banten : P.T Kalim, 2010).
- Imam Al-Ghazali,*Terapi sabar dan Syukur*, (Jakarta: Khatulistiwa Pres, 2013).
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka: Jakarta, 1990).
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta: Balai Pustaka, 2003).
- Burhan Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Sastra*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007).
- Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Lkis, 2007).

Taufiq, Ahmad & Muhammad Rohmadi. “*Pendidikan Agama Islam: Pendidikan karakter Berbasis Agama Islam*”. (Surakarta: Yuma Pustaka. 2011).

Rujukan Dari Penelitian

Rosyid Rochman Nur Hakim, *Skripsi Representasi Ikhlas Dalam Film “Emak Ingin Naik Haji” (Analisis Semiotik Terhadap Tokoh Emak)* skripsi yang diajukan kepada Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negri Uin Sunan Kalijaga, 2012.

Adhi Karya Nugraha, *Pesan Moral Dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Badan Narkotika Nasional Versi Keluarga Banteng Utama Cegah Penyalah Gunaan Narkoba Di SCTV)* skripsi ini diajukan kepada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Islam Negri Uin Sunan Kalijaga, 2007.

Khanifudin *Skripsi Analisa Semiotik Aqidah Islam Dalam Penokohan Film “My Name Is Khan”*, skripsi yang diajukan kepada Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negri Uin Sunan Kalijaga, 2013.

Rujukan Dari Internet

[Harapansatria.Sabar-dalam-ketaatan.html](http://harapan.blogspot.com/2009/08/sabar-dalam-ketaatan.html)<http://harapan.blogspot.com/2009/08/sabar-dalam-ketaatan.html>. diakses pada tanggal 10 maret.pukul 13.00

<http://tukangblog.blogspot.com/2011/04/profil-ptdjarum.html> diakses pada tanggal 10 Maret. pukul 20.00

<http://www.djarum.com/>. diakses pada tanggal 10 Maret. pukul 20.30

[http://tafsir Al Quran 2 wordpress.com/2012/11/25/2-184/](http://tafsirAlQuran2.wordpress.com/2012/11/25/2-184/). Diakes Pada Tanggal 11 Maret, Pukul 19.00.

[www.tafsir.web.id/2013/03/tafsir-yunus-ayat-87-97.html?m= 1](http://www.tafsir.web.id/2013/03/tafsir-yunus-ayat-87-97.html?m=1) Diakses Pada tanggal 11 Maret Pukul 20.00.

[http://tafsir Al Quran2.wordpress.com/2012/11/26/2-2014/](http://tafsirAlQuran2.wordpress.com/2012/11/26/2-2014/) Diakses Pada Tanggal 11 Maret Pukul 21.00.

http://Al_Qur'an_Mulia.wordpress.com/2015/04/06/tafsir-ibnu-surat-al-Baqarah-Ayat-155-157/ Diakses Pada Tanggal 12 Maret Pukul 21.20.

http://Al_Qur'an_dan_terjemahan.wordpress.com/2010/08/24/surat-Thaha-dan-terjemahan/ Diakses Pada Tanggal 13 maret Pukul 14.00.

