



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**REPRESENTASI BIRRUL WALIDAIN DALAM
IKLAN PERTAMINA “RENOVASI RUMAH”
EDISI LEBARAN 2017
(Semiotika Charles Sanders Peirce)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh

**Fahmi Nur Auliya
NIM. B91216057**

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya 2020

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahmi Nur Auliya
NIM : B91216057
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Representasi Birrul Walidain dalam Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” Edisi Lebaran 2017 (Semiotika Charles Sanders Peirce) adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 26 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



Fahmi Nur Auliya
NIM. B91216057

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Fahmi Nur Auliya
NIM : B91216057
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Representasi Birrul Walidain dalam Iklan
Pertamina Renovasi Rumah Edisi Lebaran 2017
(Semiotika Charles Sanders Pierce)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 26 Februari 2020
Menyetujui Pembimbing,



Tias Satria Adhitama, S.Sos.I, MA
NIP. 197805092006041004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

REPRESENTASI BIRRUL WALIDAIN DALAM IKLAN
PERTAMINA “RENOVASI RUMAH” EDISI LEBARAN
2017 (Semiotika Charles Sanders Peirce)

SKRIPSI

Disusun Oleh
Fahmi Nur Auliya
B91216057

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 11 Maret 2020
Tim Penguji

Penguji I



Tias Satria Adhilama, MA
NIP. 197805092006041004

Penguji II



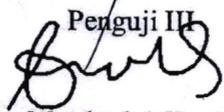
Lukman Hakim, S.Ag, M. Si, MA.
NIP.197308212005011004

Penguji III



Dr. H. Abdullah Sattar, M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

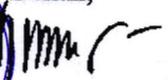
Penguji III



Drs. Masduqi Affandi, M. Pd. I
NIP. 195701211990031001

Surabaya, 11 Maret 2020

Dekan,



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FAHMI NUR AULIYA
NIM : B91216057
Fakultas/Jurusan : FDK/KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
E-mail address : nurauliyafahmi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

REPRESENTASI BIRRUL WALIDAIN DALAM IKLAN PERTAMINA “RENOVASI

RUMAH” EDISI LEBARAN 2017 (SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juli 2020

Penulis

(Fahmi Nur Auliya)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Fahmi Nur Auliya, B91216057, 2020. Representasi *Birrul Walidain* dalam Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” Edisi Lebaran 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi *birrul walidain* dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” edisi lebaran 2017. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut secara mendalam, peneliti menggunakan metode analisis teks media dengan pendekatan paradigma kritis semiotik model Charles Sanders Peirce berdasarkan *triangle meaning semiotic* (*sign, object, dan interpretant*).

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa representasi *birrul walidain* dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” adalah berupa kewajiban-kewajiban yang harus ditunaikan anak kepada orang tuanya, diantaranya: menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua, selalu bertutur kata dengan sopan dan lemah lembut, taat dan patuh pada perintah dan nasihat kedua orang tua, bermusyawarah apabila mengendaki suatu keinginan, menjaga kehormatan dan nama baik keduanya, serta mengingatkan akan pentingnya ridho kedua orang tua.

Berdasarkan hasil penelitian ini, rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan kajian yang berfokus pada aspek-aspek komunikasi lainnya seperti respon audiens, proses produksi, strategi iklan, dan lain-lain.

Kata kunci: Representasi, *Birrul Walidain*, Semiotika

ABSTRACT

Fahmi Nur Auliya, B91216057, 2020. Representation of *Birrul Walidain* in Pertamina's Advertisement "House Renovation" 2017 Lebaran Edition

This study aims to analyze the *birrul walidain's* representation in the 2017 *lebaran* edition of Pertamina's "House Renovation" advertisement. To identify these problems in depth, the researches applied a media text analysis method with the critical semiotic paradigm approach of the Charles Sanders Peirce model based on triangle meaning semiotic (sign, object, and interpretant).

The result of this study found that the representation of *birrul walidain* in Pertamina's advertisement "Renovation of the House" is depicted through the form of children obligations to their parents, including: establishing good communication with parents, speaking politely and gently, obeying the parents commands and advice, consulting about their desire, maintaining the honor and good name of the parents, and reminding the importance of the parents blessing.

Based on the results of this study, there are some research recommendations that could be considered for further researches such as, conducting studies that focus on other aspects of communication like audience response, production processes, advertising strategies, and others.

Keyword: Representation, *Birrul Walidain*, Semiotics

المستخلص

فهمني نور أولياء، ب91216057، 2020. تصوير بر الوالدين
في إعلان برتامينا "تجديد البيت" قسم العيد 2017

يهدف هذا البحث إلى معرفة تصوير بر الوالدين في إعلان
برتامينا "تجديد البيت" قسم العيد 2017. يستخدم الباحث
منهجية تحليل النص الإعلامي لفحص المشكلة بمدخل النموذج
السيمياي النقدي تشارليس سانديرس بيرس تبعاً لتثليث المعاني
السيميايية (الإشارة، الموضوع، الدلالة).

توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن تمثيل بر الوالدين في إعلان
برتامينا "تجديد البيت" هو في شكل التزامات يجب على
الأطفال الوفاء بها لوالديهم، بما في ذلك: إقامة تواصل جيد مع
الوالدين، والتحدث دائماً بأدب ورفق بطاعة وطاعة. طاعة
أوامر ونصيحة كلا الوالدين، والتشاور عندما يرغبون في
الرغبة، والحفاظ على الشرف والاسم والجيد لكليهما، وتذكير
بأهمية نعمة كلا الوالدين

انطلاقاً من هذه النتيجة، يقترح الباحث بأن يتعمق الباحثون
المستقبلون في المحاور الاتصالية الأخرى مثل ردود الجمهور،
عملية الإنتاج، إستراتيجية إعلان، وما إلى ذلك.

الكلمات الرئيسية: التصوير، بر الوالدين، السيميايية

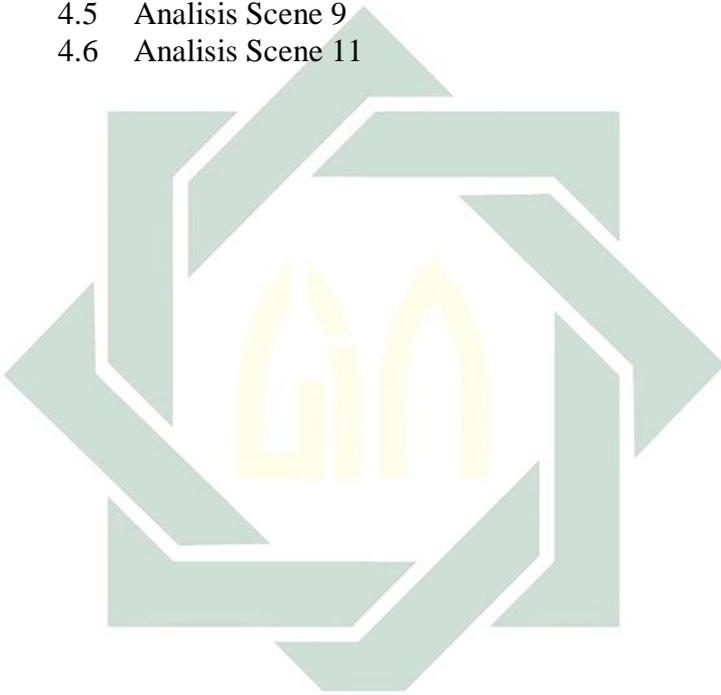
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Manfaat	7
E. Definisi Konsep	8
1. Representasi Birrul Walidain	8
2. Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”	9
3. Semiotika Charles Sanders Peirce	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Kajian Teori	15
1. Representasi	15
a. Pengertian Representasi	15
b. Proses terjadinya Representasi	18
c. Macam-macam Pendekatan Representasi	20
2. Birrul Walidain	20
a. Pengertian Birrul Walidain	20
b. Kedudukan Birrul Walidain dalam Islam	22
c. Cara Berbakti Kepada Kedua Orang Tua (Birrul Walidain)	23
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	29

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Unit Analisis	35
C. Jenis dan Sumber Data	36
D. Tahap-tahap Penelitian	37
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	43
1. Profil PT Pertamina (Persero)	43
2. Visi, Misi, dan Tata Nilai PT. Pertamina	45
3. Profil Iklan Pertamina Renoasi Rumah	47
4. Sinopsis Iklan Pertamina Renovasi Rumah	50
5. Naskah Iklan Pertamina Renovasi Rumah	51
B. Penyajian Data	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	72
D. Konfirmasi Temuan dengan Teori	82
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	87
B. Rekomendasi	88
C. Keterbatasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

4.1	Naskah Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”	71
4.2	Analisis Scene 2	61
4.3	Analisis Scene 5	64
4.4	Analisis Scene 8	66
4.5	Analisis Scene 9	68
4.6	Analisis Scene 11	70



DAFTAR GAMBAR

2.1	Gambar Segitiga Makna Charles Sanders Peirce	35
4.1	Gambar Tokoh Haikal	48
4.2	Gambar Tokoh Pak Totot	48
4.3	Gambar Tokoh Ibu Haikal	49
4.4	Gambar Teman-teman Haikal	49
4.5	Gambar Pada Scene 2	61
4.6	Gambar Pada Scene 2	61
4.7	Gambar Pada Scene 2	61
4.8	Gambar Pada Scene 2	61
4.9	Gambar Pada Scene 5	64
4.10	Gambar Pada Scene 5	64
4.11	Gambar Pada Scene 8	66
4.12	Gambar Pada Scene 8	66
4.13	Gambar Pada Scene 8	66
4.14	Gambar Pada Scene 8	66
4.15	Gambar Pada Scene 9	68
4.16	Gambar Pada Scene 9	68
4.17	Gambar Pada Scene 9	68
4.18	Gambar Pada Scene 11	70
4.19	Gambar Pada Scene 11	70
4.20	Gambar Pada Scene 11	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Arus perkembangan zaman yang kian pesat mendorong kemajuan teknologi komunikasi yang tidak terbendung. Semakin pesatnya pertumbuhan teknologi komunikasi berlangsung dari masa ke masa, memberikan dampak yang besar terhadap pola komunikasi manusia. Keberadaan komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan, dan kebutuhan tiap individu terhadap lingkungannya. Komunikasi telah membentuk dan memperluas pikiran seseorang dengan membangun ruang-ruang yang menggambarkan eksistensi diri dalam menyikapi perilaku dan kehendak dari orang-orang di sekitarnya.²

Salah satu unsur komunikasi yang memiliki peranan penting adalah media. Peran media adalah sebagai kanal akses penyalur pesan dalam suatu kegiatan komunikasi. Media komunikasi telah ada bersama dengan adanya peradaban manusia itu sendiri, dari manusia mengenali tanda atau simbol untuk berkomunikasi hingga ditemukannya tulisan yang dikenal seperti sekarang ini. Bersama hal tersebut, media komunikasi terus melakukan inovasi sampai dengan teknologi digital saat ini.³

Media komunikasi erat hubungannya dengan teknologi komunikasi. Media komunikasi sebagai kanal akses dalam menyalurkan pesan, sedangkan teknologi komunikasi adalah sarana teknis bagi media

² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 46.

³ *Ibid.*, h. 22.

komunikasi. Media komunikasi pada tingkatan tertentu memerlukan teknologi, baik berbasis elektronik maupun non elektronik atau tidak menggunakan mesin.⁴

Sedangkan perkembangan media massa khususnya di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir sangat menakjubkan. Data pada 10 tahun terakhir saja di bidang pertelevisian selain TVRI setidaknya ada 11 jaringan televisi swasta nasional yang mengudara, diantaranya: RCTI, TPI yang kemudian berubah menjadi MNCTV, SCTV, Indosiar, ANTV, Metro TV, Global TV, Trans 7, Trans TV, TV One dan Kompas TV.⁵

Sebagai media audio visual yang mampu menggambarkan keadaan secara lebih jelas, televisi memiliki jumlah penikmat yang cukup besar. Dilansir dari databoks.co.id, bagi masyarakat Indonesia, televisi masih menjadi media utama yang digemari. Hal ini terlihat dari survey Nielson Consumer Media View atau CMV yang melihat bahwa penetrasi televisi mencapai 96%.⁶

Saat ini, hampir semua stasiun televisi baik nasional maupun internasional memiliki jam siar 24 jam tanpa berhenti. Adanya berbagai peralatan komunikasi yang canggih, kini tak ada satu pun wilayah yang tidak dapat diakses melalui media ini. Alat tersebut mampu merubah dunia menjadi dusun yang besar (*global village*). Daya tarik televisi hingga kini belum ada yang menandinginya demikian juga pengaruhnya.⁷

⁴ Yusuf Amrozi. *Dakwah Media dan Teknologi*. (Surabaya: UINSA Press, 2014), 21.

⁵ *Ibid.*, h. 24

⁶ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi> diakses pada 25 September 2019 pukul 20:43 WIB.

⁷ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), 425.

Fungsi televisi di antaranya adalah untuk memberikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi penontonnya. Hal tersebut diwujudkan dengan menghadirkan berbagai macam program siaran, baik program berita maupun non berita seperti drama, *game show*, musik, ataupun *reality show*. Media televisi juga kerap kali menampilkan berbagai tayangan iklan pada pergantian program acara, atau di sela-sela suatu program.

Televisi sebagai media massa dengan jangkauan khalayak luas banyak dimanfaatkan oleh para pengiklan dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat global. Iklan sendiri yakni kegiatan dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak luas oleh sejumlah orang atau institusi tertentu dan bukan perorangan. Well Burnett, dan Mortarty menjelaskan bahwa “Iklan merupakan bentuk komunikasi berbayar oleh bukan perorangan, melainkan dari sponsor dengan memanfaatkan media massa sebagai perantara dalam menggait atau mempengaruhi publik.

Iklan menjadi salah satu bagian dari media massa yang memiliki pengaruh sebagaimana teks media massa.⁸ Iklan merupakan wujud kontruksi dari realitas sosial. Dalam proses pembuatan pesannya, media akan melakukan pemilihan dan manipulasi secara tertentu sebagaimana harapan dan kepercayaan atau ideologi dari media itu sendiri pada beberapa pesan yang disalurkan, baik dalam bentuk gambar, suara, tulisan, ataupun simbol-simbol lain.⁹

⁸ Indiwani Seto Wahyu Wibowo. *Semiotika Komunikasi, Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013), 151.

⁹ Ibid. hlm. 152.

Pada proses pengkontruksian pesan, tak jarang iklan yang di tampilkan di media massa diolah sedemikian rupa membentuk suatu pesan yang mengandung nilai moral bahkan juga nilai-nilai Islami. Pengemasan iklan tersebut dilakukan untuk menunjukkan citra baik perusahaan sekaligus mempengaruhi minat konsumen agar membeli atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang diiklakan. Karenanya, pembuatan iklan banyak mengangkat realitas sosial yang ada di lingkungan setempat.

Momen Ramadhan dan hari raya Idul Fitri merupakan salah satu momen yang banyak dimanfaatkan oleh para perusahaan dan pengiklan dalam menarik simpatik dari khalayak. Terlebih melihat latar belakang negara Indonesia dengan mayoritas penduduknya yang beragama Islam. Dari sinilah, peneliti tertarik untuk mengkaji iklan dengan menggunakan momen lebaran.

Iklan-iklan yang ditayangkan dalam momen Ramadhan dan Idul Fitri sangat beragam. Mulai dari iklan makanan dan minuman seperti sirup, larutan penyegar, minuman isotonik, biskuit, mie instan, dan sebagainya. Terdapat pula iklan pencuci mulut dan pasta gigi, iklan obat-obatan seperti iklan obat sakit maag, hingga iklan-iklan pakaian seperti sarung dan lain sebagainya.

Berbagai iklan yang di tayangkan pada momen Ramadhan dan Idul Fitri tersebut memiliki keunikan masing-masing. Selain mengajak untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan, iklan biasanya juga memiliki pesan-pesan tersendiri yang hendak disampaikan pada khalayak. Namun dalam hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti iklan Pertamina “Renovasi Rumah”. Berbeda dengan iklan-iklan yang ditayangkan melalui media televisi pada umumnya, iklan Pertamina “Renovasi Rumah” lebih bersifat mendorong

kesadaran khalayak melalui pesan-pesan yang disampaikan dari pada menawarkan produk Pertamina sendiri.

Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” dipublikan sejak tahun 2017 melalui media televisi dan dapat disaksikan pula melalui youtube. Pada media youtube sendiri iklan Pertamina “Renovasi Rumah” telah ditonton lebih dari 44.000 kali melalui channel youtube IKLANESIA HD, dan lebih dari 18.000 kali ditonton pada akun youtube resmi Pertamina dengan berbagai komentar positif di dalamnya. Meski telah dipublikasikan sejak lama, namun pesan-pesan dalam iklan akan tetap diperlukan dan dapat menjadi teladan sendiri bagi khalayak luas, khususnya berkaitan dengan pesan akhlak *birrul walidain* yang ditampilkan dalam iklan.

Iklan Pertamina tersebut juga mengangkat realitas masyarakat Indonesia di musim lebaran atau hari raya Idul Fitri di mana banyak dari orang-orang yang memilih pulang ke kampung halaman untuk berkumpul bersama keluarga. Pada hari raya Idul Fitri juga terdapat suatu tradisi silaturahmi, yakni berkunjung kepada sanak, saudara, maupun sahabat dan saling bermaaf-maafan untuk menjaga tali kebersamaan.

Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” menggambarkan akhlak islami yang patut diteladani, yakni suatu tindakan yang mengarah pada *birrul walidain* atau berbakti kepada kedua orang tua. Sikap berbakti kepada kedua orang tua merupakan tindakan yang sudah sepatutnya dilakukan oleh seorang anak kepada orang tuanya yang telah merawat, menyayangi, dan mendidiknya sejak kecil.

Orang tua memiliki hak-hak yang harus ditunaikan oleh seorang anak. Hal ini sebagaimana

dalam tayangan iklan Pertamina. Komunikasi yang baik antara anak dan orang tua harus tetap terjalin meskipun keduanya terpaut oleh jarak yang jauh. Anak harus sering-sering mengunjungi orang tuanya terlebih ketika Ramadhan dan Idul Fitri.

Etika berbicara kepada orang tua juga menjadi sorotan. Anak yang berbakti adalah anak yang bertutur kata dengan lemah lembut dan merendahkan suaranya di hadapan orang tua. Anak yang berbakti juga merupakan anak yang taat dan patuh pada keduanya. Selain itu anak sudah seharusnya menjunjung tinggi derajat orang tuanya dengan memperbaiki dirinya sebagai cerminan dari didikan dan jeri payah orang tua dalam membesarkan anak.

Melihat berbagai latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam berkenaan dengan pesan akhlak yang direpresentasikan dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” melalui scene, pemilihan kata, mimik muka, dan sebagainya, untuk menggali *birrul walidain* yang dimaksudkan dalam iklan.

A. RUMUSAN MASALAH

Berdasar pada latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan, maka diperoleh rumusan masalah:

“Bagaimana representasi *birrul walidain* dalam iklan Pertamina ‘Renovasi Rumah’ edisi lebaran 2017 ?”

B. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah “untuk mengetahui bagaimana representasi *birrul walidain* dalam iklan Pertamina ‘Renovasi Rumah’ edisi lebaran 2017”

C. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber keilmuan dan pengetahuan serta sebagai bentuk realisasi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang dakwah dan komunikasi
- b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat memperkaya literatur dakwah Islam serta menjadi sumber rujukan tersendiri bagi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam kaitannya dengan representasi *birrul walidain*.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharap dapat melahirkan ide-ide baru dalam penyampaian pesan bernilai dakwah, serta dapat menjadi masukan ataupun rujukan bagi penelitian-penelitian mendatang dengan permasalahan serupa.

D. DEFINISI KONSEP

1. Representasi Birrul Walidain

Representasi adalah salah satu cara untuk memproduksi makna. Secara semantik representasi didefinisikan sebagai suatu tanda “*a sign*” untuk suatu hal yang berbeda dengan kenyataan yang direpresentasikan akan tetapi dikaitkan dan didasarkan pada realitas tersebut.¹⁰

Marcel Danesi memaknai representasi sebagai suatu langkah dalam perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik. Danesi juga memberikan contoh representasi dengan bentuk konstruksi yang dapat menggambarkan suatu bentuk pada suatu materil berkenaan dengan konsep tentang Y¹¹

Dalam semiotika, langkah dalam pemaknaan pengetahuan, gagasan, atau pesan secara fisik tersebut disebut dengan representasi. Dengan demikian, representasi dapat diartikan sebagai tanda yang digunakan untuk menunjukkan ulang sesuatu yang diindra, dibayangkan, dicerna atau dihayati dalam bentuk fisik.

Sedangkan *birrul walidain* (berbakti) kepada orang tua yaitu berbuat ihsan atau berbuat baik kepada keduanya dengan cara melakukan apa yang diwajibkan atas anak terhadap orang tua, baik secara moril maupun spiritual sebagaimana yang di ajarkan dalam Islam.¹² Hukum berbakti pada kedua orang tua adalah wajib, apabila tidak melaksanakan hal

¹⁰Nurul Hidayati. “Representasi Kecantikan dalam Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash Versi ‘Mine Mine Mine’ di Media Televisi”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, 43.

¹¹ Indiwan Seto Wahyu Wibowo, op. cit., hlm. 148.

¹² Umar Hasyim. *Anak Saleh*. (Surabaya: PT Bina Ilmu, t.t.), 14

tersebut maka anak akan mendapatkan dosa karena melanggar apa yang menjadi kewajibannya.¹³

Agama Islam sangat menekankan agar manusia menunaikan hak-hak atas orang tuanya.¹⁴ Ketika seorang anak mendapat perintah dari orang tuanya, hendaklah anak tersebut menyegerakan untuk melaksanakannya, kecuali perintah tersebut mengarah pada kemaksiatan. Rasulullah melarang manusia agar tidak menuruti perintah siapa saja yang di dalamnya terdapat ajakan untuk durhaka kepada Allah. Maka, ketika terdapat seseorang yang memerintahkan untuk melanggar perintah-Nya, maka perintah itu tidak boleh dituruti, sekalipun perintah tersebut datang dari orang tuanya sendiri.¹⁵

Representasi *birrul walidain* dalam penelitian ini dimaksudkan dengan bagaimana pesan-pesan akhlak berupa *birrul walidain* dikemas dalam tayangan iklan Pertamina “Renovasi Rumah”. Penelitian ini meletakkan perhatian utamanya pada pandangan produser atau *creator* dalam merepresentasikan *birrul walidain* dalam iklan yang didasarkan pada hal-hal yang menjadi kewajiban anak atas orang tuanya.

2. Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”

Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” merupakan Iklan yang ditayangkan melalui media televisi pada bulan Ramadhan dan Idul Fitri 1438H. Iklan berdurasi 2 menit 57 detik tersebut menceritakan

¹³ Umar Hasyim. Ibid, hlm. 1.

¹⁴ Maulana Mufti Ahmad Ibrahim Bemat. *Berbakt Kepada Orang Tua*. (Yogyakarta: Penebit Cahaya Muslimah, 2003), 18.

¹⁵Ibid. Hlm. 19-20

tentang seorang anak yang berkeinginan untuk merenovasi rumah orang tuanya di desa. Namun keinginan sang anak tidak mendapat persetujuan dari orang tuanya.

Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” menggambarkan fenomena dakwah yakni hubungan baik yang harusnya terjalin antara anak dengan orang tua, yakni berupa kewajiban-kewajiban yang harusnya ditunaikan oleh anak atas orang tuanya. Seperti memperbanyak berkunjung ke rumah orang tua, bertutur kata dengan lemah lembut dan merendahkan suara di hadapan orang tua, taat dan patuh kepada orang tua dan mendengarkan setiap nasihat-nasihatnya. Berbagai tindakan tersebut merupakan bagian dari sikap *birrul walidain*, yakni berbuat baik kepada orang tua dengan menunaikan apa yang menjadi hak-haknya.

Melihat pada fenomena di era modern ini, anak seringkali lalai dalam bersikap dan berperilaku di hadapan orang tua. Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” berupaya menampilkan tayangan iklan bernuansa religi pada momen lebaran dengan pesan-pesan akhlak di dalamnya, khususnya akhlak terhadap kedua orang tua

3. Semiotika Charles Sander Peirce

Secara bahasa, semiotika berasal dari bahasa Yunani *Semion* yang artinya tanda. Tanda tersebut diartikan sebagai sesuatu dengan landasan konvensi sosial yang telah dibangun dan dirasa dapat menggantikan hal lainnya. Sementara menurut istilah, semiotika diartikan sebagai ilmu yang

memahami serangkaian peristiwa, objek dan seluruh adat atau budaya menjadi suatu tanda.¹⁶

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama manusia.¹⁷

Semiotika mempunyai tiga bidang kajian utama¹⁸, yakni (1) Tanda itu sendiri. Hal ini meliputi kajian terkait berbagai tanda yang berbeda, bagaimana tanda-tanda yang berbeda tersebut menyampaikan makna, dan bagaimana tanda-tanda tersebut terkait dengan manusia sebagai penggunaannya. Tanda merupakan konstruksi manusia dan hanya dapat dimengerti oleh manusia yang menggunakannya. (2) Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Kajian ini meliputi cara pengembangan berbagai macam kode dalam rangka pemenuhan terhadap kebutuhan suatu masyarakat dan budaya atau dalam rangka eksploitasi terhadap saluran komunikasi yang tersedia untuk kemudian ditransmisikan, (3) Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya tergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

Sementara teori semiotika Peirce menjadi *Grand Theory* dalam semiotik. Gagasan Peirce bersifat deskriptif, struktural, dan komprehensif dari seluruh

¹⁶ Indiwan Seto Wahyu Wibowo. op. cit., hlm. 7.

¹⁷ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 15.

¹⁸ Jonh Fiske. *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. (Yogyakarta dan Bandung : Jalasutra, 2006), 60.

sistem penandaan. Peirce berupaya mengenalkan komponen medasar dari tanda yang kemudian komponen tersebut digabungkan kembali dalam struktur tunggal.¹⁹

Peirce mengatakan, tanda *is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*. Di samping itu, Peirce juga mengenalkan istilah *ground* sebagai suatu yang diperuntukkan supaya tanda dapat berjalan sebagaimana fungsinya. Akibatnya tanda harus berada pada hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. Berdasarkan hal inilah Peirce memebentuk pengklasifikasian tanda. Berkaitan dengan *ground*, tanda meliputi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. Sedang berdasar pada objeknya, Pierce mengklasifikasikan tanda meliputi *icon*, *index*, dan *symbol*. Kemudian dilihat dari *interpretant*, tanda, Peirce membagi tanda meliputi *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign*, dan *argument*.²⁰

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan gambaran mengenai garis besar keseluruhan isi dari penelitian sehingga dapat dipahami maksud dari karya penulisan. Adapun sistematika pembahasan tersebut meliputi:

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul yang berisi judul penelitian, lembar persetujuan pembimbing, pengesahan oleh tim penguji, motto dan

¹⁹Alex Sobur. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 97.

²⁰ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. op. cit., hlm. 42.

persembahan peneliti, pernyataan keaslian karya, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi.

2. Bagian Inti

Bagian inti meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan latar belakang dari penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, definisi konsep, dan tata urutan pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORETIK

Pada bab kajian teoretik ini akan dikaji teori-teori berkenaan dengan representasi, dan kajian tentang *birrul walidain* untuk mengupas lebih rinci terkait representasi *birrul walidain* yang terdapat dalam iklan yang akan diteliti

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan secara langsung terkait pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data serta teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

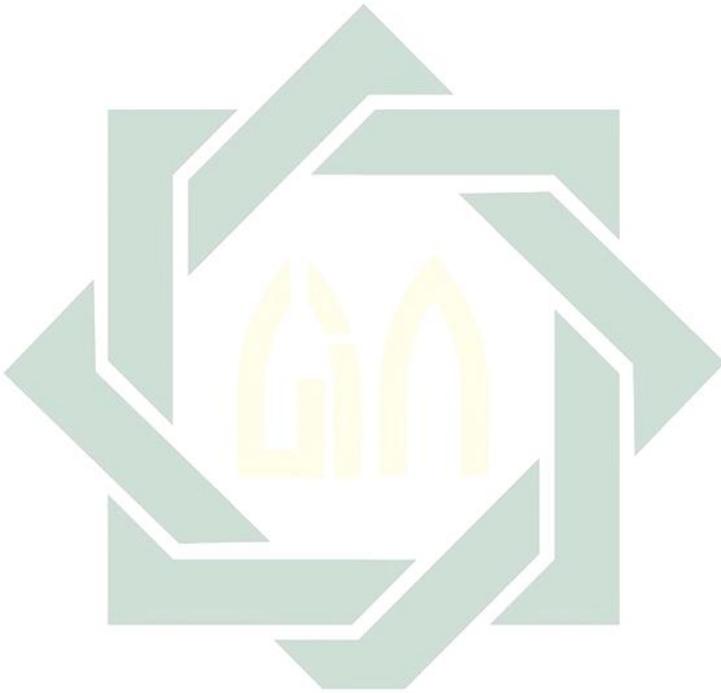
Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, penyajian data, dan analisis data, yakni meliputi temuan-temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori yang relevan dengan penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan yakni berupa jawaban langsung dari permasalahan, serta saran dan rekomendasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisikan daftar pustaka dan beberapa lampiran yang dirasa perlu untuk ditampilkan.



BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

1. Representasi

a. Pengertian Representasi

Konsep representasi seringkali dipergunakan dalam menunjukkan ekspresi hubungan antara teks media (termasuk iklan) dengan realitasnya. Representasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dimaknai sebagai perbuatan mewakili, keadaan diwakili, apa yang mewakili atau perwakilan.²¹ Representasi merupakan suatu proses dinamis, artinya akan terus mengalami perkembangan bersamaan dengan meningkatnya intelektualitas dan kebutuhan para penggunanya yakni manusia itu sendiri yang juga terus mengalami pergerakan dan perubahan.²²

Kata representasi merujuk pada deskripsi terhadap orang-orang yang membantu mendefinisikan kekhasan kelompok-kelompok tertentu. Kata representasi juga dapat merujuk pada sesuatu yang oleh institusi tertentu digambarkan (direpresentasikan). Kata tersebut bukan sebatas apa yang ditampilkan di luarnya saja, akan tetapi juga berkaitan pada makna-makna yang dihubungkan dengan penampilan yang dikonstruksi. Representasi mencakup pembuatan makna. Sesuatu yang direpresentasikan pada khalayak melalui media

²¹ <http://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada Selasa 17/12/2019 pukul 19.59 WIB

²² Indiwana Seto. Op. Cit., hlm. 123.

merupakan artian-artian tentang dunia dan cara memahaminya.

The Shorter Oxford English Dictionary memberikan dua pengertian terkait Representasi²³, yakni:

- 1) Merepresentasikan sesuatu berarti mendeskripsikannya, mewujudkan gambaran atau imaji pada benak kita, meletakkan kemiripan-kemiripan dari suatu objek dalam indra ataupun pikiran penggunanya.
- 2) Merepresentasikan sesuatu ialah memberi simbol, contoh dan menempatkan sesuatu, dan penggantian terhadap sesuatu.

Teori representasi dari Stuart Hall menjadi teori utama dalam penelitian ini. Hall berpendapat bahwa representasi harus dipahami dari peranan aktif manusia dalam memberi makna terhadap dunia. Hall menunjukkan bahwa suatu imaji akan memiliki arti yang berbeda dan tidak ada jaminan bahwa imaji akan berfungsi atau bekerja sebagaimana mereka dicipta atau dikreasi. Hall menyebutkan “representasi sebagai konstituitif”. Representasi tidak hadir sampai setelah selesai direpresentasikan, representasi juga tidak terjadi setelah sebuah kejadian. Representasi adalah konstituitif dari sebuah kejadian. Representasi adalah bagian dari objek itu sendiri, ia adalah konstituitif darinya.

Hall dalam bukunya *The Work of Representation*” *Representation: Cultural*

²³ <http://eprints.umm.ac.id/37002/3/jiptumpp-gdl-medialelyl-51432-3-babii.pdf> diakses pada minggu 29 Desember 2019 pukul 23:50 WIB

*Representation and Signifying Practices*²⁴ menyebutkan “*Representation means using language to say something meaningful about, or to represent, the world meaningfully, to other people.* Selain itu, Hall juga menjelaskan: “*representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between member of a culture.*”

Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang bermakna tentang, atau mewakili dunia secara bermakna kepada orang lain. Representasi adalah bagian penting dari proses dimana makna di produksi dan dipertukarkan antara anggota budaya.

Merepresentasikan sesuatu ialah menampilkan deskripsi atau imaji dari apa yang ada dalam pikiran atau benak seseorang (Hall, 1997). Proses pertama yang memungkinkan untuk memaknai dunia dengan mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antar sesuatu dengan peta konseptual dengan bahasa atau simbol yang berfungsi mempresentasikan konsep-konsep kita tentang sesuatu. Relasi antara “sesuatu”, “peta konseptual”, “bahasa”, dan “symbol” adalah jantung dari produksi makna lewat bahasa. Proses mempresentasikan adalah proses menentukan bentuk konkrit dari konsep ideologi yang abstrak, misalnya representasi perempuan, pekerja, cinta, keluarga, dan sebagainya.

²⁴ Stuart Hall. 1997. *The Work of Representation*” *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, (London: SAGE Publications, 1997), h.15.

Tim O’Sullivan dalam *Key Concept of Communication and Cultural Studies*²⁵ menyebutkan “*Representation is the social process of making sense within all available signifying systems: speech, writing, print, video, film, tape, and so on*”

Representasi adalah proses yang dilakukan dengan menggunakan pelbagai sistem yang mampu menampakan tanda seperti tulisan, cetakan, pidato, video, film, dan lain sebagainya. Representasi dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dalam upaya mewakili sesuatu ataupun hasil dari proses mewakili sesuatu tersebut.²⁶

b. Proses Terjadinya Representasi

Terjadinya representasi didasari pada beberapa proses sebagai berikut:²⁷

- 1) Realitas: Arti realitas secara bahasa tulis adalah dokumen, transkrip, wawancara, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi, seperti perilaku, penggunaan make up, gerak-gerik, pakaian yang dikenakan, dan juga ucapan.
- 2) Representasi: Representasi sebagai elemen tadi yang ditandakan secara teknis. Dalam hal ini, secara bahasa tulisan misalnya berupa

²⁵ O’Sullivan. *Key Concept of Communication and Cultural Studies*. (London: Routledge, 1994) h. 265.

²⁶Joane Priskila Kasakoy, “ *Jurnal e-komunikasi* (online), Vol. 4 No. 1 Tahun 2016, diakses pada 4 Januari 2020, pukul 15.05 WIB dari <https://media.neliti.com/media/publications/82771-ID-representasi-perempuan-dalam-film-star-w.pdf>

²⁷ Evita Nanda Karunia, Representasi Kesabaran Muslimah dalam Iklan Sunsilk Clean and Fresh Versi Risty Tagor. *Skripsi* Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, hlm. 21.

kata, kalimat, caption, proposisi, grafik, dan foto. Dalam TV misalnya berupa kamera, pengelolaan cahaya, musik, dan lain sebagainya. Elemen tersebut berupa transmisi ke dalam kode representasional yang dimasukkan, diantaranya bagaimana objek digambarkan berupa karakter, narasi, dialog dan *setting* serta lain-lainnya.

- 3) Ideologi: merupakan seluruh elemen yang dikelola dalam koherensi dan kode ideologi, misalnya individualisme, sosialisme, kelas, materialisme, liberalisme, patriarki, ras, dan sebagainya.

Istilah representasi sendiri sebenarnya mempunyai dua pengertian, sehingga perlu dibedakan antara keduanya. *Pertama*, representasi sebagai suatu proses sosial dari *representing*. *Kedua*, representasi sebagai produk dari proses sosial *representing*. Istilah yang pertama merujuk pada proses, sedangkan istilah yang kedua adalah produk dari pembuatan tanda yang mengacu pada sebuah makna.

Pada proses representasi, terdapat tiga elemen yang terlibat, *pertama*, objek, merupakan sesuatu yang dipresentasikan; *kedua*, representasi itu sendiri, yang disebut sebagai tanda; dan yang *ketiga*, adalah coding, yaitu seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. Coding inilah yang berperan dalam membatasi makna-makna

yang mungkin akan muncul dalam proses interpretasi tanda.²⁸

c. Macam-macam Pendekatan Representasi

Hall (1997) mendeskripsikan tiga pendekatan terhadap representasi sebagaimana yang ditulis Graeme Burton dalam *Media dan Budaya Populer* yang diringkas sebagai berikut:²⁹

- 1) Reflektif: merupakan pendekatan yang berkaitan dengan pandangan ataupun makna tentang representasi di luar sana dalam masyarakat sosial
- 2) Intensional: adalah pendekatan yang meletakkan perhatian utamanya pada pandangan *creator* / produser representasi tersebut
- 3) Konstruksionis: merupakan pendekatan yang meletakkan perhatiannya pada cara-cara representasi dicipta melalui bahasa, maupun kode-kode visual.

2. Birrul Walidain

a. Pengertian Birrul Walidain

Birrul Walidain terdiri dari dua kata, yaitu *Al-Birru* dan *Al-walidain*. *Al Birru* (البر) yang memiliki makna, baik, kebaikan, ketaatan, berakhlak baik, dimaknai juga dengan kumpulan kebaikan atau nama bagi segala yang baik. Namun dalam konteks *Birrul Walidain*, maka

²⁸ Ratna Noviani. *Jalan Tengah Memahami Iklan Antara Realitas, Representasi dan Simulasi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2002), 61.

²⁹ Graeme Burton. *Media dan Budaya Populer* (Yogyakarta : Jalasutra, 2012), 141.

makna kata yang paling sesuai adalah berbakti. Sebagaimana dalam hadist nabi berkenaan dengan *al-birru* berikut ini:

عَنِ النَّوَّاسِ بْنِ سَمْعَانَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَأَلْتُ
رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الْبِرِّ وَالْإِثْمِ فَقَالَ:
الْبِرُّ حُسْنُ الْخُلُقِ وَالْإِثْمُ مَا حَالَ فِي صَدِّكَ وَكَرِهْتَ تَأْنُ
يَطْلُعُ عَلَيْهِ النَّاسُ (رواه المسلم)

Artinya:

“Dari Nawwas bin Sam’an RA berkata : Aku bertanya kepada Rasulullah SAW tentang *al-birr* dan *al-itsm*. Nabi SAW menjawab : *al-birr* itu adalah berakhlak baik, sedangkan *al-itsm* adalah sesuatu yang tergores di dalam hatimu dan kamu tidak senang apabila orang lain mengetahuinya (HR. Muslim)

Sedang kata yang kedua adalah *Walidain* (والدين) yang memiliki makna kedua orang tua, sehingga makna dari *birrul walidain* adalah berbakti kepada kedua orang tua.³⁰

Birrul walidain atau berbakti kepada orang tua adalah berbuat ihsan (berbuat baik) kepada ayah dan ibu (kedua orang tua) dengan menunaikan apa yang wajib atas anak kepada orang tua, baik dalam segi moril maupun spiritual sebagaimana ajaran Islam.³¹

³⁰ Faiz Febrian Hafara, “Representasi Makna *Birrul Walidain* dalam Film *Ada Surga di Rumahmu*”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, 40-41.

³¹ Umar Hasyim, *Anak Saleh*...., h.14

b. Kedudukan Birrul Walidain dalam Islam

Seorang anak haruslah berbakti kepada orang tuanya, hal ini hukumnya adalah wajib. Ayat Al-Qur'an banyak menjelaskan terkait kewajiban seorang anak untuk berbakti kepada orang tuanya, terutama pada ibunya. Demikian pula dalam Hadist Rasulullah, banyak dijelaskan terkait kewajiban anak terhadap orang tuanya. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 36 berikut:

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا
وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا...

Artinya:

Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun. Dan berbuat ihsanlah (berbuat baik) kepada kedua orang tua (Ibu dan bapak)... (QS. An-Nisa' : 36)

Dalam hadist juga terdapat sabda Rasulullah yang menunjukkan kewajiban untuk berbuat baik kepada orang tua yang berbunyi:

أَحَبُّ الْعَمَلِ إِلَى اللَّهِ الصَّلَاةُ عَلَى وَفَّيْهَا ثُمَّ بِرُّ الْوَالِدَيْنِ
ثُمَّ الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ (متفق عليه)

Artinya:

Amal perbuatan yang paling disukai oleh Allah ialah sholat (yang tepat) pada waktunya, setelah itu berbakti kepada orang tua, setelah itu lalu berjihad di jalan Allah (HR. Imam Bukhari dan Muslim).

Berdasarkan ayat Al-Qur'an dan hadist nabi tersebut, menunjukkan bahwa berbakti kepada kedua orang tua hukumnya adalah wajib atas perintah Allah. Oleh karena itu, hendaknya seorang anak berbuat baik kepada kedua orang tuanya dengan penuh kesadaran dan kerelaan dengan niat melaksanakan perintah Allah SWT.³²

Berlaku ihsan kepada kedua orang tua memiliki kedudukan yang teramat mulia. Betapa pentingnya berbuat baik kepada orang tua ini adalah karena perintah tersebut terletak setelah perintah menyembah Allah SWT.³³ Dari ayat dan hadist tersebut juga dapat dipahami bahwa kedudukan berbuat baik kepada orang tua itu lebih tinggi dibanding amal-amal di bawah jihad di jalan Allah. Termasuk juga lebih tinggi dari kedudukan belajar sekalipun belajar agama, sedang belajar agama hukumnya adalah fardhu kifayah.³⁴

c. Cara Berbakti Kepada Kedua Orang Tua (Birrul Walidain)

Berbakti kepada kedua orang tua atau *birrul walidain* dapat dilakukan dengan pelbagai macam cara, yakni dengan memenuhi apa yang menjadi hak-hak orang tua atas anaknya. Mengingat jasa orang tua begitu besar dalam membesarkan dan mendidik anaknya hingga tumbuh dewasa.

³² Ibid, h.7.

³³ Musthafā Bin Al 'Adawiyi. *Fikih Berbakti Kepada Orang tua*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h. 1.

³⁴ Ibid. hlm. 3

Selama mengandung, ibu selalu merasa berbuat hal-hal yang penuh dengan keprihatinan, sehingga dalam banyak hal, ibu akan selalu mementingkan bayi yang dikandungnya daripada dirinya sendiri. Ibu selalu mempertimbangkan hal-hal termasuk dalam urusan makan, minum, atau melakukan suatu dengan penuh pertimbangan demi kebaikan sang anak dalam kandungannya.³⁵

Adapun ayah, meskipun tidak menanggung beban sebagaimana beratnya mengandung, akan tetapi ayah berkewajiban dalam memenuhi keperluan hidup sang istri dan menjaga keluarganya agar selalu sehat lahir dan batin. Sejak bayi hingga dewasa, ayah telah menanggung biaya hidup, segala keperluan istri dan anak, baik kebutuhan yang bersifat jasmani maupun rohani merupakan tanggungjawab dari seorang ayah. Kebutuhan tersebut tentu dari waktu ke waktu akan semakin besar dan bertambah, dan ayah akan bekerja semakin besar meski keadaannya semakin tua.³⁶

Anak yang shaleh itu menyayangi kedua orang tuanya dan selalu mengharapkan kebaikan bagi kedua orang tuanya. Bahkan sekalipun kedua orang tuanya kafir, ia senantiasa mengharapkan kedua orang tua mendapat petunjuk pada kebaikan serta jauh dari adzab Allah, maka seorang anak perlu memintakan ampunan dengan memperbanyak istighfar dan doa kepada Allah.³⁷

³⁵ Umar Hasyim. *Anak Saleh....*, h. 9.

³⁶ Ibid. h. 13

³⁷ Musthafa bin Al Adawiyi, *Fikih Berbakti Kepada Orang Tua...*, h. 47

Sebagaimana dalam firman Allah dalam surat *Ibrahim* ayat 41 yaitu:

رَبَّنَا اغْفِرْ لِي وَلِوَالِدَيَّ وَلِلْمُؤْمِنِينَ يَوْمَ يَقُومُ الْحِسَابُ

Artinya:

“Ya Tuhan kami, beri ampunlah aku dan kedua ibu bapakku dan sekalian orang-orang mukmin pada hari terjadinya hisab (hari kiamat)”.

Selama seseorang masih hidup, ia akan memperoleh pahala dari amalnya sendiri dan kelak akan menjadi bekal ketika ia mati. Namun setelah mati, amal tersebut akan terputus dan asbab bagi pahalanya juga akan terhenti. Akan tetapi, terdapat tiga hal yang menjadikan terus mengalir bahkan setelah ia mati. *Pertama*, pahala sedekah jariyah yang terus mengalir kepadanya; *kedua*, ilmu yang bermanfaat bagi orang lain, dan *ketiga*; anak sholih yang mendokan kedua orang tuanya.³⁸

Dengan demikian, yang pantas bagi anak adalah beristighfar atau memintakan ampunan bagi kedua orang tuanya. Jika kedua orang tua sudah meninggal, maka anak harus beristighfar bagi mereka. Jika kedua orang tua mempunyai hutang, maka sang anak wajib membayarkan hutang tersebut, termasuk pula janji kedua orang tua yang telah diucapkan ketika masih hidup.³⁹

³⁸ Maulana Mufti Ahmad Ibrahim Bemat, *Berbakti...*, h. 33-35

³⁹ Ana laila, Makna Birrul Walidain dalam Film ada Surga di Rumahmu: Analisis Semiotik Model Roland Barthes, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016, 34.

Selain itu, dalam Al-Qur'an sendiri telah dijelaskan bagaimana seharusnya seorang anak berakhlak pada kedua orang tuanya serta sebagai bentuk baktinya. Sebagaimana dalam surat Al-Isra' ayat 23 dan 24 yang berbunyi:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا
 إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ
 لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا
 كَرِيمًا (23)
 لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلِيلِ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ
 أَرْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا (24)

Artinya:

*Dan tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang yang diantara keduanya atau keduanya berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia. Dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah, "Wahai Tuhanku! Kasihanilah mereka keduanya, sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil"*⁴⁰

Sebagaimana dalam ayat tersebut, anak juga diperintah berbakti kepada orang tua. Salah

⁴⁰ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 284.

satu pengabdian anak terhadap orang tuanya yaitu dengan menghindari perkataan kasar. Selaku anak seharusnya berkomunikasi secara mulia dan penuh hormat. Inilah tuntunan komunikasi dalam Islam pada manusia yang posisinya lebih tinggi, terlebih orang tua sendiri yang sangat besar jasanya dalam mendidik dan membesarkan anak-anaknya.⁴¹

Syaikh Muhammad bin Jamil Zainu mengatakan bahwa ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh anak kepada kedua orang tuanya supaya ia berhasil di dunia dan akhirat sebagaimana yang ditulis Muhammad Abdurrahman dalam bukunya *Akhlak: Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*⁴². Beberapa diantaranya yaitu:

1. Berbicaralah kepada orang tuamu dengan penuh sopan santun, jangan mengucapkan “ah” kepada mereka, jangan hardik mereka akan tetapi berbicaralah dengan keduanya dengan perkataan yang baik dan halus.
2. Taatlah selalu kepada kedua orang tuamu selama tidak bermaksiat kepada Allah
3. Bersikap lemah lembut terhadap keduanya, jangan bermuka masam dan jangan melihat keduanya dengan rasa marah
4. Selalu bermusyawarah dengan orang tua dalam setiap pekerjaanmu dan minta maaf jika ada perselisihan paham dengan keduanya

⁴¹ Sunarto. *Etika Dakwah*. (Surabaya: Jaudar Press, 2015), h. 11.

⁴² Muhammad Abdurrahman, *Akhlak: Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*, (Jakarta: PT Persada Grafindo Persada, 2016), h. 139.

5. Jangan membantah perintah keduanya dan jangan mengeraskan suaramu terhadap keduanya. Dengarlah pembicaraan keduanya, bersopan santunlah terhadap keduanya, dan jangan mengganggu saudaramu karena mungkin menyakiti keduanya.
6. Perbanyaklah melakukan kunjungan terhadap orang tuamu, berilah mereka hadiah, dan ucapan terima kasih kepada keduanya atas sokongan dan bantuannya sehingga bisa menyelesaikan program pendidikanmu, atas segala bantuannya dan kepeduliannya dan dalam membesarkan dan mendidikmu di waktu kecil
7. Jika meminta sesuatu maka berlemah lembutlah. Berterima kasihlah atas pemberiannya, maafkanlah mereka jika menolak permintaanmu, dan jangan terlalu banyak meminta agar tidak mengganggu mereka.

Hal-hal di atas merupakan sesuatu yang harus menjadi perhatian serius bagi seorang anak karena hal tersebut merupakan hak orang tua yang wajib dipenuhi.

Berbakti kepada orang tua juga akan memberikan banyak faedah bagi sang anak, antara lain:⁴³

- 1) Memuliakan kedua orang tua merupakan suatu tindakan yang amat disukai Allah, menyamai pahala jihad di jalan Allah
- 2) Memuliakan orang tua menyamai pahala haji dan umrah

⁴³ Umar Hasyim, *Anak Saleh...*, h. 15-16

- 3) Dengan memuliakan ibu dan bapak akan mendatangkan kenikmatan syurga
- 4) Dengan berbakti kepada orang tua akan memperpanjang umur dan dan memberkahkan rizqi yang anak dapatkan
- 5) Dengan memuliakan kedua orang tua akan memberikan kecerdikan pada anak-anak kita kelak sehingga membawanya untuk berbakti kepada kita
- 6) Memuliakan orang tua jaminannya adalah syurga
- 7) Memuliakan kedua orang tua dapat menghilangkan perasaan gundah, dan hati yang duka
- 8) Dengan berbakti kepada orang tua akan mendatangkan keridhoan Allah.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk mempermudah proses pengkajian, peneliti berupaya untuk mencari referensi serupa sebagai bahan rujukan dan acuan dalam proses penulisan dan penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan oleh orang lain. Berikut adalah ulasan singkat terkait kajian dari penelitian terdahulu:

1. Representasi Makna Birrul Walidain dalam Film Ada Surga di Rumahmu oleh Faiz Febryan Hafara UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2015

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analisis dengan menggunakan model semiotika Roland Barthes dengan tujuan mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos pesan Birrul Walidain dalam film. Adapun hasil dari penelitian tersebut diperoleh gambar beberapa bentuk birrul walidain yang meliputi atuh kepada

orang tua, larangan melawan orang tua, pentingnya ridho orang tua, berbakti sejak dini, merawat dan menafkahi orang tua. Sedangkan pesan utama yang didapat yakni berkenaan dengan pentingnya ridho orang tua.

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggali representasi pesan *birrul walidain*. Sementara perbedaannya terletak pada metode dan objek penelitiannya, dimana penelitian tersebut menggunakan semiotika model Roland Barthes dan memilih film *Ada Surga di Rumahmu* sebagai objeknya, sementara peneliti menggunakan semiotika model Charles Sanders Peirce dengan memilih Iklan Pertamina Renovasi Rumah.

2. Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Renovasi Rumah (Studi Pada Iklan Pertamina Edisi Ramadhan 1438 H Versi Arsitek di Televisi) oleh Muchamad Fazhar, Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, tahun 2019

Penelitian tersebut menggunakan teori semiotika, dengan teknik analisis data model semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya citra religius yang berkesan sebagai gaya hidup, dengan menggunakan konsep pendekatan keagamaan yang di dalamnya terdapat aspek kesederhanaan dan kebijaksanaan dalam hidup.

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan Iklan Pertamina Lebaran 2017 atau 1438 H tentang Renovasi Rumah sebagai objek penelitian. Namun, penelitian yang akan peneliti lakukan memiliki fokus dan pendekatan penelitian yang berbeda. Pada penelitian karya Muchamad Fazhar, penelitian

tersebut menerapkan metode semiotika model Roland Barthes dan berfokus pada makna pesan yang terkandung dalam iklan secara umum. Sementara peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode analisis teks media yakni Semiotika model Charles Sanders Peirce serta berfokus pada pendekatan representasi yang ditujukan untuk mengenali bagaimana birrul walidain direpresentasikan dalam iklan Pertamina Renovasi Rumah.

3. Makna Pesan Kesabaran Ibu dalam Film Ibu (Analisis semiotika Charles Sanders Peirce oleh Amri Ulil Albab An Nahdi, Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce melalui tiga tahap yaitu tanda (*representament*), pengguna tanda (*Interpretant*), dan acuan tanda (*object*). Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya tanda-tanda keesabaran seorang ibu terkait masalah ujian hidup yang dialaminya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana peneliti menggunakan objek berupa iklan Pertamina “Renovasi Rumah” sementara penelitian Amri tersebut menggunakan objek berupa Film Ibu.

4. Representasi Kesabaran Muslimah dalam Iklan *Sunsilk Clean and Fresh* Versi Risty Tagor (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) oleh Evita Nanda Karunia Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018

Penelitian yang dilakukan oleh Evita Nanda tersebut dilakukan dengan metode penelitian analisis teks media dengan pendekatan kritis berdasarkan pemikiran Charles Sanders Peirce. Adapun hasil dari penelitian ini adalah kesabaran muslimah sendiri yang direpresentasikan oleh pengiklan sebagai muslimah yang selalu menjaga dan membersihkan kulit kepala dengan shampoo *Sunsilk Clean and Fresh*.

Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yakni menggunakan pendekatan representasi dan menggunakan metode semiotika model Charles Sanders Peirce dalam proses penelitiannya. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana pada penelitian Evita Nanda tersebut memilih objek berupa iklan *Sunsilk Clean and Fresh* dan menggali representasi kesabaran muslimah, sementara peneliti menggunakan iklan Pertamina edisi Lebaran 2017 tentang Renovasi Rumah dan menggali terkait *birrul walidain* yang direpresentasikan oleh pengiklan.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode adalah cara atau prosedur yang harus ditempuh peneliti agar tercapai suatu tujuan yang diharapkan. Sementara penelitian secara umum ialah bentuk kegiatan dalam upaya menemukan judul, menentukan rumusan masalah, dilanjutkan dengan mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisa data dengan dikerjakan secara ilmiah, sistematis serta efisien dimana hasilnya akan bermanfaat dalam mengenal dan mengetahui keadaan atau persoalan dalam usaha mengembangkan ilmu pengetahuan.⁴⁴

Dengan demikian, metode penelitian merupakan suatu langkah-langkah ilmiah dan sistematis dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan meneliti suatu objek untuk mendapatkan hasil temuan dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode analisis teks media jenis Semiotika Charles Sanders Peirce melalui metode pendekatan kualitatif, artinya penelitian ini mengumpulkan data-data berupa dokumen, kata-kata, maupun gambar, dan bukan angka.

Metode analisis teks media sendiri merupakan metode yang diaplikasikan peneliti dalam menjabarkan dan menginterpretasikan berbagai karakter dari pesan yang tergambar, misalnya teks dakwah, yang tersaji berupa bentuk tulisan melalui hasil transkripsi pada agenda pelatihan keagamaan, dokumen tertulis (seperti kearsipan, majalah, surat kabar), ataupun berupa dokumen elektronik

⁴⁴ Anis Bachtiar, 2014 *Metode Penelitian komunikasi Dakwah* (Surabaya : UIN Sunan Ampel Press, 2014). 4.

(seperti audio-tape, film, VDD), dan visual teks (misalnya barang cetak, gambar, dan karya serupa).⁴⁵

Sementara pemilihan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce disini karena peneliti berusaha mengetahui bagaimana *birrul walidain* direpresentasikan dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” edisi lebaran 2017. Hal ini untuk membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk mengarahkan jalannya penelitian.

Semiotika sendiri pada hakikatnya adalah bentuk upaya dalam mengenali dan merasakan adanya sesuatu yang aneh sehingga harus dipahami secara berkelanjutan pada saat kita mempelajari teks tertentu. Analisis semiotika juga memiliki sifat *paradigmatic* yakni berusaha menggali arti hingga pada suatu perkara tersembunyi dibalik teks. Karenanya, orang kerap kali mengatakan semiotika sebagai suatu jalan dalam rangka menemukan makna atau arti berita di balik berita.⁴⁶

Penerima atau pembaca tanda dalam semiotika dipandang memainkan peran yang lebih aktif dibandingkan dalam kebanyakan model proses (kecuali model Gerbner). Semiotika lebih suka memilih istilah “pembaca” (bahkan untuk foto sebuah lukisan) untuk “penerima” karena hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan derajat aktivitas yang lebih besar. Pembacaan merupakan sesuatu yang kita pelajari untuk melakukannya, karena itu, pembacaan sangat dipengaruhi oleh pengalaman kultural dari pembacanya. Pembaca membantu menciptakan makna teks dengan membawa pengalaman, sikap, dan emosinya terhadap teks tersebut.⁴⁷

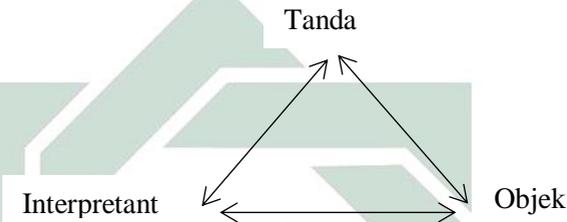
Menurut Pierce, semiotika berawal dari tiga komponen utama atau disebut segitiga makna (*triangle*

⁴⁵ Ibid, hlm. 43

⁴⁶ Indiwan Seto Wahyu Wibowo. op.cit.,hlm. 8.

⁴⁷ John Fiske, *Communicattion and Cultural...* hal. 61.

theory) yang meliputi *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan), dimana Ketiga istilah tersebut akan selalu berkaitan dan fokus pada tiap-tiap term atau istilah yang dapat dimengerti hanya pada keterkaitannya dengan sesuatu lainnya.⁴⁸ Segitiga makna dari Peirce tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1

Unsur Makna dari Peirce

1. Tanda, merupakan sesuatu berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merujuk pada hal lain di luar tanda itu sendiri
2. Objek (acuan tanda), adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk oleh tanda
3. Interpretant (pengguna tanda), adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dari suatu makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.⁴⁹

B. Unit Analysis

Unit analisis adalah ukuran yang dipertimbangkan menjadi subyek penelitian. unit analisis dapat dimaknai pula sebagai suatu yang berkenaan dan berfokus pada

⁴⁸ Jonh Fiske, *Cultural and Communication Studies...* hal. 63.

⁴⁹ Evita Nanda, *Representasi Kesabaran Muslimah...*, hal. 15-16

elemen yang akan diteliti. Adapun unit analisis ini bertujuan untuk menjaga keabsahan dan ketelitian dalam melakukan penelitian.⁵⁰

Unit analisis dari penelitian ini terdiri dari subyek penelitian yakni iklan Pertamina edisi lebaran 2017 ‘Renovasi Rumah’ pada media televisi maupun internet. Iklan tersebut diproduksi oleh PT. Pertamina, dengan durasi 2 menit 57 detik. Unit analisis dalam penelitian ini berupa adegan, scene, dialog, setting, dan gerakan tubuh (*gesture*), maupun kostum yang terdapat dalam iklan. Analisis terhadap berbagai komponen tersebut akan memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi scene mana yang mengandung representasi.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian iklan Pertamina “Renovasi Rumah” adalah jenis data non angka, yakni berupa dokumen, gambar, dan sejenisnya. Hal ini karena penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung melalui observasi terhadap objek penelitian yaitu Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”. Data primer tersebut berupa file atau transkrip dari iklan dimaksudkan.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan sumber data penelitian terkait dengan iklan

⁵⁰ Amri Ulil Albab An Nahdi, Makna Pesan Kesabaran Ibu dalam Film Ibu (Analisis semiotika Charles Sander Peirce, *Skripsi* Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, 20.

Pertamina “Renovasi Rumah”, yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yaitu buku-buku, jurnal, artikel ilmiah, internet dan sebagainya yang relevan dengan penelitian dan mampu menunjang penelitian ini.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Adapun beberapa tahapan penelitian yang harus peneliti jalani dalam penelitian ini, meliputi:

a. Menentukan Tema

Tahapan pertama yang harus peneliti lakukan adalah dengan menentukan tema apa yang akan diangkat dalam penelitian. Dalam hal ini, peneliti mencari dan melakukan observasi dari berbagai sumber, dan akhirnya ditemukan subyek penelitian berupa iklan dari PT Pertamina edisi Lebaran 2017 dengan mengangkat tema Renovasi Rumah yang menggambarkan akhlak Islami khususnya akhlak seorang anak pada orang tuanya. Dari sinilah, peneliti akhirnya membaca berbagai literatur yang berkenaan dengan iklan suatu produk yang berkenaan dengan akhlak dan etika dalam Islam.

b. Merumuskan Masalah

Setelah mendapatkan tema penelitian, tahapan kedua adalah dengan menentukan rumusan masalah. Hal ini dapat dirumuskan dengan mengetahui secara jelas latar belakang penelitian yang hendak diangkat.

c. Menentukan Metode Penelitian

Setelah rumusan masalah ditentukan, tahap selanjutnya adalah dengan menentukan metode penelitian. Dalam hal ini, peneliti harus menentukan metode yang tepat sebagaimana data-data yang diperlukan dalam penelitian.

d. Menentukan Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti sudah menentukan untuk menggunakan metode analisis semiotika dalam menemukan representasi *birrul walidain* dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” edisi Lebaran 2017

e. Teknik Pengumpulan Data

Tahapan selanjutnya yaitu melakukan pengumpulan data. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data didapat dari data dokumentasi dan studi kepustakaan. Data dokumentasi diperoleh dari tayangan iklan Pertamina “Renovasi Rumah” yang juga dapat di peroleh dari unggahan di internet maupun media sosial youtube. Sementara data studi kepustakaan diperoleh dari buku-buku, literatur-literatur ilmiah, maupun artikel yang berkenaan dengan iklan dan akhlak dalam Islam.

f. Melakukan Analisis Data

Pada tahapan ini, peneliti akan menentukan dan menetapkan simbol, tanda, atau makna yang terdapat dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” edisi lebaran 2017. Untuk menentukan hal tersebut, peneliti akan melakukan analisis terhadap dialog, gerakan, setting, teknik pengambilan gambar, mimik wajah, kostum hingga warna untuk menemukan representasi *birrul walidain* dalam iklan.

g. Menarik Kesimpulan

Tahapan terakhir dari penelitian ini adalah dengan menarik kesimpulan. Kesimpulan tersebut didapatkan dari jawaban-jawaban yang merupakan tujuan dari penelitian dan menjadi fokus penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

a. Observasi

Peneliti mengamati secara seksama terhadap objek yang akan diteliti yaitu iklan. dalam prosesnya, peneliti akan meneliti setiap gambar (*scene*) maupun audio yang terdapat dalam iklan PT Pertamina edisi Lebaran 2017 ‘Renovasi Rumah’. Hal tersebut untuk menemukan objek mana saja yang perlu diteliti yang berkaitan dengan *birrul walidain* yang terdapat dalam iklan

b. Dokumentasi

Dalam teknik pengumpulan data, peneliti juga akan menggunakan dokumentasi. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengelompokkan *scene-scene* terpilih untuk mencari pemaknaan tanda-tanda dan simbol yang muncul dalam setiap *shoot*.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dapat dilakukan dengan membaca pelbagai literatur terkait sebagai bahan referensi dan panduan bagi peneliti dalam mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah penelitian. Data yang digunakan dalam rangka melengkapi penelitian ini didapat dari pelbagai sumber, seperti buku, karya-karya ilmiah, maupun internet.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah dalam menyederhanakan data agar lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan.⁵¹ Dalam penelitian iklan Pertamina “Renovasi Rumah” edisi lebaran 2017, peneliti akan melakukan analisa terhadap tayangan iklan dan

⁵¹ Ibid. h. 24.

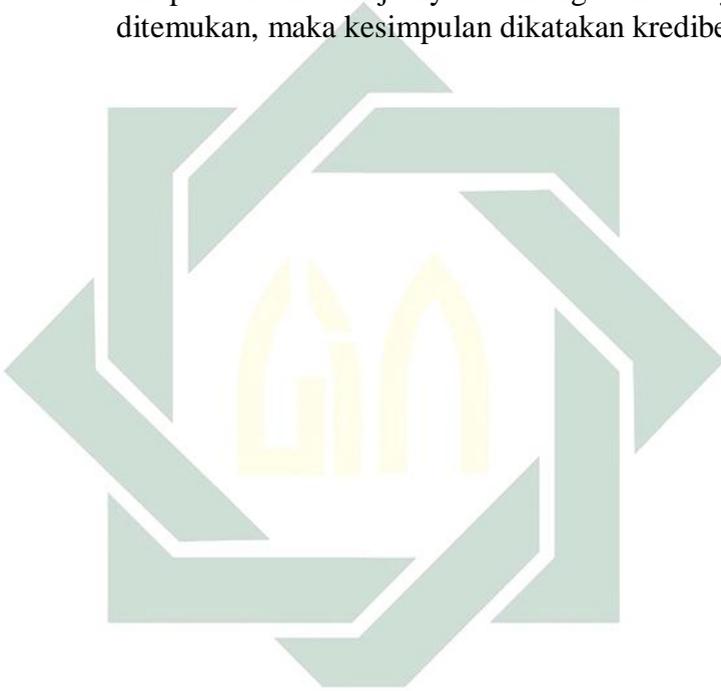
mendeskrripsikan konsep akhlak Islami yaitu *birrul walidain* melalui analisis semiotika model Charles Sanders Peirce.

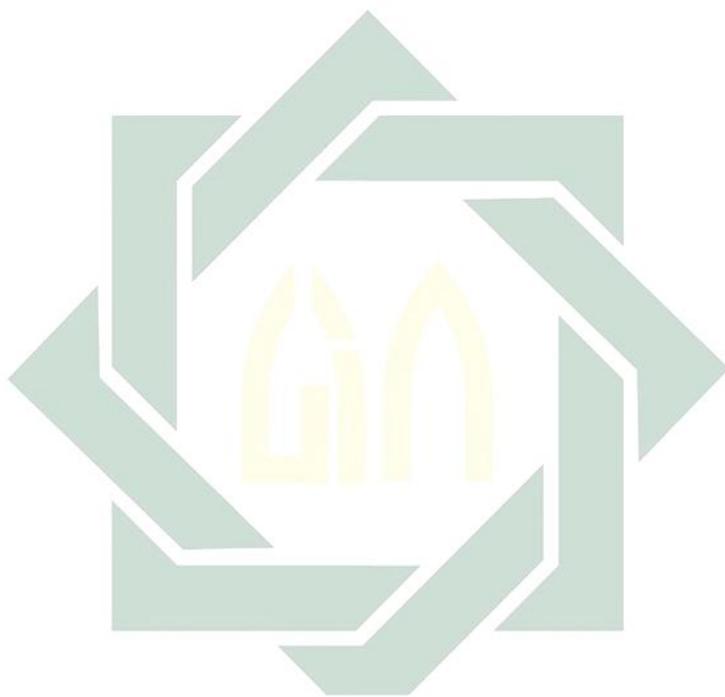
Pada teknik analisis data dalam peneitian ini menggunakan analisis data menurut Milles dan Hiberman sebagaimana dalam Badiatul Mardiyah⁵² yang meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
Merupakan tahap awal dalam melakukan penelitian, yakni dengan melakukan persiapan maksimal dalam pengumpulan data yang diperlukan. Memuat seluruh rangkaian proses yang dilakukan dalam pengumpulan data sejak awal.
2. Reduksi Data
Reduksi adalah proses pemilihan, pengfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang hendak ditulis menjadi data yang selanjutnya dikembangkan dalam tahap selanjutnya
3. Display Data
Langkah selanjutnya adalah *display* (tampilan) atau model data, dikatakan model karena sebagai kumpulan informasi yang disusun untuk selanjutnya memasuki tahap pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melihat tayangan akan membantu dalam analisis berdasarkan pemahaman tersebut yang kemudian dituangkan ke dalam bentuk naratif
4. Penarikan Kesimpulan

⁵² Badiatul Mardiyah, “Pesan Dakwah dalam Film Insya Allah Sah (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019, 37.

Langkah berikutnya yaitu melakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan di awal bersifat sementara dan akan berubah ketika ditemukan data-data yang akan memperkuat pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Apabila kesimpulan tahap awal dan selanjutnya didukung oleh data yang ditemukan, maka kesimpulan dikatakan kredibel.





BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah iklan PT Pertamina edisi lebaran tentang Renovasi Rumah. Untuk melengkapi penyajian data dalam penelitian ini, peneliti akan menguraikan sedikit tentang profil dari perusahaan PT. Pertamina sebagai berikut:

1. Profil PT Pertamina (Persero)

Pada tahun 1950-an, Pemerintah Republik Indonesia menunjuk Angkatan Darat yang kemudian mendirikan PT Eksploitasi Tambang Minyak Sumatera Utara untuk mengelola ladang minyak di wilayah Sumatera. Kemudian, pada 10 Desember 1957, perusahaan tersebut berubah nama menjadi PT Perusahaan Minyak Nasional, yang disingkat Pertamina. Tanggal tersebut kemudian diperingati sebagai lahirnya Pertamina hingga kini. Selanjutnya, PT permina berubah status menjadi perusahaan Negara (PN) dan pada 20 Agustus 1968 PN Permina bergabung dengan PN Pertamina menjadi PN Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina).

Pemerintah mengatur Peran Pertamina yakni untuk menghasilkan dan mengolah migas dari ladang-ladang minyak serta menyediakan kebutuhan bahan bakar dan gas di Indonesia sebagaimana dalam UU no. 8 tahun 1971. Pemerintah juga mengubah kedudukan Pertamina melalui UU No.22 tahun 2002 sehingga melaksanakan fungsi *Public Service Obligation* (PSO) yang dilakukan melalui usaha.

Berdasarkan PP No.31 Tahun 2003 tanggal 18 Juni 2003, Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara berganti nama menjadi PT Pertamina (Persero) yang melaksanakan kegiatan usaha migas pada Sektor Hulu hingga Sektor Hilir. Berdasar pada Akta Notaris No.20 Tahun 2003, PT Pertamina (Persero) didirikan pada tanggal 17 September 2003. Kemudian Pada 10 Desember 2005, Pertamina merubah lambangnya dari kuda laut, menjadi anak panah dengan warna dasar hijau, biru dan merah yang merefleksikan unsur dinamis dan kepedulian lingkungan.

Pada 20 Juli 2006 PT Pertamina (Persero) melakukan perubahan yang amat mendasar yakni dengan mengganti misinya yaitu “menjadi perusahaan minyak nasional kelas dunia”. Pertamina melalui anak usaha PT Pertamina Internasional EP mengakusisi perusahaan migas Prancis Maurel et Prom (M&P) dengan kepemilikan saham 72,65%.

Selanjutnya pada tahun 2011, Pertamina menyempurnakan visinya, yaitu “menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia.” melalui RUPSLB tanggal 19 Juli 2012, Pertamina menambah modal ditempatkan atau disetor serta memperluas kegiatan usaha perusahaan.

Pada 2017, salah satu tindakan nyata Pertamina dalam merealisasikan visinya menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia adalah keberhasilannya menuntaskan akuisisi saham perusahaan migas Prancis Maurel et Prom (M&P). Terhitung mulai 1 Februari 2017 melalui anak usaha PT Pertamina International EP, Pertamina menjadi pemegang saham mayoritas M&P dengan 72,65% saham. Melalui kepemilikan saham mayoritas di

M&P, Pertamina memiliki akses operasi di 12 negara yang tersebar di 4 benua. Pada masa mendatang, Pertamina menargetkan produksi 650 ribu BOEPD (*Barrels of Oil Equivalents Per Day*) di 2025 dari operasi internasional, sebagai bagian dari target produksi Pertamina 1,9 juta BOEPD di 2025, dalam upaya nyata menuju ketahanan dan kemandirian energi Indonesia.⁵³

2. Visi, Misi, dan Tata Nilai PT Pertamina

a. Visi PT Pertamina

Menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia

b. Misi PT Pertamina

Menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat

c. Tata Nilai PT Pertamina

PT Pertamina memiliki tata nilai sebagai komitmen perusahaan dalam menjalankan visi misinya berdasarkan standart global dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Pertamina menerapkan 6 tata nilai yang wajib diketahui dan menjadi pedoman bagi seluruh karyawannya dalam menjalankan tugasnya. 6 tata nilai tersebut sebagaimana surat keputusan Direktur Utama PT Pertamina (persero) No.Kpts-022/ COOOOO/2013-S0 Tentang Penerapan Tata Nilai 6C 01 Pertamina dan Anak

⁵³ <https://www.pertamina.com/id/siapa-kami> diakses pada 26 Januari 2020 pukul 14:10 WIB

Perusahaan (Operational Holding). Adapun 6 tata nilai⁵⁴ tersebut meliputi:

1. Clean

Artinya dikelola secara professional, yakni menghindari segala macam benturan kepentingan, tidak menoleransi adanya tindakan suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas. Berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

2. Confident

Ikut serta dalam berperan membangun perekonomian nasional, menjadi pelopor dalam reformasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan membangun kebanggaan bangsa.

3. Commercial

Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang sehat

4. Competitive

Mampu bersaing baik dalam skala regional maupun internasional, mendorong pertumbuhan investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja

5. Customer Focus

Berorientasi terhadap kepentingan para pelanggan dan berkomitmen dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan

6. Capable

⁵⁴ <https://www.pertamina.com/id/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai> diakses pada 26 Januari 2020 pukul 15:32 WIB

Pertamina dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang profesional, bertalenta, dan memiliki penguasaan teknis tinggi, berkomitmen dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.

3. Profil Iklan Pertamina Renovasi Rumah

Memasuki momen-momen keagamaan, seperti bulan Ramadhan dan perayaan Idul Fitri, para pengiklan berbondong-bondong menyuarakan iklan dari produknya dengan nuansa religi, sama halnya yang dilakukan oleh PT Pertamina. Dalam menyemarakkan bulan Ramadhan dan Idul Fitri 1438 H, Pertamina juga mengeluarkan iklan bernuansa religi bertemakan renovasi rumah.

Iklan dengan durasi 2 menit 57 detik tersebut, menggambarkan citra positif perusahaan yang ditampilkan melalui pesan-pesan Islami yang dibawakan oleh para pemerannya. Terlebih, iklan tersebut ditayangkan pada momen keagamaan, yakni Ramadhan dan Idul Fitri.



Adapun tokoh-tokoh pemeran iklan Pertamina Renovasi Rumah, diantaranya:

1. Haikal (Tokoh Utama)



Pemeran Haikal dalam Iklan Renovasi Rumah

Gambar 4.1

Haikal merupakan pemeran utama dalam Iklan. Ia merupakan seorang arsitek yang berhasil bahkan telah mendapatkan penghargaan sebagai *Arsitek of the Year*. Haikal memiliki karakter sebagai tokoh yang lembut dan patuh. Ia berkeinginan untuk merenovasi rumah orang tuanya di desa.

2. Pak Totot (Ayah Haikal)



Pemeran Pak Totot (Ayah Haikal)

Gambar 4.2

Tokoh tersebut berperan sebagai ayah Haikal yang bernama Pak Totot. Ia merupakan sosok yang sederhana, teguh pada pendirian, dan bijaksana. Pak Totot tidak menginginkan rumahnya dipugar.

3. Ibu Haikal



Pemeran Ibu dalam Iklan Renovasi Rumah

Gambar 4.3

Ibu Haikal merupakan sosok yang sederhana dan patuh terhadap suami. Meski demikian, Ibu Haikal juga berkeinginan membantu Haikal agar keinginannya untuk merenovasi rumah dapat tersampaikan pada ayahnya.

4. Teman Masa Sekolah Haikal



Teman-teman sekolah Haikal

Gambar 4.4

Tokoh-tokoh di atas merupakan teman sekolah Haikal dulu. Mereka berperan sebagai tokoh yang energik, periang, dan berjiwa positif. Mereka berkeinginan untuk berkunjung ke rumah orang tua Haikal pada hari raya Idul Fitri.

5. Sinopsis Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”

Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” yang ditayangkan melalui media televisi pada Ramadhan 1438H menceritakan tentang seorang anak bernama Haikal yang telah sukses menjadi seorang arsitek. Haikal berkeinginan untuk merenovasi rumah orang tuanya di desa, mengingat teman sekolahnya akan berkunjung dan mengadakan reoni di sana. Haikal malu akan keadaan rumah orang tuanya. Namun keinginan Haikal untuk merenovasi rumah tidak disetujui oleh ayahnya.

Keinginan kuat Haikal mendorongnya untuk tetap berusaha meluluhkan hati orang tuanya dengan mengirimkan bahan-bahan bangunan untuk renovasi rumah. Akan tetapi, sang ayah yang dalam cerita bernama Pak Totot meminta pada pengirimnya untuk menyerahkannya ke Masjid dekat rumah yang kala itu sedang direnovasi. Mendengar hal tersebut, Haikal hanya bisa menerimanya. Ia berusaha mengerti maksud dan kemauan ayahnya.

Dengan mendengarkan nasihat ayahnya, Haikal lambat laun mengerti akan berharganya rumah lama itu meski tak seindah rumah-rumah modern kini. Kesadarhaan yang akan membawa seseorang untuk tetap rendah hati. Bahkan rumah yang begitu sederhana mampu mengantarkan sang anak menjadi seorang arsitek.



6. Naskah Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”

Naskah Iklan Pertamina Renovasi Rumah

Tabel 4.1

Durasi	Video	Audio
1 detik (Scene 1)	Extreme long shot / Extreme wide shot Menampilkan suasana kota di malam hari. Terlihat gedung-gedung tinggi yang berkelip cahaya lampu.	Instrumen
21 detik (Scene 2)	Very wide shot Haikal di ruangan kerjanya tengah berkomunikasi melalui telepon. Cut Away Gambar fokus pada majalah bertuliskan Arsitek of the Year dengan foto Haikal sebagai sampulnya	Instrumen disertai dialog antara Haikal dan Ibunya melalui telepon. Ibu: “Ayahmu tetap tidak mau rumah ini dipugar nak...” Haikal: “tolong bujuk lagi lah buk, lebaran nanti temen-temen sekolah dulu akan reoni di rumah Ibuk,

	<p>Medium Close Up Menampilkan Haikal di ruangan kerjanya saling berbicara melalui telepon dengan sang Ibu yang berada di rumahnya</p> <p>Medium Shot Terlihat dari kaca lemari kamar Ibu Haikal, Pak Totot membersihkan perabotan rumahnya dengan menggunakan kemoceng yang terbuat dari bulu ayam</p> <p>Long Shot / wide shot Pak Totot tengah memperbaiki genting (atap) rumah dengan</p>	<p>malu kan kalo rumahnya masih seperti itu. Apalagi saya arsitek, masak rumah orang tua sendiri malah dibiarkan seperti itu”</p>
--	---	---

	<p>tangga dari bamboo</p> <p>Long Shot – Medium Close Up</p> <p>Menggambarkan lingkungan desa yang sederhana dan asri ditandai dengan banyaknya pepohonan yang terjaga, serta menampilkan keseharian orang tua Haikal yang digambarkan tengah menaiki delman.</p>	
3 detik (Scene 3)	<p>Medium Shot</p> <p>Ayah dan Ibu Haikal tengah memerhatikan dan mendiskusikan terkait rancangan</p>	Instrumen

	rumah yang ingin direnovasi	
5 detik (Scene 4)	<p>Very wide shot Ayah dan Ibu Haikal menjalankan sholat secara berjama'ah di Masjid dilanjut dengan pulang bersama sambil menuntun sepedah kayuh.</p> <p>Two shot Dalam tengah perjalanan keduanya berhenti. Pak Totot memberikan Isyarat kepada Ibu Haikal akan ketidaksetujuannya terhadap renovasi rumah yang akan dilakukan oleh Haikal.</p>	
5 detik (Scene 5)	Medium Shot Menampilkan sosok Haikal	Instrumen

	<p>yang tengah berbicara melalui telepon. Haikal yang kala itu sedang bekerja dalam suatu proyek, ia mengenakan topi layaknya arsitek.</p> <p>Medium Shot Ibu Haikal tengah menjemur batik</p>	<p>Dialog (percakapan melalui telepon antara Haikal dan Ibunya) Haikal: “yaudah, aku kirim saja dulu bahan bangunannya. Siapa tahu bapak luluh”</p>
25 detik (Scene 6)	<p>Long Shot Menampilkan mobil pick up berisikan bahan bangunan tengah menuju ke rumah Pak Totot</p> <p>Long shot Pak Totot mendatangi supir pembawa bahan bangunan tersebut.</p> <p>Over the Shoulder Shot</p>	<p>Dialog Supir: “Pak Totot ya?” Pak Totot : “Iya” Supir : “Ini Pak, ada kiriman dari pak Haikal” Pak Totot : “Alhamdulillah, langsung kirim saja ke Mesjid yang sedang direnovasi di sana” Supir : “Terimakasih Pak ya”</p>

	<p>(OSS) – Medium Close Up Percakapan antara Pak Totot dan Supir pengantar bahan bangunan. Di tengah percakapan Pak Totot menengok ke arah Ibu Haikal sambil tersenyum kemudian menengok Masjid yang tengah direnovasi</p> <p>Long Shot Menampakkan Masjid yang tengah direnovasi</p>	
26 detik (Scene 7)	<p>Medium Close Up Menampilkan sosok Haikal dalam perjalanan pulang menuju</p>	<p>Instrumen</p> <p>Dialog: Teman Haikal (wanita berjilbab) : “Pokoknya</p>

	<p>rumah orang tuanya. Ia terlihat kecewa dan lelah.</p> <p>Cut Away Menampilkan selebaran seperti brosur gambaran rumah dan desain interiornya</p> <p>Medium Close Up Haikal teringat pada usulan teman-temannya untuk mengadakan reoni di rumah orang tuanya</p> <p>Extreme Long Shot Menampilkan mobil yang digunakan Haikal dalam perjalanan menuju rumah orang tuanya di Cirebon Jawa</p>	<p>lebaran ini, reoni di rumah orang tuamu ya” Teman-teman lainnya “Iya...” (menyetujui usulan wanita berjilbab)</p>
--	--	--

	Barat, dan gambaran lingkungan alam sekitarnya.	
39 detik (Scene 8)	<p>Long Shot Haikal memerhatikan keadaan rumah orang tuanya yang tua dan rapuh.</p> <p>Cut In Pak Totot mengambil foto wisuda Haikal yang terpajang di tiang rumah</p> <p>Long Shot – OSS – Medium Shot – Medium Close Up Ayah Haikal memutuskan bahwa rumah tersebut tidak akan dipugar. Mendengar keputusan tersebut, raut Haikal nampak kecewa.</p>	<p>VO Pak Totot: “Bagaimanapun keadaan rumah ini, inilah asal-usulmu. Kesederhanaannya akan selalu mengingatkanmu untuk tetap rendah hati. Jangan lupa dulu kau bukan apa-apa sebelum menjadi seperti sekarang</p> <p>Dialog Pak Totot: “Bapak dan Ibu sudah memutuskan, rumah ini sampai kapanpun tidak akan dipugar. Inilah kebanggaan kami bisa membesarkan</p>

		anak sehebat kamu”
19 detik (Scene 9)	<p>Medium Shot Haikal berjalan menuju teras rumah. Ia melihat seorang ayah dan anaknya tengah berjalan berdua.</p> <p>Long Shot Seorang ayah tengah memberikan nasihat kepada anaknya sambil berjalan menuntun sepeda kayuhnya melewati halaman rumah Haikal.</p>	<p>Dialog Ayah : “Nak, walaupun kita kekurangan, kamu juga bisa sukses seperti yang punya rumah ini” Anak: “iya Yah...” Ayah : “Mari Mas” (menyapa Haikal)</p>
5 detik (Scene 10)	Menampilkan kalimat bertuliskan: Kemuliaan Hati Membawa Kebahagiaan di Hari yang Suci	Instrumen

	Selamat Hari Raya Idul Fitri 1438H Mohon Maaf Lahir dan Batin	
22 detik (Scene 11)	Very Wide Shot Teman-teman Haikal berkunjung ke rumah Haikal untuk acara reoni yang telah direncanakan sebelumnya. Terlihat keadaan lingkungan rumah Haikal pada hari raya yang ramai dan meriah. Long shot – OSS – Medium Close Up Teman-teman Haikal menyapa dan bersalaman pada Haikal dan keluarganya. Mereka saling berkomunikasi.	Suara Takbir Hari Raya dengan diiringi tabuhan bedug Dialog Pak Totot : “Yah, masih beginilah rumah Haikal” Teman Haikal (laki-laki mengenakan baju koko) : “Luar biasa Pak. Ini rumah yang menginspirasi”
2 detik (Scene 12)	Menampilkan tulisan:	Instrumen

	Jujur Tulus Amanah	
5 detik (Scene 13)	Menampilkan Tulisan “Pertamina” disertai dengan logonya	Instrumen

B. Penyajian Data

Berikut deskripsi data penelitian yang akan menjawab dan menjelaskan dari apa yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce segitiga makna, yaitu tanda (*sign*), objek (*object*), dan pengguna tanda (*interpretant*) untuk menemukan representasi birrul walidain dalam Iklan Pertamina Renovasi Rumah Edisi Lebaran 2017:

Analisis Scene 2

Tabel 4.2

<i>Sign</i>	 <p>Gambar 4.5</p>	 <p>Gambar 4.6</p>
	 <p>Gambar 4.7</p>	 <p>Gambar 4.8</p>
<i>Object</i>	Komunikasi antara Haikal dan Ibunya melalui telepon menunjukkan adanya	

hubungan jarak antara keduanya yang tidak dekat. Seperti dalam gambar 4.5, Haikal tengah berada di ruangan kerjanya malam hari. Terlihat dari balik candela ruang kerja Haikal dimana suasana kota malam hari menjadi *background*-nya. Mata Haikal juga nampak sayu dan berkantung, menunjukkan ia lelah usai bekerja seharian hingga larut malam. Sementara sang Ibu berada di kamar rumahnya. Adanya hubungan jarak tersebut, komunikasi tetaplah hal utama yang harus dijalin oleh anggota keluarga agar tetap harmonis. Jarak bukan menjadi pemisah hubungan yang terjalin antar anggota keluarga semasa antar anggota dapat saling menjalin komunikasi.

Haikal juga sangat memperhatikan akhlak dalam berkomunikasi dengan ibunya. Ia berbicara dengan tutur kata yang sopan dan lemah lembut meski dia sangat lelah usai bekerja seharian hingga larut malam. Seseorang umumnya akan cenderung acuh atau bahkan kesal ketika diajak berkomunikasi dalam keadaan lelah, namun berbeda dengan Haikal yang tetap berusaha bersikap lemah lembut kepada ibunya.

Percakapan melalui telepon antara Haikal dengan ibunya berisikan keinginan Haikal untuk merenovasi

	<p>rumah. Hal tersebut menunjukkan anak haruslah mendapat ridho orang tua. Karena itu perlu adanya musyawarah antara anak dan orang tua ketika menghendaki suatu keinginan.</p>
<i>Interpretant</i>	<p>Adanya hubungan jarak yang tidak dekat antara seorang anak dengan keluarga seharusnya tidak menjadi penghalang komunikasi yang terjalin antara keduanya. Salah satu kewajiban anak yang telah bekerja dan berada pada kondisi yang tidak dekat dengan orang tuanya adalah dengan sering berkunjung atau berkomunikasi dengan keduanya.⁵⁵ Menjaga hubungan baik dengan orang tua merupakan salah satu dari hak-hak orang tua yang harus ditunaikan oleh seorang anak.</p> <p>Menjalin hubungan baik dengan orang tua juga diwujudkan dengan etika berkomunikasi yang baik pula. Sebagaimana tuntunan dalam Islam yakni hendaklah seorang anak bersikap lemah lembut terhadap orang tua, tidak menunjukkan muka masam dan juga tidak memandang orang tua dengan rasa marah. Dalam bertutur kata di hadapan orang tua hendaknya seorang anak juga merendahkan suranya. Merendahkan suara tersebut</p>

⁵⁵ <https://dalamislam.com/hukum-islam/hukum-membahagiakan-orang-tua/amp> diakses pada 12 Maret 2020 pukul 11:46 WIB

	<p>merupakan bentuk penghormatan bagi orang tua.</p> <p>Selain itu ketika seorang anak menghendaki sesuatu atau meminta sesuatu dari orang tua maka hendaknya bersikap lemah lembut. Namun untuk lebih baiknya, seorang anak juga mendiskusikan terlebih dahulu atau bermusyawarah dengan orang tua ketika mendapati suatu keinginan atau masalah. Berdiskusi akan memberikan solusi yang terbaik karena adanya kesepakatan bersama. Mendiskusikan permasalahan dengan orang tua mengenai suatu keinginan yang dikehendaki akan lebih berkah karena terdapat ridho dari orang tua di dalamnya.</p>
--	--

Analisis Scene 5

Tabel 4.3

<p><i>Sign</i></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Gambar 4.9</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gambar 4.10</p> </div> </div>
<p><i>Object</i></p>	<p>Dalam kesibukan apapun, keluarga terlebih orang tua menjadi prioritas dalam hidup. Kepentingan keluarga adalah bagian dari kepentingan anak. Apabila anak telah dewasa, maka anak memiliki kewajiban untuk menyenangkan hati orang tuanya. Haikal merupakan seorang anak</p>

	<p>pekerja keras yang telah sukses berkat didikan dan jerih payah orang tuanya, sebagaimana pada gambar pertama, Haikal sedang pada suatu pekerjaannya sebagai arsitek dengan mengenakan helm proyek.</p> <p>Haikal bermaksud menyenangkan hati orang tuanya dengan memberikan tempat tinggal yang layak dan bagus dengan cara merenovasi rumah yang ada. Namun keinginan kuat Haikal membawanya untuk bersikap berlebihan hingga terkesan memaksa ayahnya untuk menerima keinginan tersebut. Hal ini tercermin dari ucapan Haikal kepada Ibunya di telepon.</p> <p>Haikal: “yaudah, aku kirim saja dulu bahan bangunannya. Siapa tahu bapak luh”</p> <p>Sementara sang Ibu, digambarkan tengah menjemur batik-batik bermotif mega mendung di halaman rumah. Hal ini menggambarkan jeri payah ibu dalam mengurus rumah tangga. Dewasa ini, Istri atau ibu dalam suatu keluarga pasti disibukkan dengan urusan rumah tangga. Bahkan banyak diantara mereka yang ikut serta bekerja mencari nafkah sebagai bentuk membantu suaminya dalam memenuhi kebutuhan hidup.</p>
<i>Interpretant</i>	Berbicara dengan perkataan yang lembut merupakan bagian dari akhlak

	<p>yang harus diterapkan oleh seorang anak ketika berbicara dengan orang tuanya meskipun kehendak anak tidak mendapat persetujuan orang tua. Anak haruslah tetap menjaga sikapnya, sebagaimana perilaku Haikal, ia tetap menunjukkan sikap yang lembut pada ibunya ketika berbicara, tidak mengeraskan suara di atas suara orang tuanya, terlebih Ibu.</p> <p>Seorang anak harus bisa menjaga hati dan perasaan Ibunya terutama dalam bertutur kata. Ibu adalah seorang yang perasa dan hatinya mudah tersentuh dengan kata-kata. Untuk dapat menjaga perasaan Ibu, seorang anak haruslah mengingat jerih payah Ibu, bagaimana susahny seorang Ibu mengurus rumah, ditambah lagi apabila sang Ibu juga ikut bekerja mencari nafkah.</p>
--	---

Analisis Scene 8

Tabel 4.4

<p><i>Sign</i></p>		
	<p>Gambar 4.11</p>	<p>Gambar 4.12</p>
		
	<p>Gambar 4.13</p>	<p>Gambar 4.14</p>

<p><i>Object</i></p>	<p>Gambar 4.12 memperlihatkan Pak Totot tengah mengambil foto wisuda Haikal yang terpajang, mengamati foto tersebut dan merasakan begitu berharganya apa yang telah diperolehnya sekarang. Hal ini menunjukkan betapa berharganya rumah sederhana tersebut bagi Pak Totot yang merupakan bukti bersejarah dalam membesarkan anak hingga sukses.</p> <p>Pak Totot kemudian menyampaikan keputusannya kepada Haikal, bahwasannya rumah tersebut sampai kapanpun tidak akan dipugar. Pada gambar 4.14, Mendengar keputusan Pak Totot, Haikal pun mengkerutkan alisnya, bibirnya yang semula tersenyum mendengarkan ayahnya, perlahan menyusut, pandangan matanya juga terlihat lebih serius dari sebelumnya. Pandangan mata berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan perasaan atau emosi seseorang baik berupa perasaan ragu-ragu, cemas, takut, iri, cemburu, terharu, marah, dan sebagainya.⁵⁶ Sementara pandangan mata Haikal nampak lebih serius, menunjukkan adanya kekecewaan, sedih, dan rasa terharu dalam hatinya. Usai mendengar</p>
----------------------	--

⁵⁶ Suranto. *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 156.

	<p>keputusan tersebut, Haikal hanya terdiam. Ia tidak menjawab apalagi membantah keputusan tersebut meski tidak sesuai dengan kehendaknya. Hal ini merupakan akhlak seorang anak pada orang tuanya yang harus diterapkan. Dewasa ini, banyak anak yang melawan bahkan ada pula yang hingga merengek-rengok agar keinginannya disetujui orang tuanya. Namun berbeda halnya dengan Haikal, ia memilih diam mendengarkan, dari pada membantah dan berdebat dengan orang tua.</p>
<i>Interpretant</i>	<p>Anak yang taat dan patuh kepada orang tua merupakan anak yang berbakti. Sikap tersebut merupakan bagian dari kewajiban anak terhadap orang tuanya. Anak sudah seharusnya menjalankan perintah orang tua selama perintah tersebut tidak melanggar pada ketentuan Allah. Berbeda jika perintah orang tua merupakan sesuatu yang mengajak pada perbuatan ingkar, maka anak wajib untuk menolaknya. Berbakti kepada orang tua juga ditunjukkan dengan mendengarkan nasihat-nasihat mereka. Ketika mendapat nasihat dari orang tua, anak seharusnya diam dan mendengarkan. Jika nasihat dan pendapat orang tua berlawanan dengan kehendak anak, maka sebaiknya anak mengalah dan</p>

	menghindari kontroversi dengan orang tua.
--	---

Analisis Scene 9

Tabel 4.10

<p><i>Sign</i></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Gambar 4.15</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gambar 4.16</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  <p>Gambar 4.17</p> </div>
<p><i>Object</i></p>	<p>Gambar 4.15 menunjukkan seorang ayah yang memberi nasihat dan semangat pada anaknya agar termotivasi oleh kesuksesan Haikal. Meskipun berlatar belakang dari keluarga sederhana, Haikal tetap bisa meraih kesuksesannya. Mendengarkan ucapan sang ayah dari anak tersebut Haikal nampak lebih semangat, Haikal yang sebelumnya murung mendengar keputusan ayahnya berubah berseri dan tersenyum lepas seperti pada gambar 4.17. Hal ini menunjukkan bahwa Haikal mulai mengerti akan nilai lebih dari keputusan ayahnya. Dengan taat dan patuh kepada nasihat orang tua, anak akan memperoleh ketenangan hati</p>

	<p>karena memperoleh keridhoan orang tua. Ketenangan tersebut tercermin dari raut muka Haikal yang bahagia ditunjukkan dengan senyum ringan di bibirnya.</p>
<i>Interpretant</i>	<p>Hak orang tua yang harus dipenuhi oleh anak adalah mentaati perintah orang tua. Scene ini menjelaskan akan faedah dari taat pada perintah dan nasehat orang tua. Sebagaimana yang tergambar dalam scene, bahwa dengan taat pada orang tua anak akan memperoleh kedamaian hati dan ketentrangan jiwa. Berbakti kepada orang tua mengantarkan anak pada keridhoan Allah. Karena ridho Allah terletak pada ridho kedua orang tua. Kesuksesan yang dibawa anak juga merupakan bagian dari bentuk mengangkat derajat orang tua dan bentuk menjaga nama baiknya. Kesuksesan anak akan mengingatkan bagaimana perjuangan orang tua dalam membesarkan dan mendidik anak, oleh karena itu anak harus bersungguh-sungguh dalam bekerja.</p>

Analisis Scene 11

Tabel 4.12

<p><i>Sign</i></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Gambar 4.18</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Gambar 4.19</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  <p>Gambar 4.20</p> </div>
<p><i>Object</i></p>	<p>Idul Fitri merupakan momen keagamaan yang di dalamnya banyak tradisi yang berkembang di masyarakat. Salah satunya adalah silaturahmi berkunjung ke sanak saudara untuk menjalin kebersamaan. Scene ini juga menggambarkan rasa bangga Haikal terhadap kedua orang tuanya yang telah berjuang dan mendukungnya hingga sukses meskipun berlatar belakang dari keluarga sederhana seperti pada gambar 4.19. Fenomena di mana anak sering lalai terhadap perjuangan dan kerja keras orang tua, namun dalam iklan ini justru ditunjukkan bagaimana sikap anak yang seharusnya, yakni berbangga atas perjuangan dan kerja keras orang tua.</p>

<i>Interpretant</i>	Anak harusnya menghindari sikap sombong terhadap orang tua, yakni dengan mengingat bagaimana perjuangan orang tua dalam mendidik dan membesarkannya. Tidak perlu malu dengan asal usul dan latar belakang keluarga, apalagi setelah anak sukses, karena itu akan menyakiti perasaan orang tua. Kewajiban anak adalah menghormati dan memuliakan orang tua dalam segala kondisi dan berbagai kesempatan.
---------------------	---

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian merupakan inti dari keseluruhan isi penelitian yang dijadikan fokus dalam permasalahan oleh peneliti. Dalam menganalisis representasi di media, perlu adanya penyaringan-penyaringan terhadap simbol dan data-data yang ditampilkan. Proses representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu saja. Makna yang sesuai dengan tujuan penelitian akan digunakan, sementara tanda-tanda lain yang tidak sesuai dengan tujuan dari penelitian akan diabaikan.

Iklan Pertamina Renovasi Rumah bukan sekedar iklan yang di dalamnya semata-mata untuk menawarkan suatu produk, melainkan juga terdapat makna yang terkandung di dalamnya. Iklan yang ditujukan untuk semua khalayak sasaran dari anak-anak hingga dewasa ini memiliki pesan-pesan akhlak, salah satunya ketika berhadapan dengan orang tua atau *birrul walidain*.

Menjelang lebaran tiba anak akan pulang ke kampung halamannya yakni rumah orang tua untuk

menjalin komunikasi dan silaturahmi. Meski kini komunikasi dapat dilakukan melalui perantara media apapun, namun komunikasi tatap muka tetap diperlukan terlebih hubungan antara anak dengan orang tua. Komunikasi sangat penting untuk menjalin keharmonisan dalam keluarga. Di sinilah akhlak anak banyak menjadi sorotan. Sebab itu, PT Pertamina berupaya merepresentasikan akhlak yang harusnya dimiliki seorang anak pada orang tuanya.

Berbakti kepada orang tua atau *birrul walidain* dapat diterapkan dengan berbagai macam cara. Pada iklan Pertamina “Renovasi Rumah”, *birrul walidain* direpresentasikan dengan suatu tindakan yang merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seorang anak kepada orang tuanya, meliputi:

1. Menjaga Hubungan Baik dengan Orang Tua

Hal baik yang harus dilakukan anak adalah dengan menjaga hubungan baik dengan orang tua dan dengan sanak keluarga mereka. Anak juga berkewajiban memohonkan ampun atas kesalahan orang tua, memenuhi janji-janjinya, serta menghormati kawan-kawan atau sahabat orang tua.⁵⁷ Hal ini sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur’an surat An-Nisa’: 36

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالْبَنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَلًا فَخُورًا

⁵⁷ Muhammad Abdurrahman, *Akhlaq: Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia...*, h. 138.

Artinya: “Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mnenyekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat ibnu sabil, dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri”⁵⁸ (An-Nisa’: 36)

Menjaga hubungan baik dengan orang tua, diwujudkan salah satunya dengan memperbanyak melakukan kunjungan terhadap keduanya, di samping jalinan komunikasi yang intens dan tidak terputus, terkhusus apabila kondisi anak berjauhan dengan orang tua.

Setelah tumbuh dewasa, anak biasanya memiliki keperluannya sendiri sehingga harus jauh dari orang tua. Adanya jarak tersebut seharusnya tidak menjadi penghalang komunikasi antara keduanya. Sebagaimana yang digambarkan dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” dalam scene 2 dan 5, di mana dalam kondisinya yang jauh dari orang tua, Haikal selalu menyempatkan untuk berkomunikasi dengan keduanya melalui telepon. Ia juga mengunjungi orang tuanya menjelang lebaran tiba, yang digambarkan dalam scene 8.

2. Berbicara dengan Lemah Lembut dan Merendahkan Suara

Berbakti kepada orang tua adalah sikap berbuat ihsan atau berbuat baik kepada keduanya. Berbuat

⁵⁸ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 84

baik tersebut dapat ditunjukkan salah satunya dengan tata cara dan etika dalam berbicara. Ketika berbicara kepada kedua orang tua seorang anak harus merendahkan suaranya agar tidak melebihi volume suara orang tua. Hal tersebut merupakan bentuk penghormatan kepada yang lebih tua.

Dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 24 disebutkan:

وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا
كَمَا رَبَّبَّانِي صَغِيرًا (24)

Artinya:

Dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah, "Wahai Tuhanku! Kasihanilah mereka keduanya, sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil (Al-Isra': 24)

Ayat tersebut memiliki beberapa makna. Salah satunya sebagaimana yang dikatakan Al Hafidz Ibnu Hajar-Rahimahullah: *"Dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan maksudnya, rendahkanlah kepada mereka tindakanmu."*⁵⁹

Al-Qurtubi juga mengatakan *"Maka menurut aturan ayat ini orang mesti menempatkan diri di hadapan kedua ibu bapaknya dengan serendah-rendahnya dalam berbicara, diam atau memandangi mereka. Terutama ketika memandangi janganlah ia menajamkan pandangannya kepada mereka karena sikap ini pandangan orang yang marah."*⁶⁰

⁵⁹ Muathafa bin Al-'Adawiyyi. *Fikih Berbakti Kepada Orang Tua...*, h. 27.

⁶⁰ Ibid. h.28.

Seorang anak hendaknya juga berbicara dengan perkataan yang lembut dan mulia terlebih ketika orang tua sudah berusia lanjut. Orang tua seringkali terbawa oleh perasaan, bahkan terkadang menangis ketika mendengar perkataan anaknya yang terdengar kasar. Ketika telah berusia lanjut, sikap orang tua akan berubah lebih kekanak-kanakan, mereka lebih mudah tersinggung dengan sikap dan perlakuan anak apabila tidak sesuai dengan kehendaknya. Pada gambar 4.8, menampilkan sosok Haikal yang berbicara dengan lemah lembut dengan ibunya meski percakapan antara keduanya dilakukan via telepon. Berbicara dengan tutur kata yang lembut dan suara yang rendah bukan hanya dilakukan ketika berbicara secara langsung namun melalui perantara media apapun. Sebenarnya berbicara dengan lemah lembut dan sopan bukan saja dilakukan ketika berhadapan dengan orang tua, tapi juga kepada setiap orang yang kita temui.

Berbicara dengan tutur kata yang sopan dan lemah lembut merupakan bentuk menyenangkan hati orang tua. Mengingat orang tua merupakan sosok yang telah membesarkan dan merawat anak dari kecil hingga tumbuh dewasa. Ibu telah bersusah payah mendidik sang anak, merawat, dan membesarkannya dengan penuh kasih sayang. Sementara ayah bersusah payah dalam mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Mengingat jasa-jasa kedua orang tua akan memudahkan anak dalam menerapkan sikap berbakti kepada orang tua terlebih dalam bertutur kata.

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, adab dalam berbicara kepada orang tua

telah diatur jelas dalam Al-Qur'an yakni surat Al-Isra' ayat 23 yang berbunyi:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَيَالُو لِدِينٍ إِحْسَانًا ۚ أِمَّا
يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا
أَفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (23)

Artinya:

Dan tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang yang diantara keduanya atau kedua-duanya berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" (bah, ah) dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia. (Q.S. Al-Isra': 23)

PT Pertamina berusaha menampilkan suatu sikap yang harusnya dimiliki seorang anak kepada orang tuanya. Sebagaimana dalam scene 5, Haikal yang selalu bertutur kata lembut pada orang tuanya. Sementara gambar Ibu Haikal ditunjukkan tengah menjemur batik, menunjukkan bagaimana jeri payah seorang Ibu dalam bekerja membesarkan sang anak. Scene tersebut mencoba mengingatkan bagaimana perjuangan Ibu dalam membesarkan anak, karenanya anak harus berbalas budi dengan berbakti kepada orang tua salah satunya dengan berbicara yang lembut dan merendahkan suara.

3. Taat Pada Kedua Orang Tua dan Mendengarkan Setiap Nasihatnya

Orang tua merupakan sosok yang harus kita dengarkan nasihat dan keinginan-keinginannya. Terkadang keinginan orang tua berlawanan dengan keinginan sang anak. Namun, keinginan tersebut tentu tidak lepas dari suatu alasan. Seperti halnya Pak Totot (ayah Haikal), ia sangat yakin pada pilihannya untuk tidak dilakukan renovasi pada rumah sederhana itu. Bagi Pak Totot rumah tersebut sangat bersejarah, kesederhanaan dari rumah tersebut akan selalu mengingatkan kepada pemiliknya untuk tetap rendah hati. Rumah tersebut merupakan bukti bersejarah bagaimana perjuangan ayah dan ibu Haikal dalam membesarkan anak hingga sukses.

Dewasa ini, kebanyakan seorang anak lebih mementingkan egonya, mereka lebih suka melawan keinginan orang tua lantaran tidak sesuai dengan kehendak hatinya. Namun sangat berbeda dengan yang dilakukan Haikal, seperti pada scene 8, Haikal hanya terdiam mendengar alasan ayahnya terkait renovasi rumah. Ia tidak sedikitpun membantah atas apa yang diucapkan sang ayah. Diam merupakan salah satu cara untuk menghindari perkataan yang justru akan menyakiti orang tua bila diucapkan. Hal ini sebagaimana ajaran Islam, anak sebaiknya mengalah dan menghindari kontroversi dengan orang tua jika pendapat antara keduanya berlawanan.

Selama keinginan orang tua tidak melanggar aturan-aturan dan ketentuan dari Allah, dan juga bukan merupakan suatu keinginan yang mengarah kepada kemaksiatan, maka lebih baik seorang anak mengikuti keinginan tersebut. Berbeda jika keinginan orang tua melanggar ketentuan Allah dan menuju arah maksiat, maka anak tidak boleh mengikuti keinginan

orang tua, seperti perintah untuk meninggalkan sholat, larangan untuk membayar zakat, dan hal tidak baik lainnya.

4. Bermusyawarah dengan Orang Tua dalam Setiap Urusan

Ketika seorang anak mendapati masalah atau suatu keinginan, baiknya seorang anak mendiskusikan permasalahan tersebut kepada orang tua agar memperoleh persetujuan dari keduanya. Terlebih apabila keinginan seorang anak sangat berkaitan dengan keperluan anggota keluarga.

Islam mengajarkan agar umatnya bermusyawarah ketika mendapati suatu permasalahan yang menyangkut kepentingan bersama. Dalam Al-Qur'an Surat Ali 'Imran ayat 159 disebutkan:

Artinya:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ
الْقَلْبِ لَأُنْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ وَاعْفُوا عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu, maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah, sungguh Allah

mencintai orang yang bertawakal.” (QS. ‘Ali ‘Imran: 159)⁶¹

Musyawahar merupakan jalan tengah dalam mengambil keputusan. Karena dengan musyawarah akan diperoleh kesepakatan bersama sehingga tidak ada kesalahpahaman antar anggota. Dalam keluarga, musyawarah sama pentingnya. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh Haikal sebagaimana dalam scene 2 dan 5, di mana ia menyampaikan keinginannya kepada orang tua agar memperoleh persetujuan dari keduanya. Sementara dalam scene 8 Haikal dan keluarganya digambarkan tengah bermusyawahar atau berdiskusi dalam suatu permasalahan yang dikehendaki Haikal.

Anak mungkin saja mempunyai pandangan dan pemikiran sendiri ketika meghendaki suatu keinginan. Namun terkadang orang tua tidak mengerti maksud keinginan anak tersebut, meski tujuan dari perbuatan dan keinginan anak baik dan tidak salah menurut agama. Oleh karena itu, anak sebaiknya menjelaskan apa yang dikehendakinya dengan sopan dan lemah lembut sebagaimana akhlak anak ketika berkomunikasi dengan orang tua. Namun apabila menemui suatu pendapat yang saling berlawanan antara anak dan orang tua, maka anak sebaiknya mengalah dan menghindari kontroversi dengan keduanya.

5. Menjaga Kehormatan dan Nama Baik Orang Tua

Hal yang perlu dilakukan anak kepada orang tuanya sebagaimana yang digambarkan dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” pada scene 9, yakni

⁶¹ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 71.

menjaga kehormatan dan nama baik orang tua. Segala tingkah laku anak mencerminkan pola didik dari orang tuanya, oleh karena itu anak harus selalu menjaga akhlakunya di manapun dan kapanpun ia berada.

Pihak pengiklan mencontohkan kewajiban anak dalam menjaga kehormatan dan nama baik orang tua tersebut dengan bersungguh-sungguh dalam bekerja sehingga meraih kesuksesan. Kesuksesan yang diraih anak mencerminkan bagaimana perjuangan keras dan jeri payah orang tua dalam mendidik dan menafkahi anaknya hingga tumbuh dewasa dan sukses. Hal tersebut juga bentuk mengangkat derajat orang tua di lingkungan tempat tinggalnya. Sebagaimana dalam scene 9, tetangga Haikal termotivasi oleh kesuksesan yang diraihnya. Hal ini secara tidak langsung Haikal telah mengangkat nama orang tuanya dengan kesuksesan yang ia raih.

6. Pentingnya Ridho Orang Tua

Dalam hadist disebutkan:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
 قَالَ (رَضَى اللَّهُ فِي رِضَى الْوَالِدَيْنِ وَسَخَطُ اللَّهِ فِي سَخَطِ
 الْوَالِدَيْنِ) (أَخْرَجَهُ التِّرْمِذِيُّ ، وَصَحَّحَهُ ابْنُ جِبَّانَ وَ الْحَاكِمُ.)

Artinya:

Dari Abdullah bin 'Amr bin 'Aash, dari Nabis saw. Ia bersabda: "Keridla-an Allah adalah pada keridla-an ibu –bapa dan kemurka-an Allah adalah

dalam kemurka-an ibu-bapa” (HR. Imam Tirmidzy dan dibenarkan oleh Ibnu Hibban dan Hakim)⁶²

Hadist tersebut menjelaskan akan pentingnya ridho kedua orang tua, karena ridho Allah bergantung pada ridho keduanya. Keridhoan orang tua dapat diperoleh anak dengan melaksanakan perintah orang tua, taat dan patuh, serta mendengarkan setiap nasihat-nasihatnya. Hal tersebut merupakan faedah dari berbakti kepada orang tua. Adanya keridhoan orang tua dalam segala langkah dan tindakan anak, akan membawa anak pada kebahagiaan, yakni berupa ketenangan hati.

Faedah berbakti kepada orang tua digambarkan dalam iklan Pertamina renovasi rumah, pada scene 9, ketika Haikal mendengarkan ucapan seorang ayah kepada anaknya yang melintas di halaman rumahnya, digambarkan wajah Haikal lebih semangat, ia tersenyum lepas menandakan suatu kesenangan tersendiri, seperti ditampilkan dalam gambar 4.17, Haikal lambat laun mengerti dengan maksud ayahnya mengapa rumah tersebut tidak boleh dipugar. Rumah sederhana tersebut dapat memotivasi orang lain agar semangat mencapai kesuksesan meski dengan keadaan ekonomi yang kekurangan.

D. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Merujuk pada teori representasi Hall, terdapat dua proses representasi. *Pertama*, representasi mental yang merupakan suatu konsep yang bersifat abstrak yang berada dalam pikiran manusia, baik individu maupun

⁶² A. Hassan, *Terjemah Bulughul Maram*, (Bangil: Percetakan Persatuan, 1985), h. 363.

kelompok. Proses pertama ini berupa sistem di mana segala macam objek berkorelasi dengan serangkaian konsep atau representasi mental yang ada di kepala seseorang. *Kedua* adalah bahasa yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Karena melalui bahasa, manusia dapat menghubungkan konsep dari pikiran masing-masing melalui simbol-simbol tertentu.⁶³

Menghubungkan antara tanda, objek, dan *interpretant*, maka dihasilkan representasi yang tepat sesuai dengan adegan dalam iklan Pertamina renovasi rumah. Representasi yang dihasilkan dari proses pemroduksian makna dari konsep yang ada dalam pikiran manusia kemudian dikeluarkan melalui bahasa. Hal inilah yang menjadi pandangan dalam menggali representasi dari iklan.

Dalam iklan Pertamina Renovasi Rumah, *birrul walidain* disimbolkan dengan anak yang telah tumbuh dewasa dan sukses berkat usaha keras orang tuanya. Sebagaimana dengan realitas sosial di masyarakat, jika anak telah tumbuh dewasa maka seorang anak hendaknya dapat membalas jasa-jasa kedua orang tuanya dengan menunjukkan sikap berbakti kepada keduanya.

Pada scene 2, sikap berbakti kepada kedua orang tua direpresentasikan oleh pihak pengiklan dengan menjalin hubungan baik dengan orang tua, terlebih apabila kondisi anak jauh dari orang tua, komunikasi harus tetap berlangsung. Karena tanpa adanya jalinan komunikasi yang intens hubungan dalam keluarga menjadi renggang.

Berbakti kepada kedua orang tua juga direpresentasikan dengan berbicara lemah lembut kepada keduanya terutama ibu. Dalam keadaan sesibuk

⁶³ Stuart Hall, 1997. *The Work of Representation...*, h. 17.

dan setelah apaun seorang anak, haruslah tetap menjaga etika berbicara kepada orang tua. Sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 4.8, Haikal nampak lelah dengan matanya yang sayu dan terlihat kantung mata, namun ia tetap menjaga etika dalam berbicara dengan sopan dan lemah lembut pada ibunya. Begitupun yang ditampilkan pada scene 5, Ketika berbicara melalui telepon, Haikal sangat berhati-hati dan memelankan suaranya. Ia tidak ingin menyinggung perasaan orang tuanya, terlebih dengan keinginannya yang belum mendapat persetujuan dari ayahnya.

Birrul walidain juga direpresentasikan dengan sikap taat dan patuh pada kehendak orang tua. Meski keinginan orang tua berlawanan dengan keinginan anak, namun anak harus memahaminya. Hal ini seperti yang tergambar dalam scene 8, Sikap diam Haikal dalam menerima keputusan ayahnya adalah cara yang baik untuk menghindari kata-kata yang apabila diucapkan mungkin justru menyinggung perasaan orang tua. Haikal lebih merenungkan apa yang diutarakan sang ayah dan menghindari adanya kontroversi.

Keputusan yang diambil orang tua umumnya akan lebih matang dari pada keputusan anak. Hal ini dikarenakan faktor usia dan pengalaman dari lingkungan sekitarnya. Sementara anak yang tidak biasa tinggal dilingkungan tersebut kurang mengenali bagaimana keadaan sosial disana. Selama keputusan orang tua sesuai dan dapat dibenarkan secara syariat dan moral dan tidak menentang ketentuan Allah, maka sebaiknya anak merenungkan apa yang dimaksudkan orang tua.

Mentaati perintah dan keinginan orang tua akan membawa keridhoan orang tua yang mengantarkan anak pada kebahagiaan dan ketenangan hati. Faedah berbakti ini direpresentasikan dalam scene 9 di mana Haikal digambarkan tersenyum lega.

Anak yang berbakti juga disebutkan sebagai anak yang melaksanakan hak-hak orang tuanya. Pada scene 9 digambarkan kesuksesan anak, di mana kesuksesan tersebut secara tidak langsung telah mengangkat derajat orang tua dan merupakan bentuk menjaga nama baik dan kehormatannya di lingkungan tempat tinggalnya.

Ketika mendapati suatu permasalahan, anak juga seharusnya mendiskusikan permasalahan tersebut dengan keluarga. Terlebih apabila permasalahan tersebut juga menyangkut kepentingan mereka. Hal ini direpresentasikan dalam iklan Pertamina “Renovasi Rumah” pada scene 8 yang digambarkan Haikal dengan orang tuanya tengah membicarakan keinginan Haikal terkait renovasi rumah.

Mengikuti teori representasi dari Hall, pemaknaan terhadap sesuatu dapat saja berbeda dalam suatu budaya dan kelompok masyarakat yang berbeda pula. Karena masing-masing budaya atau kelompok masyarakat memiliki cara-cara tersendiri dalam membuat sebuah makna. Sedangkan komunikasi dapat terjalin dalam kelompok masyarakat karena adanya peta konseptual yang sama secara luas dengan demikian masuk akal untuk menafsirkan dunia dengan cara yang hampir sama.⁶⁴

Melihat pada Iklan Pertamina “Renovasi Rumah”, setelah dilakukan analisis secara mendalam didapat sebuah pemaknaan dari *birrul walidain* yang relevan dengan pemaknaan yang ada di sebagian besar masyarakat dan kelompok sosial sebagaimana yang direpresentasikan dalam iklan.

Pada beberapa daerah, pemilihan kata dan tinggi rendahnya suara sangat menentukan sikap dan

⁶⁴ Stuart Hall. *The Work of Representation...*,h. 18

pemaknaan dalam berbakti kepada orang tua. Ketika seorang anak menggunakan nada yang tinggi atau suara yang keras bisa bermakna tidak sopan. Namun ketika menggunakan bahasa yang lembut, seorang anak dianggap memiliki etika dan tata krama yang bagus. Hal ini sebagaimana dalam iklan, yang mereduksikan makna *birrul walidain* sebagaimana pada pemahaman masyarakat pada umumnya dimana ketika seorang anak berbicara dengan lemah lembut dan sopan serta patuh pada orang tua maka anak tersebut dapat dikatakan berbakti.

Komunikasi dalam keluarga sebagaimana pandangan masyarakat pada umumnya, merupakan pokok terciptanya keluarga yang harmonis. Banyak keluarga yang berantakan karena tidak terjalannya komunikasi yang baik, seperti banyaknya kasus perceraian dan perselisihan pendapat dalam keluarga. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dalam keluarga. Oleh karena itu, pendapat dalam keluarga perlu disatukan dengan adanya musyawarah. Iklan Pertamina “Renovasi Rumah” memaknai *birrul walidain* dengan jalinan komunikasi yang baik dalam anggota keluarga khususnya antara anak dan orang tua. Bahkan ketika anak menghendaki suatu keinginan, maka keinginan tersebut harus dikomunikasikan terlebih dahulu dengan orang tuanya agar diperoleh keputusan yang lebih baik.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penyajian dan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti memperoleh beberapa kesimpulan terkait dengan *birrul walidain* yang direpresentasikan pada scene-scene dalam iklan Pertamina Renovasi Rumah edisi lebaran 2017 sesuai dengan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diperoleh makna *birrul walidain* sebagai suatu tindakan yang telah menjadi kewajiban bagi seorang anak atas orang tuanya, yakni menjalin komunikasi yang baik dan intens dengan orang tua meski kondisinya saling berjauhan. Komunikasi yang baik juga didasari dengan akhlak bertutur kata yang baik pula, yaitu dengan berbicara sopan, lemah lembut, dan merendahkan suara di hadapan orang tua. Merendahkan suara di hadapan orang tua merupakan bentuk penghormatan atas keduanya.

Kewajiban anak lainnya yang juga direpresentasikan dalam iklan yakni dengan meminta izin dan bermusyawarah apabila anak menghendaki suatu keinginan, terutama jika keinginan tersebut menyangkut kepentingan keluarga. Selain itu anak juga berkewajiban menjaga kehormatan dan nama baik orang tuanya dengan mencerminkan kepribadian yang baik yakni bersungguh-sungguh dalam bekerja dan meraih cita-cita. Kesuksesan anak menggambarkan usaha dan kerja keras orang tuanya, dengan ini anak secara tidak langsung telah mengangkat nama orang tuanya.

Pihak pengiklan juga merepresentasikan akan faedah dari berbakti kepada orang tua yakni adanya ridho dari

keduanya yang akan mengantarkan anak pada kebahagiaan dan ketenangan hati. Keridhoan orang tua tersebut diperoleh salah satunya dengan taat dan patuh kepada orang tua.

Pihak pegiklan yakni PT Pertamina menghadirkan gambaran seorang anak yang telah tumbuh dewasa sebagai simbol dalam merepresentasikan *birrul walidain* untuk memperkuat gambaran akhlak seorang anak kepada orang tuanya. Anak yang telah dewasa harusnya mengerti dan mampu membalas jasa-jasa orang tua semasa membesarkan anak dengan berbakti pada keduanya.

B. Rekomendasi

Setelah dilakukan analisis dan melihat pada hasil penelitian, maka terdapat beberapa rekomendasi yang peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya

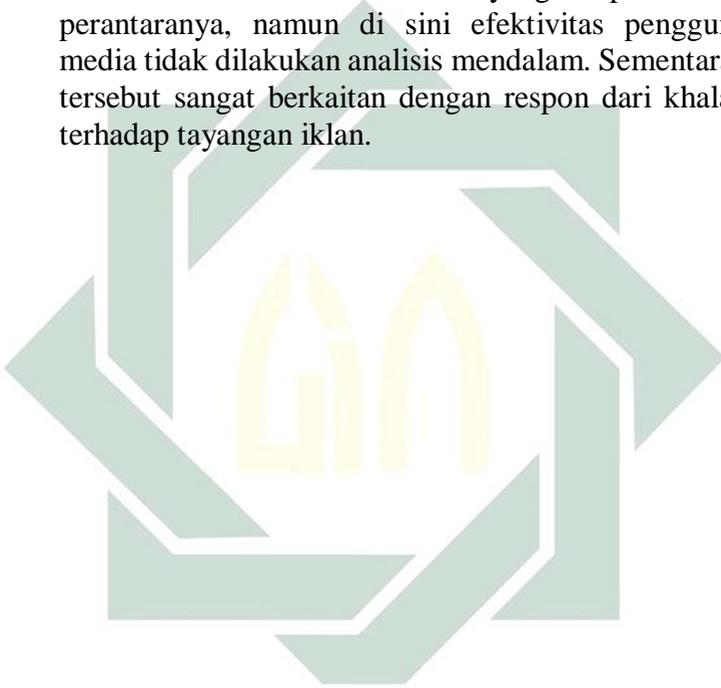
Penelitian ini terbatas pada semiotika iklan. Sementara aspek-aspek komunikasi lainnya seperti *feedback* atau respon audience terhadap iklan, strategi pemasaran, proses produksi iklan belum dilakukan penelitian. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat terfokus pada aspek-aspek tersebut.

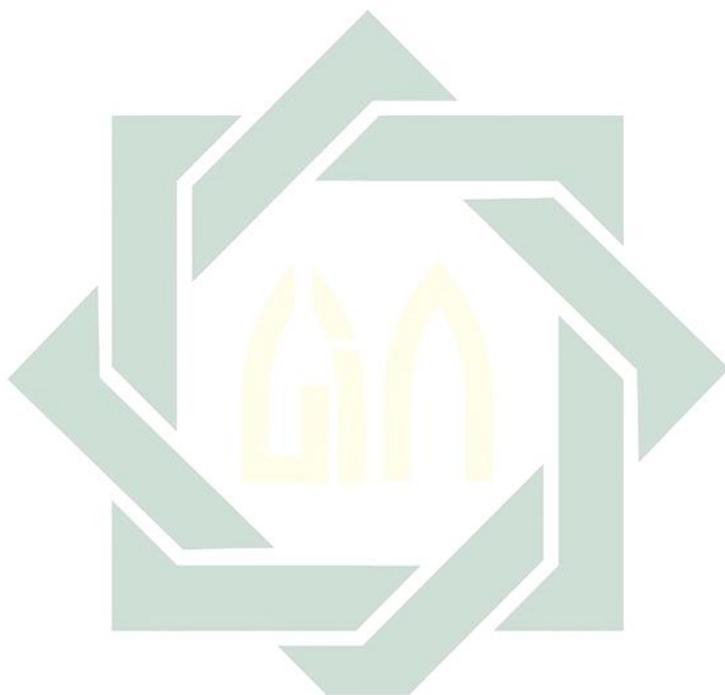
2. Bagi khalayak yang menonton

Khalayak diharapkan selektif dalam memilih tayangan iklan yang kirannya bermanfaat dan memberi pengaruh positif terutama bagi anak-anak hingga remaja. Anak-anak dan remaja kerap kali meniru apa yang ditampilkan dalam iklan, mengingat sifat iklan yang mampu mempersuasi khalayak. Sementara apa yang ditampilkan dalam iklan belum tentu realitas sebenarnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari adanya keterbatasan dikarenakan hal-hal tertentu yang tidak dapat dijangkau oleh peneliti. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah terbatas pada semiotika iklan. Iklan sendiri memerlukan media yang tepat sebagai perantaranya, namun di sini efektivitas penggunaan media tidak dilakukan analisis mendalam. Sementara hal tersebut sangat berkaitan dengan respon dari khalayak terhadap tayangan iklan.





DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Muhammad, *Akhlaq: Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*, Jakarta: PT Persada Grafindo Persada, 2016.
- Al 'Adawiyyi, M., *Fikih Berbakti Kepada Orang tua*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- An Nahdi, A.U.A.N., Makna Pesan Kesabaran Ibu dalam Film Ibu (Analisis semiotika Charles Sander Peirce, *Skripsi* Kornunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Aziz, Ali., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Amrozi, Y., *Dakwah Media dan Teknologi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Bachtiar, A., *Metode Penelitian komunikasi Dakwah*, Surabaya : UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Badiatul Mardiyah, "Pesan Dakwah dalam Film Insha Allah Sah (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Bemat, M.M.A.I., *Berbakti Kepada Orang Tua*. Yogyakarta: Penebit Cahaya Muslimah, 2003.
- Graeme Burton. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta : Jalasutra, 2012.

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.

Fiske. J., *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra, 2006.

Hafara, F.F., "Representasi Makna Birrul Walidain dalam Film Ada Surga di Rumahmu", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015

Hall. S., *The Work of Representation" Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: SAGE Publication, 1997.

Hidayati, N., "Representasi Kecantikan dalam Iklan Clean & ClearONatural Bright Face Wash Versi 'Mine Mine0Mine' di MediaTelevisi", *Skripsi*, Jurusan Komunkasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Ilahi, W., *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.

Karunia, E.N., Representasi Kesabaran Muslimah dalam Iklan Sun silk Clean and Fresh Versi Risty Tagor. *Skripsi* Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Kasakoy, J.P., "*Jurnal e-komunikasi*" (online), Vol. 4 No. 1 Tahun 2016, diakses pada 4 Januari 2020, dari

<https://media.neliti.com/media/publications/82771-ID-representasi-perempuan-dalam-film-star-w.pdf>

- Laila, A., Makna Birrul Walidain dalam Film ada Surga di Rumahmu: Analisis Semiotik Model Roland Barthes, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016.
- Noviani. R., *Jalan Tengah Memahami Iklan Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- O'Sullivan. *Key Concept of Communication and Cultural Studies*, London: Routledge, 1994.
- Sobur, Alex., *Analisis Tek Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Sobur, Alex., *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Sunarto, *Etika Dakwah*. Surabaya: Jaudar Press, 2015.
- Suranto, *Komunikasi Sosial Budaya*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Umar Hasyim. *Anak Saleh*. Surabaya: PT Bina Ilmu, t.t.
- Wibowo, I.S.W., *Semiotika Komunikasi, Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013.

Kewajiban Anak Pada Orang Tuanya

<https://dalamislam.com/hukum-islam/hukum-membahagiakan-orang-tua/amp> diakses pada 12 Maret 2020 pukul 11:46 WIB

Pengertian Representasi

<http://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada Selasa 17/12/2019 pukul 19.59 WIB

Tentang PT Pertamina

<https://www.pertamina.com/id/siapa-kami> diakses pada 26 Januari 2020 pukul 14:10 WIB

Visi, Misi, Tujuan, dan Tata Nilai PT Pertamina

<https://www.pertamina.com/id/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai> diakses pada 26 Januari 2020 pukul 15:32 WIB

Penetrasi Televisi

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi> diakses pada 25 September 2019 pukul 20:43 WIB.

<http://eprints.umm.ac.id/37002/3/jiptummpp-gdl-medialelyl-51432-3-babii.pdf> diakses pada minggu 29 desember 2019 pukul 23:50 WIB