



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PESAN AKHLAK IKLAN PADA KANAL  
YOUTUBE WARDAH BEAUTY  
*#LANGKAHBAIKMUBERARTI* EDISI  
RAMADHAN TAHUN 2021 (ANALISIS  
SEMIOTIK FERDINAND DE SAUSSURE)**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (*S.Sos*)**

**Anggun Tri Laksanti**

**NIM: B91219085**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UIN SUNAN AMPEL**

**SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismillahirrohmanirrohim...*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anggun Tri Laksanti  
NIM : B91219085  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Pesan Akhlak Iklan Pada Kanal Youtube Wardah Beauty  
#LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021  
Alamat : Jatiroso, 04/013, Sumbergedang, Pandaan, Pasuruan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak dikumpulkan kepada pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagias, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 23 Juni 2023



yang Menyatakan

**Anggun Tri Laksanti**  
**B91219085**

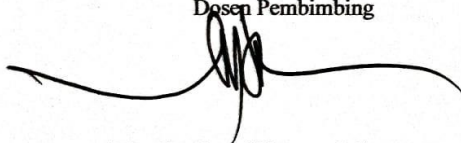
## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Anggun Tri Laksanti  
NIM : B91219085  
Prodi : Komunikasi dan Peyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Judul : Pesan Akhlak Iklan Pada Kanal Youtube  
Wardah Beauty #LangkahBaikmuBerarti Edisi  
Ramadhan Tahun 2021

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 7 Juni 2023

Dosen Pembimbing



**Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I, MA.**

**NIP: 197805092006041004**

**LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI**

**"PESAN AKHLAK IKLAN PADA KANAL YOUTUBE WARDAH BEAUTY  
#LANGKAHBAIKMUBERARTI EDISI RAMADHAN TAHUN 2021"**

**SKRIPSI**

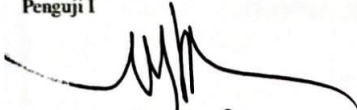
Disusun oleh:  
**Anggun Tri Laksanti**  
B91219085

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu

Pada tanggal 6 Juli 2023


Tim Penguji

Penguji I



**Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I., M.A.**  
NIP. 197805092006041004

Penguji II



**Dr. H. Sunarto AS, M.El**  
NIP. 195912261991031001

Penguji III



**Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I**  
NIP. 196912192009011002

Penguji IV



**Rozaqul Arif, M.Sos.I**  
NIP. 198210122015031004

Sutapa, 6 Juli 2023

Dekan



**Dr. Moch. Chabul Arif, S.Ag, M.Fil.I**  
NIP. 197410171998031001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Anggun Tri Laksanti  
NIM : B91219085  
Fakultas/Jurusan : FDK/KPI  
E-mail address : anggun11@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 :

Pesan Akhlak Iklan pada Kanal Youtube Wardah Beauty #LangkahBaikmuBerarti Edisi

Ramadhan Tahun 2021 (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure)

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, 26 Juli 2023

Penulis

( Anggun Tri Laksanti )  
*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

**ANGGUN TRI LAKSANTI, NIM. B91219085, 2023.** Pesan Akhlak Iklan Pada Kanal Youtube Wardah Beauty #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021 (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure). Skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Kata Kunci: Pesan Akhlak, Iklan, Youtube, Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure, Wardah.

Dalam skripsi ini, rumusan masalah yang diteliti adalah apa pesan akhlak iklan wardah “#LangkahBaikmuBerarti” edisi Ramadhan tahun 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pesan akhlak yang terkandung dalam iklan pada kanal youtube wardah beauty #LangkahBaikmuBerarti edisi Ramadhan tahun 2021 (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure).

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan analisis semiotik model Ferdinand De Saussure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan akhlak yang terkandung dalam iklan ini adalah akhlak kepada sesama manusia yang ditunjukkan dengan sikap tolong menolong dari masing-masing pemeran.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar mengkaji iklan Wardah ini dari aspek lain, karena dalam penelitian ini peneliti hanya mengkaji mengenai pesan akhlak yang terkandung dalam iklan tersebut dengan menggunakan analisis semiotik model Ferdinand De Saussure.

## ABSTRACT

**ANGGUN TRI LAKSANTI, NIM. B91219085 2023.** The moral of messages an advertisement on Wardah Beauty's Youtube Channel #LangkahBaikmuBerarti Ramadhan Edition 2021 (Semiotic Analysis of Ferdinand De Saussure).

Thesis for program Communication & Islamic Boarding, Faculty of Communication & Da'wa, University of Islamic State Sunan Ampel.

*Keywords: Moral of Messages, Advertisement, Youtube, Semiotic Analysis of Ferdinand De Saussure.*

This thesis studied about the moral of messages an advertisement on Wardah #LangkahBaikmuBerarti Ramadhan Edition 2021. The method of this study used qualitative approach with descriptive method. The data were collected by using observations and documentations. This study aims to determine the moral of messages contained in an advertisements on Wardah Beauty's youtube channel #LangkahBaikmuBerarti Ramadhan edition 2021 (Semiotic Analysis of Ferdinand De Saussure).

For answer the formulation of problem in this research, the researcher used a descriptive qualitative approach, using the semiotic analysis of Ferdinand De Saussure. The results of this research show that moral of the messages contained in this advertisement is morals to fellow human beings shown by the attitude of mutual assistance from each actrees.

Recommendations for further research are to study this Wardah advertisement from other aspects, because in this study the researcher only examined the moral messages contained in the advertisement using the semiotic analysis of the Ferdinand De Saussure model.



## خلاصة

مغزى الرسائل إعلان على قناة وردة بيوتي على اليوتيوب # لانجكابايكموبراتي نسخة رمضان 2021 (التحليل السيميائي لفرديناند دي سوسور).

أطروحة لبرنامج الاتصال والبورء الإسلامي ، كلية الاتصال والدعوة ، جامعة الدولة الإسلامية  
سنان أمبل

الكلمات المفتاحية: أخلاق الرسائل ، الإعلان ، اليوتيوب ، التحليل السيميائي لفرديناند دي  
سوسور.

تمت دراسة هذه الأطروحة رسائل معنوية اعلان على وردة# لانجكابايكموبراتي نسخة رمضان  
2021.

استخدم منهج هذه الدراسة المنهج النوعي مع المنهج الوصفي تم جمع البيانات باستخدام  
الملاحظات والتوثيق تحدف هذه الدراسة إلى تحديد مغزى الرسائل الواردة في الإعلانات على قناة  
وردة بيوتي على اليوتيوب # لانجكابايكموبراتي طبعة رمضان 2021 (التحليل السيميائي  
لفرديناند دي سوسور)

للإجابة على صياغة المشكلة في هذا البحث ، استخدم الباحث المنهج الوصفي النوعي  
باستخدام التحليل السيميائي لفرديناند دي سوسور تظهر نتائج هذا البحث أن أخلاق الرسائل  
الواردة في هذا الإعلان هي أخلاق لإخواننا من بني البشر يتضح من موقف المساعدة المتبادلة  
من كل قانون

توصيات لمزيد من البحث لدراسة إعلان وردة هذا من جوانب أخرى ، لأنه في هذه الدراسة قام  
الباحث فقط بفحص الرسائل الأخلاقية الواردة في الإعلان باستخدام التحليل السيميائي لنموذج  
فرديناند دي سوسور



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>خلاصة.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BABI PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Konseptual.....	7
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK.....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Teoritik.....	11
1. Pesan Akhlak .....	11
a. Pengertian Pesan Akhlak .....	11
b. Sumber-Sumber Akhlak.....	15
c. Macam-Macam Akhlak.....	18
2. Tolong-Menolong terhadap Sesama (Akhlak kepada sesama manusia).....	21
a. Tolong-Menolong terhadap Sesama ...	21
b. Perintah untuk Saling Tolong-Menolong .....	21

c. Bentuk Tolong-Menolong terhadap Sesama .....	22
B. Kajian Iklan sebagai Media Dakwah .....	23
1. Pengertian Media Dakwah.....	23
C. Pengertian Youtube .....	25
D. Analisis Semiotik .....	26
E. Penelitian Terdahulu .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40
B. Unit Analisis .....	43
C. Jenis dan Sumber Data.....	44
D. Tahap-Tahap Penelitian .....	44
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
F. Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV PENYAJIAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>49</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian Produk Wardah ...	49
B. Penyajian Data .....	55
C. Analisis Data.....	62
D. Interpretasi Pesan Akhlak Iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021 .....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	81
C. Keterbatasan Penelitian.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 4.1 Penyajian Data.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.2 Analisis Data <i>Signifier</i> dan <i>Signified Scene</i> 1....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.3 Analisis Data <i>Signifier</i> dan <i>Signified Scene</i> 2....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.4 Analisis Data <i>Signifier</i> dan <i>Signified Scene</i> 3....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.5 Analisis Data <i>Signifier</i> dan <i>Signified Scene</i> 4....</b>	<b>63</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1 .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 4.2 .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 4.3 Wardah Makeup.....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 4.4 Wardah Skincare.....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 4.5 Wardah Body Care.....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 4.6 Wardah Hair Care.....</b>	<b>45</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat mengajak dalam hal kebaikan dan meninggalkan keburukan. Allah SWT memberikan anjuran kepada makhluknya sebagai manusia untuk berdakwah kepada sesama maupun dirinya sendiri. Secara umum, dakwah merupakan kewajiban bagi setiap manusia, hal seperti perintah agama, akal, dan realita yang ada juga mendasari bahwa dakwah sebagai sebuah kebutuhan setiap mat muslim.<sup>2</sup>

Dakwah sebagai kewajiban dijelaskan dalam Q.S Ali Imran ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ  
الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ  
الْفَاسِقُونَ<sup>3</sup>

Artinya: “Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Diantara mereka ada yang

---

<sup>2</sup> N. Faqih Syarif, *Menjadi Da'I yang Dicintai*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 12.

<sup>3</sup> <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=110&to=200>  
(diakses pada tanggal 16 April 2023 pukul 11.35 pm).

*beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.”*

Ayat tersebut dapat diartikan, manusia sebagai makhluk yang dipilih untuk diciptakan sebaik-baiknya daripada makhluk yang lain, dipercayai untuk menjaga Amanah dalam berdakwah yaitu, mengajak dalam berbuat baik dan mencegah perbuatan yang buruk.

Dakwah memiliki beberapa komponen, salah satunya adalah pesan dakwah. Isi pesan dakwah yaitu mengajak kepada suatu hal yang baik dan meninggalkan perbuatan buruk. Isi pesan dakwah bersumber dari Hadist, Alqur'an, dan pendapat Ulama', kisah teladan, hingga karya seni.<sup>4</sup>

Penggunaan alat bantu media sering kali digunakan dalam era globalisasi saat ini. Media dakwah merupakan peralatan yang digunakan dalam berdakwah guna menunjang kegiatan berdakwah itu sendiri.<sup>5</sup> Oleh karena itu, media menjadi salah satu unsur yang penting bagi seorang Da'i untuk membantu mencapai tujuan dakwahnya.

Salah satu media massa yang sering digunakan semua kalangan adalah youtube sebagai media audiovisual. Dakwah melalui youtube lebih efisien dan efektif, karena pengguna bisa melihat dan mendengarkan video secara bersamaan. Video juga dapat diputar kembali, maupun diunduh secara gratis.

Dakwah melalui karya seni merupakan salah satu media dakwah yang dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Youtube sebagai media massa yang bisa diakses semua kalangan. Kapanpun dan dimanapun

---

<sup>4</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2004), h. 272-282.

<sup>5</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, 2009.

seseorang berada pasti masih bisa mengakses youtube asalkan mempunyai jaringan internet yang kuat.

Fenomena adanya youtube sebagai media hiburan dan penggunaannya sangat banyak serta mencakup semua kalangan, membuat beberapa instansi perusahaan yang turut menggunakan youtube sebagai salah satu media yang dapat mengenalkan perusahaan atau produk dari sebuah *brand* kepada masyarakat. Bukan hanya melalui media televisi atau radio saja namun dengan youtube, perusahaan dapat mengunggah informasi atau proyek-projek yang bersifat komersial dengan lebih panjang dan memiliki informasi yang detail.

Iklan merupakan suatu hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan di masyarakat. Iklan menurut Schultz merupakan semua bentuk komunikasi ide, barang, jasa atau layanan non pribadi bersifat berbayar oleh sponsor yang teridentifikasi, hal tersebut termasuk media massa tradisional seperti televisi, majalah, papan reklame, dan lainnya.<sup>6</sup>

Pengiklanan dilakukan agar menarik minat konsumen untuk membeli atau memakai layanan/jasa. Pada saat ini iklan tidak hanya berisi mengenai informasi atau pengumuman, namun juga dikemas secara unik, misalnya dengan memasukkan alur cerita di dalamnya, yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu hal yang sesuai dengan iklan tersebut. Seperti iklan produk anlene di televisi yang telah diteliti oleh Radyta Sita Fatih Anggrani dalam skripsinya yang berjudul “Pesan Akhlak dalam Iklan Anlene Edisi Ramadhan 1438 H Versi Belanja”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan mengenai pesan akhlak yang terkandung dalam

---

<sup>6</sup> Siti Aisyah, dkk. *Dasar-Dasar Periklanan*, Yayasan Kita Menulis, Cet- 1, 2021.



iklan anlene tersebut, dikemas dengan unik yaitu memiliki alur cerita seorang anak yang memiliki akhlak berbakti kepada orang tua khususnya ibunya. Meskipun hanya memiliki durasi satu menit, namun pesan akhlak dalam iklan tersebut dapat tersampaikan kepada audiens yang patut untuk dicontoh, sekaligus mengiklankan produk susu anlene itu sendiri.

Fenomena yang terjadi sekarang adalah masih banyak orang yang kurang memiliki moral atau akhlak yang baik terhadap orang yang lebih tua maupun sesamaya. Contohnya yang terjadi di internet, ketika seseorang mengisyaratkan tanda-tanda bunuh diri ke status whatsapp yang merupakan salah satu fitur dari aplikasi whatsapp dimana penggunanya dapat mengunggah foto atau video keseharian dan akan hilang setelah 24 jam.<sup>7</sup> Setelah itu banyak netizen yang berkomentar bahwa hal tersebut hanyalah indakan cari perhatian, dan kata-kata ejekan lainnya. Hingga akhirnya terdapat kabar bahwa ada penemuan jenazah korban bunuh diri yang ternyata seorang pemuda yang mengunggah status whatsapp tersebut.<sup>8</sup>

Tindakan yang dilakukan netizen dengan beromentar dan tidak menunjukkan simpati maupun empati tersebutlah yang dapat dinilai tidak mempunyai akhlak

---

<sup>7</sup> Kevin Rizky Pratama, "Apa itu Whatsapp Status dan Bagaimana Cara Menggunakannya", Kompas.com, <https://tekno.kompas.com/read/2022/11/02/10150027/apa-itu-whatsapp-status-dan-bagaimana-cara-menggunakannya-?page=all> (diakses pada tanggal 1 April 2023, pukul 1.37 pm)

<sup>8</sup> Dina Agustina, "Viral Pria Update Status Isyaratkan Bunuh Diri tapi diejek Caper Ditemukan Tewas di Kos", indozone, <https://www.indozone.id/life/OjsNEer/viral-pria-update-status-isyaratkan-bunuh-diri-tapi-diejek-caper-ditemukan-tewas-di-kos/read-all> (diakses pada tanggal 1 April 2023, pukul 1.48 pm)

yang baik terhadap sesama manusia. Berangkat dari latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti ingin mengetahui pesan akhlak yang terkandung dalam iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti edisi Ramadhan tahun 2021, dimana peneliti beranggapan bahwa kajian seputar akhlak kepada sesama dibutuhkan. Selain itu dalam iklan tersebut pesan dakwah akhlak terlihat lebih menonjol.

Dalam penelitian ini berupa video yang bersifat komersil atau iklan. Hal ini dimanfaatkan oleh beberapa *brand*, terlebih lagi *brand* yang memiliki keterkaitan dengan agama Islam, layaknya Wardah yang mengklaim bahwa produk-produk yang diperjual belikan memiliki sertifikat halal, untuk menyampaikan kebaikan yang bersifat mengajak (dakwah) kepada masyarakat luas. Kanal youtube WardahBeauty berisikan konten yang bersifat promosi produk-produk terbarunya. Selain itu, konten yang ditunjukkan juga bersifat promosi dan memotivasi contohnya seperti #wardahbergerakhidupkanharapan. Iklan dalam konten tersebut kebanyakan memiliki alur cerita dan berdurasi 1 menit.

Berikut adalah pengertian akhlak yang dikemukakan oleh beberapa ahli diantaranya, Soegardo Poewarkawartja mengemukakan bahwa budi pekerti, watak (kesadaran etik moral), merupakan bagian dari akhlak, seperti perilaku yang baik karena adanya sikap yang baik kepada sang khalik dan sesama manusia.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Al Ghazali, akhlak ialah suatu hal yang telah ada dalam jiwa seseorang sejak lahir, sehingga perbuatan dapat muncul dan dilakukan dengan mudah tanpa adanya pertimbangan dan pemikiran lebih

---

<sup>9</sup> Hamzah Ya'qub, *Etika Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1993), H. 11.

dulu.<sup>10</sup> Pendapat lain yang dikemukakan oleh Dzakiah Drazat mendefinisikan akhlak lebih luas yaitu, “kelakuan yang timbul dari hasil perpaduan antara Nurani, pikiran, dan kebiasaan yang menyatu, membentuk suatu kesatuan tindakan akhlak yang dihayati dalam kenyataan hidup keseharian”.<sup>11</sup>

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh ahli di atas, kesimpulannya yaitu akhlak adalah sifat atau kebiasaan yang tertanam dalam diri seseorang sejak lahir, sehingga dapat menyebabkan perilaku atau perbuatan secara spontan tanpa adanya pertimbangan.

Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti “Pesan Akhlak Pada Kanal Youtube Wardah Beauty #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021 (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure).

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian ini akan dibatasi atau difokuskan pada rumusan masalah berikut, berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas:

Apa pesan akhlak iklan Wardah “#LangkahBaikmuBerarti” edisi Ramadhan Tahun 2021?

## **C. Tujuan Penelitian**

Hasil penelitian ini bertujuan untuk memahami pesan akhlak dalam iklan Wardah edisi Ramadhan tahun 2021 yang terdapat dalam kanal youtube Wardahbeauty, serta mengetahui dampaknya terhadap masyarakat beragama muslim

---

<sup>10</sup> Humaidi Tatapangarsa, *Akhlak yang Mulia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1980), H. 11.

<sup>11</sup> Dzakiah Drazat, *Pendidikan Islam dalam Keluarga dan Sekolah*, (Jakarta: CV Ruhama, 1993), H. 10.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil yang didapat dalam penelitian ini, penulis berharap agar bermanfaat kepada semua kalangan secara teoritis maupun praktis. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pemahaman adanya pesan akhlak dalam sebuah iklan pendek. Penelitian ini juga bisa berkontribusi sebagai bahan diskusi oleh para akademisi agar dapat menambah wawasan mengenai kajian pesan dakwah beserta dampaknya.

#### **E. Definisi Konsep**

Suatu istilah yang mengungkapkan ide atau menggambar sesuatu dalam satu kata atau lebih disebut konsep.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini ada beberapa konsep yang akan peneliti jelaskan lebih mendalam agar dapat memahami penelitian pada pembahasan selanjutnya.

##### **1. Pesan Akhlak**

Pesan akhlak memiliki makna yaitu, suatu prinsip, landasan, dan metode yang ditentukan oleh wahyu yang digunakan untuk mengatur tingkah laku atau hubungan antar manusia, sehingga tujuan keberadaannya di dunia dapat dicapai secara sempurna.<sup>13</sup>

Pesan akhlak yang akan dianalisis dalam iklan Wardah edisi Ramadhan tahun 2021 adalah pesan yang tersirat di beberapa *scene* atau adegan dalam iklan yang berdurasi 1 menit, yang diperankan oleh model Dewi Sandra. Iklan tersebut menunjukkan kegiatan saling tolong menolong, sehingga peneliti

---

<sup>12</sup> Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), H. 4.

<sup>13</sup> Muhammad Abdurrahman, *Akhlaq Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), H. 6.

akan menganalisis mengenai pesan akhlak yang disampaikan dalam iklan tersebut.

## 2. Iklan Wardah

Menurut Dunn dan Barban, iklan merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi non personal atau komunikasi massa yang ditunjukkan melalui media yang memiliki tarif untuk membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat persuasive kepada konsumen, oleh perusahaan, Lembaga non komersial, maupun pribadi yang memiliki kepentingan.<sup>14</sup>

Pesan akhlak yang akan dianalisis terdapat dalam Iklan Wardah edisi Ramadhan tahun 2021, yang terdapat dalam kanal youtube Wardahbeauty. Iklan tersebut memiliki *tagline* #LangkahBaikmuBerarti, diperankan oleh Dewi Sandra sebagai tokoh utama yang melakukan kebaikan sehingga kebaikan tersebut bermanfaat bagi orang lain, serta orang tersebut dapat berbuat baik kepada yang lainnya juga.

yaitu, akhlak Dewi Sandra yang menolong ibu-ibu yang berjualan dengan cara membeli jualanannya, dan membayarnya dengan uang lebih. Hingga akhirnya agar jualanannya semakin menarik, ibu-ibu tersebut memperbaiki tempat jualanannya dengan membeli lampu kepada dua orang wanita yang memproduksi secara *handmade*. Dapat dikatakan pesan akhlak yang disampaikan dalam iklan tersebut ditunjukkan dengan *scene* tolong menolong yang juga terjadi karena akhlak atau kebiasaan baik yang dimiliki oleh masing-masing tokoh.

---

<sup>14</sup> Rusman Latief, Yusiatie Utud, Siaran Televisi Non-Drama (Kreatif, Public Relations, dan Iklan), (Jakarta: Kencana, 2017), hh. 215-216.

### 3. Youtube

Youtube merupakan sebuah laman web yang penggunaannya dapat mengunggah sebuah rekaman video sehingga bisa dilihat dan diapresiasi oleh banyak orang.<sup>15</sup> Youtube juga merupakan video berbasis online yang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan, meninjau, dan berbagi rekaman unik ke seluruh pengguna melalui hal tersebut.<sup>16</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Peneliti dalam pembahasan ini, berusaha untuk menganalisis penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan, untuk memudahkan dan mengarahkan penelitian ini, yang berisikan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan yang memuat beberapa sub bab antara lain meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

Bab II: pada bab ini memuat tentang kajian kepustakaan, yang berisikan sub bab sebagai berikut yaitu, (A) Kajian akhlak sebagai konsep dakwah: pengertian pesan akhlak, sumber-sumber akhlak, macam-macam akhlak, tolong menolong kepada sesama manusia (akhlak kepada sesama manusia), bentuk tolong menolong terhadap sesama manusia (contoh akhlak kepada sesama manusia).

Bab III: Pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, Teknik dan pengumpulan data, dan Teknik analisis data menjadi bahasan dalam bab 3 ini.

---

<sup>15</sup> Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, *Pemanfaatan Animasi Promosi dalam Media Youtube*, Bali: Sekolah Tinggi Desain Bali. 2019, H. 260.

<sup>16</sup> Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala Net Generation*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, 2015, H. 47.

Bab IV: Pada bab ini berisikan 3 sub bab lain yaitu, gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil penelitian (analisis data).

Bab V: Bab ini meliputi kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah, serta saran yang membangun terhadap peneliti selanjutnya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## BAB II

### KAJIAN TEORITIK

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Pesan Akhlak

###### a. Pengertian Pesan Akhlak

Data, fakta, dan peristiwa yang ada di alam semesta, yang disampaikan kepada orang lain, dan diolah oleh manusia dan bertujuan untuk menyampaikan informasi, memberitahu, mendidik, dan lain sebagainya, maka dapat disebut sebagai pesan.<sup>17</sup> Pesan dapat disampaikan secara langsung maupun dengan berbagai media. ada beberapa poin penting yang mendasari makna dari pesan yaitu, berisi mengenai informasi yang dikemas dengan menarik, mengetahui audiens sehingga pesan menjadi efektif dan efisien.<sup>18</sup> Komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan secara verbal atau non verbal, disebut pesan.

Toto Tasmara mengatakan bahwa pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.<sup>19</sup> Komunikasi yang dilakukan secara sadar tentunya memiliki tujuan tertentu yang diinginkan, yaitu dibalik pesan yang

---

<sup>17</sup> Kustadi Suhendang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), H. 80.

<sup>18</sup> Ruli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*, (Jakarta: Kencana, 2013), H. 41-42.

<sup>19</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), H. 18.

disampaikan memiliki keinginan tersembunyi.<sup>20</sup>

Definisi pesan menurut para ahli:

- 1) Wahyu Ilaihi mendefinisikan istilah “pesan” sebagai sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Dalam hal ini, pesan adalah seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang dapat mewakili nilai, pikiran, perasaan, dan niat sumber.<sup>21</sup>
- 2) Menurut Hafied Cangara, pesan merupakan seperangkat isyarat atau simbol dari seseorang untuk maksud tertentu agar penyampaian isyarat/symbol itu berhasil dan menyebabkan sesuatu.<sup>22</sup>

Adapun akhlak atau khuluq memiliki makna adab atau etika seseorang dalam bersikap dan bertindak. Dalam bahasa Arab merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan oleh seseorang, dan kebiasaan tersebut selalu terwujud dalam tindakan lahiriahnya. Secara umum, batin seseorang akan dipengaruhi oleh sikap atau perilaku yang dilahirkannya.<sup>23</sup> Akhlak mulia merupakan hal yang mendasar dari peradaban umat. Dalam Al Qur'an, Allah mengisahkan umat-umat terdahulu yaitu kaum Luth, Samud,

---

<sup>20</sup> Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press, 2010), H. 4.s

<sup>21</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), h. 97.

<sup>22</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2004).

<sup>23</sup> Op. Cit, *Akhlaq Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*, H. 6.

kaum Nabi Ibrahim, dan lainnya.<sup>24</sup>Dapat dikatakan, pesan akhlak merupakan suatu metode yang digunakan sebagai landasan untuk mengatur perilaku atau moral manusia, yang memiliki tujuan sempurna.

Ada 2 unsur yang terkandung dalam pesan akhlak yaitu, akhlak kepada Allah SWT *Hablun Minallah* yang menyebabkan kesalahan secara personal, dan akhlak kepada sesama manusia *Hablun Minannaas* yang menghasilkan kesalahan secara sosial.<sup>25</sup>

Karakteristik Islam, menurut Al Hidayah (2008) ada beberapa yang harus disampaikan, salah satunya yaitu Islam ada dan berasal dari Allah SWT bukan dari manusia. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan (akidah), hukum-hukum (syariah), dan perilaku atau moral (akhlak) yang ditetapkan oleh Allah SWT juga merupakan suatu perintah ilahi dari Allah SWT.<sup>26</sup>

Endang Syaifudin Ansari mengatakan pokok-pokok ajaran Islam dapat dirinci menjadi beberapa<sup>27</sup>, sebagai berikut :

- 1) Akidah, atau iman kepada Allah SWT, para malaikat Allah, Rasul Allah, dan qadha dan qadar secara keseluruhan.

---

<sup>24</sup> Andi Wahyudi, *Materi Kultum Penyejuk Hati*, (Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2013), H. 57.

<sup>25</sup> Uup Gufron, "Pesan Dakwah Akhlak Lewat Media Cetak (Studi Kasus Majalah Hidayah), *Jurnal Bimas Islam*, Vol 6 no 3, Tahun 2013, h. 482

<sup>26</sup> Iftitah Jafar dan Mudzhira Nur Amrullah, "Bentuk-Bentuk Kajian Dakwah dalam Al Qur'an", *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 8, No. 1, (Juni, 2018), H. 6.

<sup>27</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Cet. Ke- 4*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), H. 332.

- 2) Syariah, meliputi ibadah dalam segala hal (tharah, shalat, puasa. Zakat, haji) dan mualamah dalam arti luasnya (*al qanun al khas/hukum perdata dan al qanun al 'am/hukum publik*).
- 3) Akhlak, ajaran Islam yang berhubungan dengan perilaku manusia sebagai hamba Allah SWT, anggota masyarakat, dan bagian dari alam sekitarnya.<sup>28</sup>

Ulama' lain menambahkan dengan membagi pokok ajaran Islam berdasarkan intisari surat Al Fatihah. Terdapat 3 tema pokok ajaran Islam yaitu, Akidah, Syariah, dan Akhlak berdasarkan hadits Nabi Muhammad SAW merupakan tiga tema utama ajaran Islam. Pendapat para Ulama tentang tiga ajaran utama Islam adalah sebagai berikut:<sup>29</sup> :

- 1) Ketiga komponen tersebut disusun dalam urutan menurun atau hirarkis. Untuk menyempurnakan akhlak seseorang, pertama-tama seseorang harus memiliki iman yang teguh dan kemudian mengikuti syariat. Karena itu, para da'i akan lebih mudah menyampaikan pesan-pesan dakwah yang membantu manusia berubah menjadi lebih baik jika mereka memperkuat imannya.
- 2) Ketiga komponen tersebut disusun berdampingan. Sedangkan syariat dilaksanakan dengan anggota badan, sedangkan aqidah didasarkan pada akal. Akhlak ditempatkan di dalam hati. Misalnya,

---

<sup>28</sup> Op. Cit, "Bentuk-Bentuk Kajian Dakwah dalam Al Qur'an", H. 4.

<sup>29</sup> Op. Cit, *Ilmu Dakwah Cet. Ke- 4*, H. 335-336.

pendakwah mengajarkan bahwa salat harus ditunjang dengan iman, berpegang pada rukun dan syariat, serta dibentengi dengan hati yang tulus.

Pesan akhlak juga dapat dipecah menjadi dua kategori utama: moral untuk Allah SWT (Khaliq) dan moral untuk makhluk. Ada dua kategori akhlak terhadap makhluk: (1) akhlak terhadap sesama manusia, khususnya diri sendiri, keluarga, dan orang lain. 2) moral terhadap hewan dan tubuh, selain manusia.<sup>30</sup>

b. Sumber-Sumber Akhlak  
1) Al Qur'an

Menurut Ash Syafi'i, Allah memberikan kitab suci yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai wahyu dengan nama "Al-Qur'an", begitu juga nama beberapa kitab lainnya, antara lain Injil, Zabur, dan Taurat.<sup>31</sup>

Secara terminologis, para ahli berpendapat bahwa Al Qur'an juga merupakan kalam Allah berisi mukjizat, yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW melalui malaikat Jibril. Ditulis dalam bentuk mushaf, dan sampai kepada kita dengan cara *mutawatir*, membaca Al Qur'an merupakan Sebagian dari ibadah yang diawal dengan Al Fatihah dan berakhir pada surat An Nas.

---

<sup>30</sup> Ucup Gufron, "Pesan Dakwah Akhlak Lewat Media Cetak (Studi Kasus Majalah Hidayah), h. 482.

<sup>31</sup> Achmad Zuhdi, Suqiyah Musfa'ah, dkk, "Studi Al Qur'an", (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press), H. 4.

Al Qur'an merupakan kitab yang menyempurnakan kitab-kitab yang sebelumnya, dan diwahyukan kepada Nabi Muhammad sebagai Nabi terakhir, yang dapat menyempurnakan akhlak umatnya dengan Al Qur'an sebagai pedoman hidup. Seperti firman Allah SWT:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ  
لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ

اللَّهُ كَثِيرًا ۗ۳۲

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu. (Yaitu) bagi orang-orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah*”

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ۗ۳۳

Artinya: “*Dan sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang luhur*” Q.S Al Qalam, 4

---

<sup>32</sup> <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/33?from=21&to=73>

(diakses pada tanggal 16 April 2023, pukul 11.39 pm).

<sup>33</sup> <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/68?from=4&to=52>

(diakses pada tanggal 16 April 2023, pukul 11.43 pm).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>34</sup>

Artinya: “Maka dengan rahmat Allah lah kamu berlaku lemah lembut kepada msereka,” Q.S Ali Imran, 159

Hasan al Bashri berpendapat bahwa, ‘inilah akhlak Nabi Muhammad SAW yang digambarkan oleh Allah SWT’<sup>35</sup>

## 2) Hadist Nabi SAW

Dalam Al Qur’an telah dijelaskan bahwa Nabi Muhammad merupakan sosok yang patut untuk dijadikan contoh. Nabi Muhammad memiliki gelar Al Amin karena keteladanan Rasul yang memiliki sikap Amanah, dapat dipercaya, dan jujur atau biasa disebut siddiq, tbligh, Amanah, fathonah.

Dalam hadist yang berbunyi,

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Yang artinya : “Aku diutus di muka bumi untuk menyempurnakan akhlak”<sup>36</sup>

<sup>34</sup> <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=159&to=200>

(diakses pada tanggal 16 April 2023, pukul 11.47 pm).

<sup>35</sup> Abu As Syaikh Al Ashbahani, Abdullah Mu’allim, “Meneladani Akhlak Nabi”, Jakarta: Qisthi Press, 2009

<sup>36</sup> Nixson Husin, “Hadist-Hadist Nabi SAW tentang Pembinaan Akhlak”, *An Nur*, Vol. 4, No. 1, 2015.



Hadist diatas menunjukkan bahwa akhlak menjadi ajaran nabi yang menempati posisi atas, dengan tujuan menyempurnakan akhlak umat manusia agar menjadi akhlak mulia.

c. Macam-Macam Akhlak

Syariat Islam yang mencakup aktivitas manusia dalam segala hal, membuat lingkup akhlak meliputi aktivitas manusia di berbagai bidang kehidupan. Berikut merupakan akhlak yang dibagi dalam beberapa objek:

- 1) Akhlak dalam berhubungan dengan Allah SWT (Hablumminallah)

Akhlak dalam berhubungan dengan Allah dapat dilakukan dengan cara menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Mencintai Allah SWT dengan cara mensukuri nikmat yang telah diberikan. Sadar dan mengakui akan keEsaan Allah SWT sehingga merasa malu untuk berbuat maksiat.<sup>37</sup>

Manusia memiliki 4 alasan untuk berakhlak kepada Allah SWT. Pertama, karena Allah sebagai pencipta manusia. Manusia tercipta dari air yang ditumpahakan keluar dari antara tulang punggung dan tulang rusuk. Kedua, Allah telah memberikan anggota bada yang sempurna, dan pancaindra berupa

---

<sup>37</sup> Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, H. 69.

pendengaran, penglihatan, akal pikiran, dan hati. Ketiga, karena Allah SWT telah menciptakan segala isi alam seperti tumbuhan, air, udara, binatang terbak, dan sebagainya, hal tersebut sebagai bahan untuk kelangsungan hidup manusia. Keempat, karena Allah telah memberikan kemuliaan bagi manusia dengan cara menguasai daratan dan lautan.<sup>38</sup>

2) Akhlak dalam berhubungan dengan sesama manusia (Hablumminannaas)

Akhlak dalam berhubungan dengan sesama manusia dapat dilakukan dengan saling menghormati dan menghargai, menjalin sikap silaturahmi, tolong-menolong, memberikan nasihat. Tidak menyakiti orang lain secara lisan, perbuatan atau sikap, tidak sombong, dan selalu meminta maaf jika membuat kesalahan.<sup>39</sup>

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Untuk keberlangsungan hidupnya, manusia harus bermasyarakat, karena saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya. Agar hidup

---

<sup>38</sup> Abudin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1997). H. 147.

<sup>39</sup> Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Op. Cit.*, H. 70.

bermasyarakat dapat harmonis, maka sebagai manusia harus menjaga akhlaknya kepada sesama manusia.<sup>40</sup>

Hubungan dengan sesama manusia meliputi hubungan dengan keluarga dan hubungan dengan masyarakat<sup>41</sup>, sebagai berikut:

- a) Akhlak terhadap keluarga: meliputi akhlak terhadap orang tua, akhlak terhadap suami atau istri, akhlak terhadap anak, dan akhlak terhadap saudara.
  - b) Akhlak terhadap masyarakat: Akhlak terhadap tamu yang datang, akhlak terhadap tetangga, dan akhlak terhadap setiap orang.
- 3) Akhlak dalam berhubungan dengan Alam

Akhlak terhadap alam sekitar bentuknya adalah dengan mengasihi semua makhluk Allah SWT seperti tumbuhan dan hewan, karena mereka berhak hidup sama seperti manusia. Karena sejatinya manusia terbuat dari unsur alam yaitu tanah.<sup>42</sup>

Alam merupakan bagian dari diri manusia. Alam sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia.

---

<sup>40</sup> Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Op. Cit.*, H. 70.

<sup>41</sup> Nur Hidayati, *Akidah Akhlak dan Pembelajarannya*. H. 148.

<sup>42</sup> Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Op. Cit.*, H.70.

Dengan kuasa Allah SWT, alam dapat memberikan kita udara, air, api, matahari, dan bahan pangan seperti tumbuhan dan hewan. Alam dapat menjadi sumber pangan, sandang, bangunan, dan obat-obatan bagi kehidupan manusia.<sup>43</sup>

2. Tolong menolong terhadap sesama (Akhlaq kepada sesama manusia)

a. Tolong menolong terhadap sesama

Menolong orang lain adalah perbuatan baik yang merupakan bagian dari akhlak yang mulia tentang bagaimana memperlakukan dan berhubungan orang lain dengan baik. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat bertahan hidup tanpa bantuan orang lain.

Manusia hidup bermasyarakat guna menunjang kelangsungan hidupnya. Agar memiliki kehidupan sosial yang harmonis, manusia perlu menjaga sikap tertentu saat menjalin hubungan dengan orang lain.<sup>44</sup>

b. Perintah untuk saling tolong menolong (dalil)

*Ta'awun* atau tolong menolong dalam Al Qur'an disebut beberapa kali. Salah satunya ayat yang menjelaskan mengenai tolong menolong adalah

---

<sup>43</sup> Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Op. Cit.*, H. 71.

<sup>44</sup> Hammis Syafaq, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2019), H. 7.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَىٰ

الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

العِقَابِ<sup>45</sup>

Artinya: “Dan tolong-mnolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”

Kata *الْبِرِّ* memiliki makna kebaikan, “Al-Birru adalah satu kata bagi seluruh jenis kebaikan dan kesempurnaan yang dituntut dari seorang hamba. Lawan katanya al-itsmu (dosa) yang maknanya adalah satu ungkapan yang mencakup segala bentuk kejelekan dan aib yang menjadi sebab seorang hamba sangat dicela apabila melakukannya” (Imam Ibnul Qayyim).

*Al Birru* dan *At Taqwa* merupakan dua kata yang memiliki hubungan yang sangat erat, karena keduanya menjadi bagian dari yang lainnya.<sup>46</sup>

3. Bentuk tolong menolong terhadap sesama (contoh akhlak kepada sesama manusia)

---

<sup>45</sup> <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/5?from=1&to=120> (diakses pada tanggal 13 Juli 2023, pukul 09.52))

<sup>46</sup> Delvia Sugesti, “Mengulas Tolong Menolong dalam Perspektif Islam”, *Jurnal PPKn & Hukum*, Vol. 14, No. 2, 2019. H. 109.

Sebagai contoh bentuk tolong menolong dalam kebaikan dan ketaqwaan terhadap sesama manusia. Rasulullah SAW bersabda,

انصُرْ أَخَاكَ ظَالِمًا أَوْ مَظْلُومًا قَالُوا يَا رَسُولَ  
اللَّهِ هَذَا نَنْصُرُهُ مَظْلُومًا فَكَيْفَ نَنْصُرُهُ ظَالِمًا  
قَالَ تَأْخُذُ فَوْقَ يَدَيْهِ

Artinya: “Bantulah saudaramu, baik dalam keadaan sedang berbuat zalim atau sedang teraniaya. Ada yang bertanya: “Wahai Rasulullah, kami akan menolong orang yang teraniaya. Bagaimana menolong orang yang sedang berbuat zalim?” Beliau menjawab: “Dengan menghalanginya melakukan kezhaliman. Itulah bentuk bantuanmu kepadanya.”<sup>47</sup> (H.R Al Bukhari)

Dalam hadist lain beliau bersabda,

الدَّالُّ عَلَى الْخَيْرِ كَفَاعِلِهِ

Artinya: “Orang yang menunjukkan (sesama) kepada kebaikan, ia bagaikan mengerjakannya” (H.R Muslim).<sup>48</sup>

## B. Kajian Iklan sebagai Media Dakwah

<sup>47</sup> <https://almanhaj.or.id/22803-perintah-untuk-saling-menolong-dalam-mewujudkan-kebaikan-dan-ketakwaan-2.html> (diakses pada tanggal 13 Juli 2023, pukul 09.54).

<sup>48</sup> <https://almanhaj.or.id/9758-keutamaan-menunjukkan-kebaikan.html> (diakses pada tanggal 13 Juli, pukul 09.58).

## 1. Pengertian Media Dakwah

Bentuk jamak dari kata Latin "media" adalah "medium". Media berarti perantara dalam etimologi. Wilbur Scharm menegaskan bahwa media adalah teknologi informasi yang digunakan dalam pendidikan. Lebih khusus lagi, media adalah hal-hal seperti buku, film, slide, kaset video, dan sebagainya yang digunakan sebagai perantara untuk menjelaskan isi pesan pengajaran.<sup>49</sup>

Media dapat disebut dengan istilah *al wushlahh* atau *al attishad* dalam bahasa Arab, yang kesemuanya itu dapat mengakibatkan terciptanya suatu hasil yang diinginkan.<sup>50</sup> Di sisi lain, media dakwah merupakan metode untuk menyampaikan ajaran Islam (dakwah) kepada mad'u.<sup>51</sup>

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penjelasan di atas adalah bahwa media dakwah merupakan alat yang digunakan dalam dakwah untuk mendukung kegiatan tersebut dan menjamin penyampaian pesan dakwah yang efektif.

Iklan termasuk ke dalam contoh jenis media massa. Pada tahun 1951, seorang jurnalis Indonesia terkemuka bernama Soedardjo Tjokrosisworo menciptakan istilah "periklanan". Saat itu, istilah Belanda "advertising" dan istilah Inggris "advertising" dipertukarkan. Hal itu dilakukan sebagai tanda dukungan dan semangat untuk menggunakan bahasa Indonesia.<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, 2009, H. 113.

<sup>50</sup> Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya, 2009).

<sup>51</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Ed. Rev. Cet. 6, (Jakarta: Kencana, 2004), H. 120.

<sup>52</sup> Rusman Latief, Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama (Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan)*, h. 215.

Kata iklan merupakan serapan dari bahasa Arab yaitu *I'lan*. Untuk memudahkan penyebutan, maka *I'lan* diganti dengan iklan. Menurut KBBI, istilah iklan mengacu pada pesan-pesan yang dipasang di media massa (dengan maksud mendorong atau membujuk) khalayak sasaran tentang produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>53</sup>

Menurut Dunn dan Barban, periklanan adalah jenis komunikasi nonpersonal atau komunikasi massa yang ditampilkan melalui media yang memiliki tarif untuk membayar ruang yang digunakannya untuk menyampaikan pesan yang persuasif kepada pelanggan, oleh bisnis, lembaga nonkomersial, atau individu yang berkepentingan.<sup>54</sup>

## 2. Youtube

Youtube adalah situs berbagi video yang ada di seluruh negeri. Video dapat dimuat, dilihat, dan dibagikan secara gratis oleh pengguna.<sup>55</sup> Titik awal lahirnya Youtube pada tahun 2005, hal tersebut didukung oleh 3 karyawan perusahaan *finance online PayPal* di Amerika Serikat yaitu, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Nama YouTube terinspirasi dari nama kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Fatty Faqiah, dkk, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram", *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2, (Juli-Desember, 2016), H. 259.

<sup>56</sup> Edy Chandra, "YouTube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampian Aspirasi Pribadi", *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humanioran, dan Seni*, Vol. 1, No. 2, (Oktober 2017), H. 407.



Youtube menjadi salah satu media sosial yang mudah diakses, sehingga untuk saat ini youtube merupakan situs terpopuler dan ditonton oleh ribuan orang setiap harinya. Platform youtube ini memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah dan mengunduh video secara gratis. Pada tahun 2012, YouTube mulai merambah ke Indonesia, menjadikannya negara ke-46 yang memiliki nama domain sendiri.

Youtube menjadi salah satu media dakwah yang sering digunakan oleh para Da'i. Sama seperti di televisi, terdapat iklan yang dipasang di video unggahan penggunaannya. Bahkan video promosi dari perusahaannya sendiri juga dapat diunggah di youtube.

### 3. Analisis Semiotik

Istilah semiotik diperkenalkan oleh Hippocrates pada tahun 460-337 SM, seorang penemu ilmu medis barat, seperti ilmu gejala-gejala. Menurut Hippocrates gejala merupakan *semeion* dalam bahasa Yunani, berarti tanda (*sign*) fisik, atau penunjuk (*mark*).

Secara umum semiotik adalah produksi tanda-tanda dan simbol-simbol yang sebagai sistem kode untuk mengkomunikasikan informasi. Tanda-tanda yang termasuk semiotik meliputi tanda verbal dan visual, serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda yang bisa diakses oleh semua indra yang dimiliki manusia), ketika semua tanda tersebut membentuk suatu kode yang sistematis dalam menyampaikan informasi

secara tertulis di setiap kegiatan yang dilakukan manusia.<sup>57</sup>

#### 4. Penelitian Terdahulu

1. Judul Skripsi : “PESAN DAKWAH DALAM NOVEL (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Novel Haji Backpacker Karya Aguk Irawan MN)”

Karya : Puji Mulyono

Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam / IAIN Salatiga / 2017

Persamaan : Penelitian mengambil materi yang sama yaitu mengenai analisis isi pesan dakwah.

Perbedaan : Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah analisis deksriptif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif.

2. Judul Skripsi : “ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM SIARAN KHAZANAH MALAM DI RADIO BINAMAS FM PUR WOREJO”

Karya : Ainiyati Choiriyah

Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam / IAIN Salatiga / 2017

Persamaan : Penelitian ini menggunakan pendekatan yang sama yaitu kualitatif.

---

<sup>57</sup> Anderson Daniel Sudarto, dkk., “Analisis Semotika Film (Alangkah Lucunya Negeri Ini)”, *Journal Acta Diurna*, Vol. 4, No. 1, 2015.

Perbedaan : Penelitian ini memiliki objek penelitian yaitu program siaran khazanah malam di radio Binamas FM Purwokerto, sedangkan peneliti memiliki objek penelitian iklan Wardah Edisi Ramadhan tahun 2021 dalam kanal youtube Wardah Beauty

3. Judul Skripsi : “ANALISIS SEMIOTIK PESAN DAKWAH DALAM FILM ASSALAMUALAIKUM CALON IMAM”  
Karya : Lailatum Maghfiroh  
Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam / UIN Sunan Ampel Surabaya / 2019  
Persamaan : Penelitian ini menggunakan pendekatan yang sama yaitu, kualitatif deskriptif.  
Perbedaan : Penelitian ini menggunakan model analisis semiotik Charles Sanders Pierce, sedangkan peneliti menggunakan model analisis semiotik Ferdinand De Saussure
4. Judul Skripsi : “ANALISIS ISI PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKIDI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”  
Karya : Guesty Tania  
Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi Penyiaran Islam / UIN Raden Intan Lampung / 2019  
Persamaan : Penelitian ini menggunakan pendekatan yang sama yaitu, pendekatan kualitatif.

Perbedaan : Penelitian ini memiliki objek penelitian yang berbeda yaitu, Ustadz Hanan Attaki berdakwah melalui media sosial Instagram, sedangkan objek penelitian yang digunakan peneliti adalah iklan Wardah Edisi Ramadhan tahun 2021 dalam kanal youtube Wardah Beauty.

5. Judul Skripsi : “PESAN DAKWAH DALAM NOVEL (Analisis Pesan Dakwah dalam Novel Jilbab Traveler Love Sparks in Korea Karya Asma Nadia)”  
Karya : Rizkia Rani Utami  
Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam / IAIN Salatiga / 2020  
Persamaan : penelitian ini memiliki pendekatan yang sama yaitu kualitatif deskriptif.  
Perbedaan : Skripsi tersebut memiliki objek penelitian Novel Jilbab Traveler Love Sparks in Love karya Asma Nadia, sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian iklan Wardah Edisi Ramadhan tahun 2021 pada kanal youtube Wardah Beauty.
6. Judul Skripsi : Pesan Akhlak Pada Radio Suara Surabaya (Analisis Isi)  
Karya : Iqbal Manshur  
Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam/UINSA/2019  
Persamaan : skripsi ini menganalisis isi pesan akhlak, begitu juga dengan penelitian yang iklan Wardah milik peneliti.

Perbedaan : dalam skripsi tersebut menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.

7. Judul Skripsi : Analisis Pesan Dakwah Akhlak pada Video Akun Instagram @Hijabalila

Karya : Nisa Adilah Silmi

Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam/UINSA/2018

Persamaan : Kedua penelitian menganalisis hal yang sama yaitu, pesan akhlak

Perbedaan : objek yang diteliti dalam skripsi yaitu akun instagram @hijabalila, sedangkan peneliti memilih objek iklan Wardah pada kanal youtube Wardah Beauty

8. Judul : Pesan Dakwah Akhlak Dalam Animasi Serial Nusa Dan Rara Pada Episode Toleransi Di Media Youtube; Analisa Simiotik Roland Barthes

Karya : Deva Ristiano, Amalia Rosyadi Putri, Teenika Illanangingtyas

Prodi/Univ : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Institut Agama Islam Tribakti Kediri

Persamaan : menganalisis hal yang sama yaitu, pesan akhlak

Perbedaan : objek penelitian berbeda, dalam jurnal objek penelitiannya adalah animasi serial Nusa dan Rara, sedangkan objek penelitian yang digunakan

oleh peneliti adalah iklan Wardah ada kanal youtube Wardah Beauty. Selain itu, model analisis yang digunakan juga berbeda, dalam jurnal menggunakan analisis semiotic model Roland Barthes, sedangkan peneliti menggunakan analisis semiotic model Ferdinand De Saussure.

9. Judul Skripsi : Dakwah dan Representasi Nilai-Nilai Sosial dalam Iklan Wardah Versi “Halal dari Awal” Edisi 7 Desember 2018  
Karya : Diyan Listiyawati  
Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam/IAIN Salatiga/2019  
Persamaan : Penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan yang sama yaitu, kualitatif deskriptif dan menggunakan metode analisis semiotik.  
Perbedaan : teori semiotic yang digunakan dalam penelitian skripsi ini berbeda dengan teori semiotic yang digunakan dalam skripsi peneliti, yaitu Roland Barthes.
10. Judul Skripsi : Pesan Dakwah dalam Iklan Hilo Soleha di Channel Youtube Hilo Soleha (Analisis Semiotika Roland Barthes)  
Karya : Kayyis Fithri Ajhuri  
Prodi/Univ/Tahun : Komunikasi dan Penyiaran Islam/IAIN Ponorogo/2022  
Persamaan : penelitian ini menganalisis pesan dakwah iklan yang tayng di youtube, sama dengan skripsi peneliti.

Metode yang digunakan yaitu analisis semiotic.

Perbedaan : Teori semiotic yang digunakan dalam penelitian ini adalah Roland Barthes, sedangkan skripsi peneliti menggunakan teori Ferdinand De Saussure. Objek penelitian berbeda, dalam penelitian ini menggunakan iklan Hilo Soleha dalam channel youtube Hilo Soleha, sedangkan dalam skripsi peneliti menggunakan Iklan Wardah dalam channel youtube Wardah Beauty.

*Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu*

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Puji Mulyono	Pesan Dakwah dalam Novel (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Novel Haji Backpacker Karya Agung Irawan MN)	Penelitian ini mengambil materi yang sama yaitu mengenai isi pesan dakwah	Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah analisis deskriptif, sedangkan yang digunakan dalam skripsi tersebut adalah analisis isi kuantitatif

2	Ainiyati Choiriyah	Analisis Pesan Dakwah dalam Program Siaran Khazanah Malam di Radio Binamas FM Purworejo	Penelitian ini menggunakan pendekatan yang sama yaitu, kualitatif	Dalam skripsi tersebut mengambil objek penelitian program siaran khazanah malam di radio Binamas FM Purworejo, sedangkan peneliti mengambil objek iklan Wardah edisi Ramadhan tahun 2021 di kanal Youtube Wardah beauty
3	Lailatum Maghfiroh	Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Film Assalamualai	Dalam skripsi tersebut menggunakan pendekatan penelitian	Skripsi tersebut menggunakan analisis semiotic Charles



		kum Calon Imam	yang sama dengan peneliti yaitu, kualitatif deskriptif	Sanders Pierce, sedangkan peneliti menggunakan model analisis semiotic Ferdinand De Saussure
4	Guesty Tania	Analisis Isi Pesan Dakwah Ustad Hanan Attaki di Media Sosial Instagram	Pendekatan yang digunakan dalam skripsi tersebut sama dengan pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif	Objek penelitian dalam skripsi tersebut berbeda dengan milik peneliti. Skripsi ini menggunakan objek penelitian dakwa ustad Hanan Attaki di media sosial Instagram, sedangkan peneliti mengambil objek iklan Wardah edisi

				Ramadhan tahun 2021 di kanal Youtube Wardah beauty
5	Rizkia Rani Utami	Pesan Dakwah dalam Novel (Analisis Pesan Dakwah dalam Novel Jilbab Traveller Love Sparks In Korea Kayra Asma Nadia)	Penelitian ini memiliki pendekatan yang sama yaitu, kualitatif deskriptif	Skripsi tersebut memiliki objek penelitian Novel Jilbab Traveler Love Sparks in Love karya Asma Nadia, sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian iklan Wardah Edisi Ramadhan tahun 2021 pada kanal youtube Wardah Beauty

6	Iqbal Manshur	Pesan Akhlak pada Radio Suara Surabaya (Analisis Isi)	Dalam skripsi tersebut menganalisis mengenai pesan akhlak, begitu juga dengan penelitian yang menganalisis pesan akhlak iklan Wardah	Skripsi tersebut menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif
7	Nisa Adilah Silmi	Analisis Pesan Dakwah Akhlak pada Video Akun Instagram @Hijabalila	Kedua penelitian menganalisis pesan akhlak	Objek penelitian dalam skripsi yaitu akun Instagram @hijabalila, sedangkan objek penelitian peneliti sendiri yaitu iklan Wardah dalam kanal youtube Wardah Beauty

8	Deva Ristiano, Amalia Rosyadi Putri, Tenika Illanangingtyas	Pesan Dakwah Akhlak dalam Animasi Serial Nusantara Rara pada Episode Toleransi di Media Youtube: Analisa Semiotik Roland Barthes	Kedua penelitian menganalisis pesan akhlak	Objek penelitian berbeda. Dalam jurnal objek penelitiannya adalah animasi serial Nusantara Rara, sedangkan peneliti memiliki objek penelitian video iklan dalam kanal youtube Wardah Beauty. Selain itu, model analisis yang digunakan juga berbeda, dalam jurnal menggunakan model analisis semiotic
---	---	--	--	---

				Roland Barthes, sedangkan peneliti menggunakan analisis semiotic Ferdinand De Saussure.
9	Diyani Listiyawati	Dakwah dan Representasi Nilai-Nilai Sosial dalam Iklan Wardah Versi “Halal dari Awal” Edisi 7 Desember 2018	Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan yang sama, yaitu Kualitatif Deskriptif	Teori yang digunakan berbeda, pada skripsi ini menggunakan Teori Roland Barthes.
10	Kayyis Fithri Ajhuri	Pesan Dakwah dalam Iklan Hilo Soleha	Penelitian ini menganalisis pesan dakwah iklan yang tayang di youtube, begitu juga dengan skripsi peneliti	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Roland Barthes sedangkan pada skripsi peneliti menggunakan teori

				<p>Ferdinand De Saussure. Objek penelitian ini menggunakan iklan Hilo Soleha di <i>channel</i> youtube Hilo Soleha, sedangkan peneliti menggunakan iklan Warda dalam <i>channel</i> youtube Wardah Beauty</p>
--	--	--	--	---

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, Kualitatif deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang menghasilkan hasil atau keluaran data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sumber dan perilakunya, yang pada akhirnya akan diolah menjadi tulisan deskriptif.<sup>58</sup>

Menurut Ferdinand De Saussure, metode analisis semiotika merupakan pengembangan dasar-dasar teori umum. Bahasa adalah sebagai sistem tanda yang setiap tandanya tersusun dari dua bagian yaitu, *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Antara pertanda dan penanda bersifat bebas (arbiter) secara kebetulan maupun tidak.<sup>59</sup>

Ferdinand De Saussure juga mengatakan bahwa kajian semiotika secara umum digunakan sebagai alat untuk mendefinisikan kategori dari tanda yang bisa merepresentasikan sesuatu apabila seorang pembaca memiliki pengalaman atas representasinya. Model analisis semiotika Ferdinand De Saussure merupakan<sup>1</sup>semiotika mengenai segala sesuatu yang dapat diamati ketika ada penanda dan petanda.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999).

<sup>59</sup> Bambang Mudjiyanto dan Emilsyah Nur, “Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi”, *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa*, Vol. 16, No. 1, (April 2013).

<sup>60</sup> Mahendra Wibawa dan Rissa Prita Natalia, “Analisis Semiotika Strukturalisme Ferdinand De Saussure pada Film ‘Berpayang Rindu’”, *Visual Communication Design Journal*, Vol. 1, No. 1, (Desember, 2021), H. 2.

Ferdinand De Saussure merumuskan 2 cara pengorganisasian ke dalam kode, yang *pertama*, paradigmatis yaitu beberapa tanda yang dipilih salah satu untuk digunakan. *Kedua*, sintagmatik merupakan pesan dari hasil perpaduan tanda-tanda yang dipilih.<sup>61</sup>

Saussure menegaskan dalam kajian semiology bahwa system tanda memiliki 3 aspek, yaitu *pertama*, (*sign*) atau aspek material yang berupa (tanda, suara, bentuk, gambar, serta gerak), *kedua*, aspek penanda *signifier*, *ketiga*, aspek petanda *signified*.<sup>62</sup>

Konsep semiotika Ferdinand De Saussure memiliki 4 konsep<sup>63</sup>, yaitu:

1. Signifiant dan Signifie

Konsep significant dan signifie merupakan komponen pembentuk tanda yang perannya tidak bisa dipisahkan. Significant atau signifier merupakan suatu hal yang terpikirkan oleh manusia sebagai citra bunyi, gambaran visual dan lain sebagainya. Sedangkan signifie atau signified merupakan pemaknaan yang ada di pikiran manusia terhadap apa yang tertangkap.

Ditinjau dari segi linguistic dapat dianalogikan dengan kata dan benda “Laptop”, laptop secara signifiant merupakan kata dari sekumpulan huruf l-a-p-t-o-p, sedangkan dalam konsep saignifie, dapat dimaknai sebagai benda yang dapat dioperasikan untuk membantu pekerjaan manusia

---

<sup>61</sup> Op. Cit, “Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi”.

<sup>62</sup> M. Dani Habibi, “Interpretasi Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Hadis Liwa dan Rayah”, *Mashdar: Jurnal Studi Al Qur’an dan Hadist*, Vol. 1, No. 2, (2019), H. 4.

<sup>63</sup> Muhammad Arief Setyadi, dkk, “Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Sebagai Representasi Nilai Kemanusiaan dalam Film The Call”, *e-proceeding of management*, Vol. 5, No. 1, (Maret, 2018), H. 1256.



seperti mengetik, menonton, dan lain sebagainya, bukan hanya sekedar benda mati yang digunakan oleh manusia.

## 2. Langue dan Parole

Konsep Langue dan Parole merupakan aspek bahasa. Langue adalah system bahasa dan abstrak yang secara kolektif digunakan, dan seolah disepakati Bersama oleh pengguna bahasa, dan dapat menjadi panduan berbahasa dalam masyarakat. Parole merupakan praktik berbahasa dan ujaran individu dalam masyarakat di satu waktu pada saat tertentu. Saussure mengatakan bahwa fakta sosial dapat disebut juga sebagai langue, hal tersebut dapat menjadi acuan masyarakat dalam berbahasa, serta berperan sebagai system yang menetapkan hubungan antara signifiant dan signifie. Langue yang dieralisasikan oleh individu merupakan bentuk wujud terhadap ucapan bahasa ini disebut sebagai parole. Parole antar individu memiliki hasil yang berbeda, karena dalam penerapan dan realisasinya sangat beragam.

## 3. Synchronic dan Diachronic

Konsep synchronic dan diachronic yaitu mengenai telaah bahasa. Synchronic mempelajari bahasa yang ada dalam satu kurun waktu tertentu, sedangkan diachronic mengenai mempelajari bahasa secara terus menerus, Selama bahasa tersebut masih digunakan. Synchronic mengkaji hal untuk mendeskripsikan atau menjelaskan bahasa yang digunakan pada suatu asa tertentu, sehingga disebut sebagai studi linguistic deskriptif. Sedangkan diachronic digunakan untuk mengetahui sejarah, perubahan, dan perkembangan structural suatu bahasa pada masa

yang tak terbatas, sehingga disebut studi historis dan komparatif.

#### 4. Syntagmatic dan Associative/Paradigmatic

Konsep ini tersebut yaitu mengenai hubungan antar unsur. Syntagmatic merupakan suatu hubungan yang dalam konsep linguistic yang bersifat teratur dan tersusun dengan beraturan. Sedangkan associative /paradigmatic merupakan penjelasan suatu hubungan dalam suatu tuturan yang tidak terdapat pada tuturan lain yang bersangkutan.

### B. Unit Analisis

Suatu kegiatan yang berkaitan dengan fokus atau komponen yang akan dipelajari merupakan unit analisis. Pesan yang akan diteliti melalui analisis isi pesan berupa gambar, judul, *voice over*, tulisan, dan adegan untuk keseluruhan pesan merupakan unit analisis.

Penelitian ini mengambil video youtube dari kanal WardahBeauty sebagai objek penelitian. Video yang akan diteliti merupakan sebuah video komersil atau iklan dengan judul “#LangkahBaikmuBerarti Ramadan 2021” yang telah ditonton sebanyak 1.1 juta kali.<sup>64</sup> Menurut peneliti, iklan tersebut mengandung pesan akhlak terhadap sesama manusia. Gambar, *voice over*, tulisan, dan teks dari iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan 2021 menjadi unit analisis penelitian ini.

Dari video iklan tersebut, peneliti fokus pada 4 *scene* untuk dianalisis, karena menurut peneliti 4 *scene*

---

<sup>64</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=OKSBlnae\\_aQ](https://www.youtube.com/watch?v=OKSBlnae_aQ)

tersebut lebih menonjolkan sisi akhlak yang baik kepada sesama manusia.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Sumber Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini berupa data deskriptif video dokumentasi iklan Wardah Edisi Ramadhan tahun 2021 di kanal youtube Wardah Beauty.

#### **2. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini dirujuk dari buku-buku, jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian yaitu analisis pesan akhlak iklan dalam *channel* youtube.

### **D. Tahap-tahap Penelitian**

Penelitian ini melalui 5 tahap, diantaranya:

#### **1. Tahap Pra Penelitian**

##### **a. Menyusun rancangan penelitian**

Langkah pertama adalah mengidentifikasi tema setelah peneliti menemukan fenomena dakwah di masyarakat atau di media sosial. Langkah selanjutnya adalah merumuskan masalah dan menentukan metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan, unit analisis, metode pengumpulan data, dan metode penyampaian data. Analisis semiotika model Ferdinand De Saussure merupakan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti.

##### **b. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian**

Peneliti menyiapkan alat penelitian seperti notebook, laptop, buku referensi,

jurnal online, smartphone, alat tulis, dan sebagainya selama tahap ini.

2. Tahap Pengumpulan Data

Peneliti mendapatkan data dengan melihat video iklan Wardah Edisi Ramadhan 2021 #LangkahBaikmuBerarti secara berulang-ulang. Dari referensi yang telah terkumpul, peneliti juga mencari dan mencatat informasi yang berkaitan dengan tema. Pada tahap ini, peneliti melakukan penelusuran data dan informasi secara mendalam.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini peneliti melihat pesan-pesan dakwah dalam video yang menjadi pokok bahasan penelitian. Setelah mengumpulkan semua data, peneliti menggunakan metode analisis semiotik Ferdinand De Saussure untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ada.

a. Tahap Penyajian Data

Pada tahap ini peneliti menguraikan hasil penelitian yang telah dianalisis dan melampirkan hasil dokumentasi dari video iklan yang dijadikan objek penelitian yaitu, iklan Wardah Edisi Ramadhan Tahun 2021 #LangkahBaikmuBerarti.

b. Tahap Penutupan dan Penarikan Kesimpulan

Peneliti pada tahap ini merumuskan kesimpulan hasil dari analisis, agar pembaca dapat memahami dengan mudah.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tahapan yang paling penting, dan perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga validitas dan reliabilitasnya.<sup>65</sup>

### 1. Observasi

Dalam konsep pengalaman, observasi secara tiba-tiba muncul, berdasarkan pada gejala-gejala umum, fenomena sosial atau kejadian, pola-pola, dan tipe perilaku tertentu.<sup>66</sup> Adanya observasi sebagai metode ilmiah, semakin menambah variasi teknik pengumpulan data, guna menggali informasi. Dalam hal ini, peneliti harus mengamati dengan jeli informasi atau data. Hasil observasi harus sama, meskipun diamati oleh beberapa orang, atau dapat disebut objektif.

Pada penelitian ini, observasi atau pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan pengamatan pada video iklan Wardah Edisi Ramadhan tahun 2021 di kanal youtube Wardah Beauty.

### 2. Dokumentasi

Proses mencari informasi tentang variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, jurnal, majalah, prasasti, risalah rapat, agenda, dan dokumen sejenis lainnya dikenal dengan istilah dokumentasi.<sup>67</sup> Selain itu, dokumentasi

---

<sup>65</sup> Sansu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), H. 75.

<sup>66</sup> Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)", *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8, No. 1, (Juli, 2016), H. 24.

<sup>67</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), H. 206.

dapat berupa karya, tulisan, atau gambar yang monumental.<sup>68</sup>

Dalam metode ini peneliti akan menelaah data yang didapatkan saat observasi, seperti menggunakan foto-foto atau *screenshot* yang didapat dari video iklan tersebut.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis ini dibagi menjadi 3 komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan pemeriksaan atau pengujian kesimpulan, sebagai berikut :

### 1. Reduksi Data

Reduksi data terdiri atas 3 tahap yaitu :

- a. Tahap editing, mengelompokkan dan meringkas data. Mengelompokkan *scene* yang termasuk pesan akhlak, kemudian diringkaskan pada hasil penelitian.
- b. Tahap penyusunan catatan mengenai hal yang berkaitan dengan data yang telah diringkaskan. Menyusun catatan secara sistematis dari data yang diperoleh dari observasi terhadap video iklan.
- c. Tahap membuat konsep terhadap tema dan data.

### 2. Penyajian Data

Tahap mengorganisir data dengan cara mengaitkan antar data agar dapat dianalisis secara keseluruhan. Antara data signifier dan signified yang ditemukan setelah reduksi data, kemudian kedua data tersebut dikaitkan agar

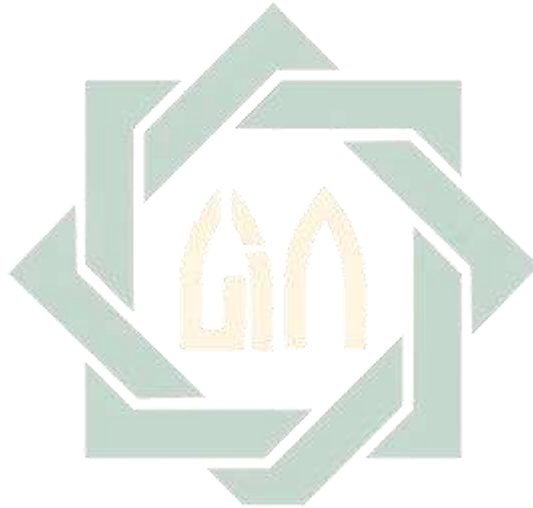
---

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), H. 124.

dapat dianalisis secara keseluruhan yang membentuk pesan akhlak.

3. Pemeriksaan atau Pengujian Kesimpulan

Tahap implementasi terhadap prinsip induktif dengan memperhatikan pola data yang telah disusun.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### Penyajian Analisis Data

#### A. Deskripsi Objek Penelitian Produk Wardah

##### 1. Gambaran Umum Produk Wardah

PT. Paragon Technology and Innovation merupakan perusahaan yang bergerak dalam produksi bidang kosmetik, salah satunya adalah Wardah.<sup>69</sup> Perusahaan tersebut didirikan oleh Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari tahun 1985. Perusahaan yang awalnya didirikan dengan nama PT. Pusaka Tradisi Ibu, pada bulan Mei tahun 2012 berganti nama menjadi PT. Paragon and Innovation.

Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. merupakan sarjana Farmasi lulusan ITB tahun 1975, dan bergelar Apoteker di tahun 1976. Dengan hal tersebut, PT. PTI membawa nama Wardah sebagai *local brand* dengan penjualan tertinggi di Matahari *Departement Store*.

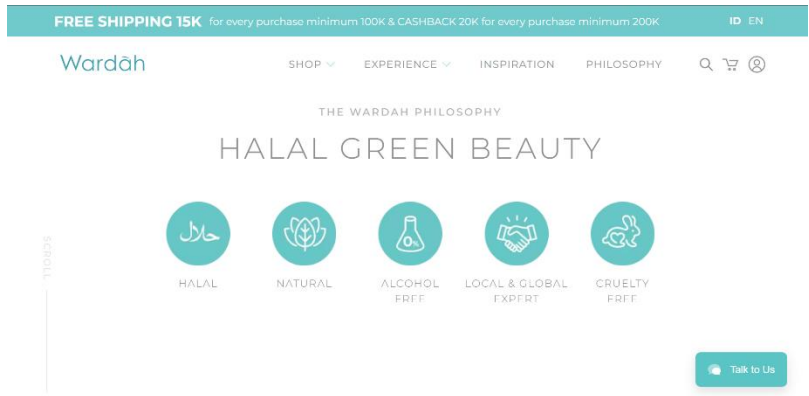


Gambar 4. 1

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/>

<sup>69</sup> <https://www.paragon-innovation.com/brand#wardah> (diakses pada tanggal 27 Maret 2023, pukul 1.27 am)





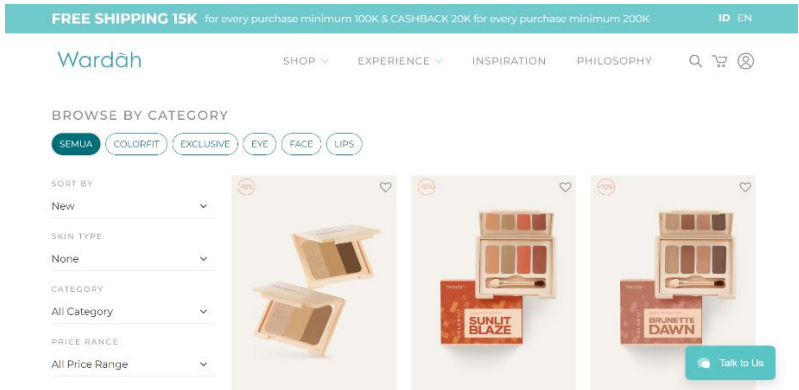
Gambar 4. 2

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/>

Wardah sendiri merupakan produk kecantikan bersertifikat halal pertama. Pada tahun 1995, PT. PTI kedatangan santri dari pesantren Hdayatullah, dan mereka menginginkan perusahaan untuk memproduksi kosmetik yang berlandaskan syariat islami. Dengan adanya permintaan tersebut maka lahirlah Wardah yang dikatakan Halal dan aman. Bahkan produk Wardah telah memiliki sertifikat halal dari LP POM MUI dan telah menggunakan bahan baku yang bermutu tinggi serta memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan.<sup>70</sup> Wardah memiliki produk kecantikan di beberapa bidang yang berbeda, seperti *make up, skincare, body care, dan hair care*.

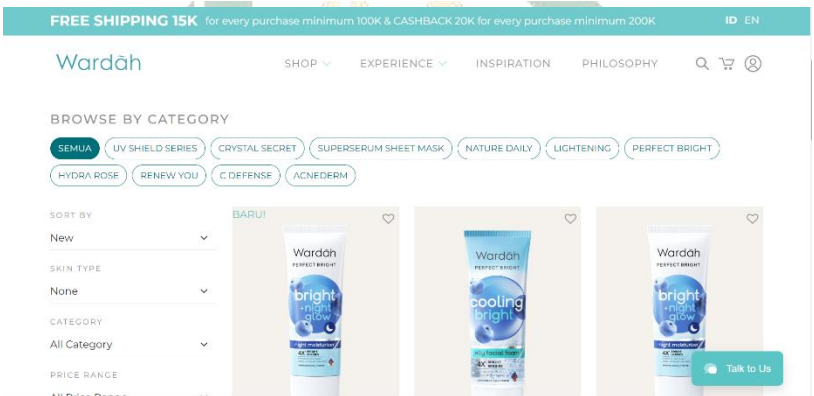
70

[https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about#:~:text=Wardah%20merupakan%20brand%20kosmetik%20halal,perempuan%20ampil%20cantik%20sesuai%20karakternya](https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about#:~:text=Wardah%20merupakan%20brand%20kosmetik%20halal,perempuan%20ampil%20cantik%20sesuai%20karakternya.). (diakses pada tanggal 27 Maret 2023, pukul 1.58 am)



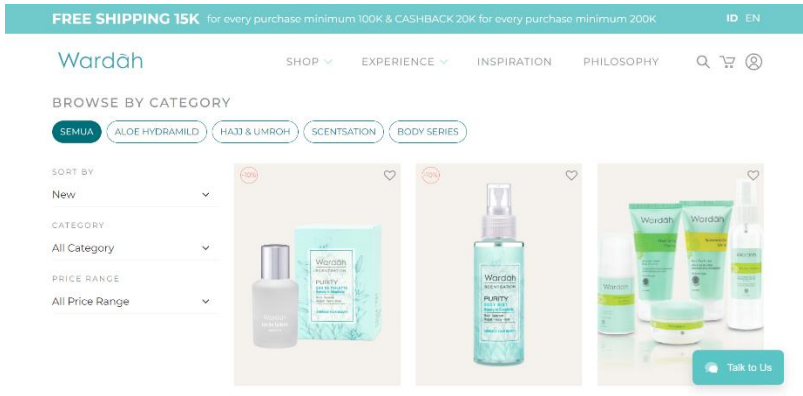
Gambar 4. 3 Wardah Makeup

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/id/product/list/make-up>



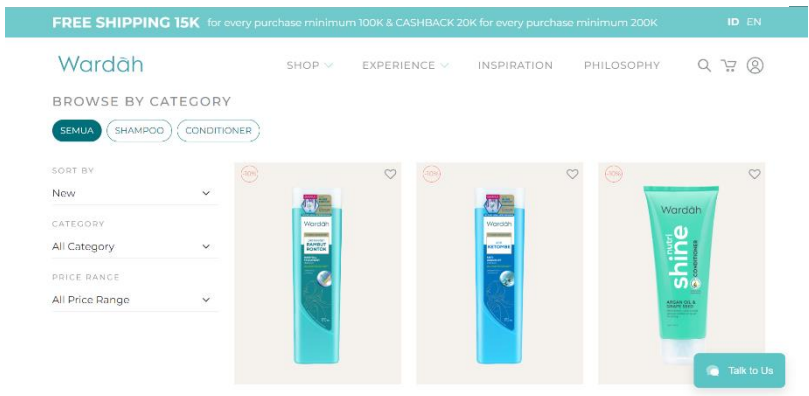
Gambar 4. 4 Wardah Skincare

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/id/product/list/skincare>



Gambar 4. 4 Wardah Body Care

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/id/product/list/bodycare>



Gambar 4. 5 Wadah Hair care

Sumber : <https://www.wardahbeauty.com/id/product/list/hairecare>

## 2. Gambaran Umum Iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021

Penelitian ini mengambil video youtube dari kanal WardahBeauty sebagai objek penelitian. Video yang akan diteliti merupakan sebuah video komersil atau

iklan dengan judul “#LangkahBaikmuBerarti Ramadan 2021” yang telah ditonton sebanyak 1.1 juta kali.<sup>71</sup>

Dalam iklan ini berisikan tema tolong menolong terhadap sesama manusia. Tokoh utama dalam iklan ini diperankan oleh Dewi Sandra sebagai seseorang yang digambarkan memiliki akhlak yang baik dengan cara menolong seorang pedagang. Diceritakan bahwa latar suasana hujan deras pada malam hari, diiringi dengan instrument piano dengan melodi pelan dan tenang. Dewi Sandra yang menggunakan pakaian berlengan panjang dan memakai hijab berwarna coklat terang sedang berada di café dan melihat dari jendela café ada warung milik seorang ibu yang berjualan takjil, saat itu sedang berusaha memperbaiki lampu yang menjadi satu-satunya penerangannya agar tetap menyala. Seorang ibu-ibu penjual tersebut juga terlihat murung dikarenakan hujan yang sangat deras, malam telah larut, serta tidak ada yang membeli dagangannya.<sup>72</sup>

Dewi Sandra yang melihat itu merasa iba, dengan raut muka khawatir kemudian berinisiatif untuk pergi keluar café dan menyebrang dengan menggunakan payung untuk menghampiri dan membeli dagangan seorang ibu tersebut. Ibu penjual saat itu tersenyum dan menawarkan dagangannya yang lalu dibeli oleh Dewi Sandra. Saat waktu pembayaran, ia memberikan uang pecahan seratus ribu rupiah untuk pedagang tersebut, namun saat ibu penjual akan memberikan kembalian, Dewi Sandra menolak dengan halus dan tersenyum, kemudian pergi meninggalkan warung tersebut. Pedagang itu tersenyum dan berterimakasih.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Video Iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021, [https://www.youtube.com/watch?v=OKSBlnae\\_aQ](https://www.youtube.com/watch?v=OKSBlnae_aQ)

<sup>72</sup> Ibid.

<sup>73</sup> Ibid.

Pada *scene* selanjutnya, lampu di warung tersebut kembali berkedip, dan terdapat *voice over* yang mengatakan “kebaikan sekecil apapun sangatlah bermakna” masih diiringi dengan melodi yang pelan dan tenang, kemudian ditunjukkan ketika penjual takjil tersebut membeli beberapa lentera daur ulang kepada dua wanita secara *online*.<sup>74</sup>

*Scene* berikutnya, dua wanita dengan menggunakan busana tertutup lengkap dengan hijabnya, sedang memegang lentera daur ulang berwarna biru, mereka sebagai penjual lampion daur ulang tersebut menerima pesanan dari ibu penjual takjil, lalu menunjukkan ibu penjual takjil yang menerima pesan dari penjual lampion dengan tersenyum bahagia, karena berisi “Bu, kita kasih bonus ya” dan dilampirkan pesan tersebut dalam video iklan.<sup>75</sup>

*Scene* selanjutnya, Dewi Sandra yang mengenakan pakaian muslim berhijab sedang memakai produk mascara dan lipstick wardah, dilanjutkan dengan suasana malam hari, Dewi Sandra kembali berjalan kaki melewati warung takjil tersebut, ketika melihat bahwa warung tersebut lebih terang, sudah terpasang lentera-lentera, ia tersenyum lalu Dewi Sandra menghampiri warung tersebut dan berjabat tangan dengan ibu penjual takjil serta saling berbincang. Semua adegan dalam *scene* kali ini didukung dengan *voice over* yang berbunyi “kebaikan apapun sangat bermanfaat”, dan “karena setiap Langkah adalah kebermanfaatannya bagi sesama, yang terus mengalir tanpa henti”, “di bulan Ramadhan sebarkan kebaikan menjadi manfaat” dan ditutup dengan “Wardah Langkah baikmu berarti” dengan latar

---

<sup>74</sup> Ibid.



<sup>75</sup> Ibid.

belakang berisi Dewi Sandra yang sedang tersenyum dan adanya tulisan WARDAH #LangkahBaikmuberarti.<sup>76</sup>





## B. Penyajian Data

Berikut merupakan data data yang diambil dari iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021, yang berdurasi 1.01 menit mengenai akhlak baik kepada sesama manusia. Untuk memaksimalkan penelitian, maka ada beberapa *scene* yang akan diteliti.

Table 4. 1 Penyajian Data





No.	Scene/Gambar	Ket.
1.		Gambar di samping menunjukkan Dewi Sandra yang mengenakan pakaian muslim dengan hijab berwarna coklat muda sedang duduk di sebuah café sembari tersenyum.
		Dewi Sandra melihat ke arah luar jendela dan mendapati warung takjil yang penjualnya sedang memperbaiki lampu agar tetap menyala.




<sup>76</sup> Ibid.

		<p>Ibu penjual takjil yang sedang duduk di warungnya terlihat gelisah dan murung di tengah suasana malam yang hujan deras.</p>
		<p>Dewi Sandra terlihat khawatir saat melihat kejadian tersebut dari dalam café.</p>
<p>2.</p>		<p>Dewi Sandra dengan raut khawatir berniat menghampiri warung tersebut dengan menggunakan payung.</p>
		<p>Dewi Sandra menyebrangi jalan menuju warung yang berjualan takjil tersebut.</p>

		<p>Ibu penjual takjil tersenyum melihat kedatangan Dewi Sandra.</p>
		<p>Terlihat Ibu penjual takjil yang sedang menawarkan dagangnya kepada Dewi Sandra.</p>
		<p>Dewi Sandra dengan wajah tersenyum terlihat memilih jajanan yang mau dibelinya.</p>
		<p>Dewi Sandra membayar dengan uang pecahan seratus ribu rupiah.</p>



		<p>Ketika Ibu penjual memberikan kembaliannya, Dewi Sandra terlihat menolak halus dan tersenyum ramah, kemudian pergi meninggalkan warung takjil tersebut.</p>
		<p>Ibu penjual takjil tersenyum kecil dengan membawa uang kembalian tadi sembarimelihat kepergian Dewi Sandra.</p>
<p>3.</p>		<p>Lampu di warung tersebut kembali berkedip mati kemudian nyala.</p>
		<p>Ibu penjual yang melihat lampu di warungnya kembali berkedip menatap sedih. Diiringi dengan <i>voice over</i> “kebaikan sekecil apapun sangat bermakna”.</p>

		<p>Ibu Penjual membeli lentera secara onlone melalui telepon genggamnya.</p>
		<p>Terlihat dua orang Wanita sebagai penjual lampu lentera daur ulang.</p>
		<p>Kemudian terlihat bahwa pejual lentera tersebut menerima pesanan secara <i>online</i> dan memproses.</p>
		<p>Selanjutnya, terlihat Ibu penjual tersenyum saat menerima pesan secara <i>online</i> dari penjual lentera yang berisi “<i>Bu kita kasih bonus ya</i>”</p>

4.		<p>Adegan selanjutnya dengan latar belakang keesokan harinya, dengan Dewi Sandra yang sedang menggunakan mascara produk Wardah.</p>
		<p>Dan memakai lipstick produk Wardah. Dilatar belakangi dengan <i>voice over</i> “kebaikan apapun sangat bermanfaat”.</p>
		<p>Saat malam hari, Dewi Sandra kembali berjalan melewati warung takjil yang sama. Didukung dengan latar belakang <i>voice over</i> “<i>karena setiap Langkah adalah kebermanfaatn bagi sesama, yang terus mengalir tanpa henti.</i>”</p>
		<p>Terlihat bahwa warung tersebut lebih terang, dan telah terpasang beberapa lampu lentera. Terdapat Ibu penjual yang tersenyum sembari berbicara dengan dua wanita pengrajin lentera.</p>

	<p>Kemudian Dewi Sandra menghampiri pemilik warung takjil yang saat itu sedang bersama dua wanita pengrajin lentera, dan berjabat tangan. Dilatar belakang dengan <i>voice over</i> “<i>di bulan Ramadhan sebarkan kebaikan menjadi manfaat</i>”</p>
	<p>Terlihat kedua wanita pengrajin lentera tersenyum senang.</p>
	<p>Terlihat Dewi Sandra dan Ibu Penjual juga tersenyum senang.</p>
	<p>Lalu sebagai penutup, menunjukkan Dewi Sandra yang tersenyum dan dilatar belakang dengan tulisan Wardah #LangkahBaikmuBerarti . Dilatar belakang dengan <i>voice over</i></p>

		“Wardah Langkah baikmu berarti”
--	--	---------------------------------

### C. Analisis Data

Penelitian dalam iklan ini, yaitu dalam iklan *brand* kosmetik Wardah di kanal youtube Wardah Beauty dengan judul #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021. Dalam iklan terdapat beberapa tanda yang tujuannya agar audiens tertarik dan terpengaruh. Maka dari itu, peneliti akan menganalisis tanda yang ada dalam iklan tersebut menggunakan analisis semiotik model Ferdinand De Saussure.

Peneliti dalam menganalisis iklan tersebut lebih menekankan pada signifier dan Signified. Keduanya merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan sebagai tanda dan petanda. Signifier merupakan hal yang terpikirkan oleh manusia sebagai suatu citra bunyi, atau gambaran visual. Sedangkan signified merupakan suatu pemaknaan dari suatu hal yang ada di pikiran manusia terhadap apa yang tertangkap.

Table 4. 2 Analisis Data Signifier dan Signified Scene 1

Scene 1	Signifier	Signified
<b>Gambar 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gambar menunjukkan Dewi Sandra menggunakan baju tertutup dan berhijab.</li> <li>- Raut muka Dewi Sandra tersenyum</li> <li>- Terlihat Dewi Sandra duduk di sebuah ruangan, dan didepannya tersedia hidangan di atas meja, dengan <i>background</i> beberapa orang melakukan hal yang sama.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hal tersebut menandakan bahwa Dewi Sandra seorang Muslimah.</li> <li>- Dengan wajah tersenyum, dapat dimaknai bahwa ia sedang merasa senang.</li> <li>- Dari latar tempat dan beberapa barang yang ada, menunjukkan ia sedang berada di sebuah café.</li> </ul>
<b>Gambar 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengambilan gambar dari dalam café mengarah ke luar jendela.</li> <li>- Dan fokus pada warung di luar café yang terdapat di seberang jalan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menunjukkan bahwa <i>point of view</i> Dewi Sandra, ia sedang melihat ke arah warung takjil yang berada tepat di seberang jalan.</li> </ul>

<p><b>Gambar 3</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raut muka yang ditunjukkan Ibu penjual takjil tersebut murung, sembari duduk di dekat warungnya.</li> <li>- Latar suasana pada saat itu hujan deras pada malam hari.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspresi murung yang ditunjukkan Ibu penjual takjil dapat dimaknai bahwa ia merasa sedih bahwa saat itu hujan deras, membuat warungnya sepi pembeli.</li> </ul>
<p><b>Gambar 4</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengambilan gambar dari luar café yang dibatasi jendela café, serta ekspresi khawatir yang ditunjukkan Dewi Sandra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengambilan gambar seperti itu menunjukkan bahwa Dewi Sandra sedang melihat ke arah warung dari dalam café. Ekspresi khawatir ditandai dengan mengerutkan bagian dahi dan alis.</li> </ul>
<p><b>Makna dalam scene 1</b></p>		
<p>Secara keseluruhan <i>scene 1</i> menunjukkan bahwa, Dewi Sandra memiliki akhlak baik yang ditunjukkan dengan simpati. Rasa simpati yang ditunjukkan berupa Dewi Sandra yang terlihat khawatir saat melihat Ibu penjual takjil yang sedang murung.</p>		

Table 4. 3 Analisis Data Signifier dan Signified Scene 2



Scene 2	Signifier	Signified
<p><b>Gambar 1</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewi Sandra berdiri di depan café menggunakan payung, dengan ekspresi yang khawatir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan payung menandakan bahwa Dewi Sandra sedang berada di luar café, karena latar suasana saat itu hujan deras. Ekspresi khawatir ditandai dengan mengerutkan dahi dan alis.</li> </ul>
<p><b>Gambar 2</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terlihat Dewi Sandra yang meyebrang jalan menuju warung takjil.</li> <li>- Pengambilan gambar menggunakan <i>extreme long shot</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengambilan gambar dengan teknik <i>extreme long shot</i> agar menunjukkan bahwa Dewi Sandra meyebrangi jalan dari arah café ke warung takjil serta menunjukkan latar suasana yang saat itu sedang hujan.</li> </ul>
<p><b>Gambar 3</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ibu penjual yang sedang duduk di warung, tersenyum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspresi tersenyum menunjukkan bahwa ia terlihat</li> </ul>



	dengan wajah mengarah ke depan.	senang atas kedatangan Dewi Sandra yang berjalan ke arahnya.
<b>Gambar 4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ibu penjual menawarkan dagangannya kepada Dewi Sandra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan gestur tangan yang mengarah ke dagangannya dan mata melihat Dewi Sandra, memiliki makna bahwa Ibu penjual sedang menawarkan dagangannya.</li> </ul>
<b>Gambar 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewi Sandra sedang memilih jajanan mana saja yang akan ia beli.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat ditandai dengan gestur tangan yang menunjuk ke arah dagangan, maknanya ia sedang memilih.</li> </ul>
<b>Gambar 6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewi Sandra membayar dengan uang pecahan 100 ribu rupiah.</li> <li>- Pengambilan gambar menggunakan teknik <i>medium close up</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknik pengambilan gambar <i>medium close up</i> digunakan untuk menunjukkan uang pembayaran yang diberikan yaitu 100 ribu rupiah.</li> </ul>

<p><b>Gambar 7</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ibu penjual takjil memberikan kembalian namun Dewi Sandra menolak dengan halus dan ramah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penolakan dengan senyum ramah yang dilakukan Dewi Sandra, dimaknai dengan penolakan secara halus dan dengan ikhlas membayar dengan uang 100 ribu tanpa meminta kembalian. Hal ini sebagai bentuk bantuan dari Dewi Sandra kepada Ibu penjual.</li> </ul>
<p><b>Gambar 8</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ibu penjual takjil berdiri dengan memegang uang kembalian tadi, dengan ekspresi tersenyum kecil dan mata yang menatap teduh ke arah kepergian Dewi Sandra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senyuman kecil yang dan tatapan mata yang teduh tersebut menggambarkan bahwa ia terharu, bersyukur, dan berterimakasih kepada Dewi Sandra.</li> </ul>
<p><b>Makna dalam scene 2</b></p>		
<p>Pesan akhlak yang dimiliki oleh Dewi Sandra dapat terlihat dalam scene 2 ini, ketika Dewi Sandra menghampiri warung takjil dan</p>		

membeli dagangannya. Kemudian ketika Dewi Sandra membayar dengan uang lebih, dan menolak kembaliannya.

Table 4. 4 Analisis Data Signifier dan Signified Scene 3

Scene 3	Signifier	Signified
<b>Gambar 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lampu warung kembali berkedip mati kemudian nyala. Pengambilan gambar fokus pada objek.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lampu berkedip mat kemudian nyala menunjukkan bahwa lampu mulai rusak dan harus diganti. Pengambilan gambar dengan cara tersebut bermaksud enunjukkan keadaan lampu saat itu yang menjadi masalah.</li> </ul>
<b>Gambar 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raut muka Ibu penjual terlihat sedih setelah melihat lampu di warungnya terus berkedip.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raut muka yang sedih ditandai oleh mata yang terlihat sendu, mengerutkan alis, dan bagian ujung bibir yang tertarik ke bawah.</li> </ul>
<b>Gambar 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gambar menunjukkan telepon genggam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hal tersebut dimaknai bahwa Ibu penjual takjil</li> </ul>

	<p>milik ibu penjual dengan tampilan website <i>online shop</i> lentera daur ulang.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudian ia memencet tombol “beli sekarang”</li> </ul>	<p>sedang membeli lentera daur ulang di <i>online shop</i>, melalui telepon genggam miliknya.</p>
<p><b>Gambar 4</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat 2 wanita yang mengenakan baju muslim dengan hijabnya.</li> <li>- Mereka tersenyum dan saling berbincang dengan memegang lentera daur ulang miliknya.</li> <li>- Dalam gambar diketahui bahwa mereka berdua seorang pengrajin lentera daur ulang.</li> <li>- Latar tempat yang ditunjukkan adalah dalam ruangan di sebuah rumah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pakaian yang dikenakan menunjukkan identitas mereka sebagai Muslimah.</li> <li>- Mereka merupakan pengrajin lentera daur ulang, ditunjukkan dengan lentera yang ia pegang dan keterangan dalam gambar yang menyatakan “pengrajin lentera daur ulang”.</li> <li>- Latar tempat terlihat di rumah ditandai dengan background yang berisikan perabotan rumah tangga.</li> </ul>

<p><b>Gambar 5</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam gambar menunjukkan pengrajin lentera daur ulang memegang telepon genggam, dan menerima pesan secara <i>online</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dari <i>point of view</i> pengrajin letera yang menerima pesanan, ditandai dengan tampilan layer telepon genggam yang menunjukkan website <i>online shop</i> dan terdapat tombol pesanan diterima.</li> </ul>
<p><b>Gambar 6</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terlihat Ibu penjual takjil yang sedang duduk di warungnya, yang tersenyum melihat ke arah layer telepon yang ia genggam.</li> <li>- Terdapat keterangan berisi pesan “bu kita kasih bonus ya”, dari pengrajin lentera daur ulang.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senyuman tersebut menggambarkan bahwa ia merasa senang, karena pesan yang dikirimkan oleh pengrajin lentera daur ulang yang mengatakan akan memberikannya bonus.</li> </ul>
<p><b>Makna scene 3</b></p>		
<p>Dalam <i>scene 3</i>, pesan akhlak terlihat dalam adegan Ibu penjual yang menyalurkan kebaikan dengan membeli lampion daur ulang</p>		

dengan jumlah lebih dari satu, kemudian ketika pengrajin lampion memberikan bonus kepada Ibu penjual takjil juga termasuk ke dalam pesan akhlak.

Table 4. 5 Analisis Data Signifier dan Signified Scene 4

Scene 4	Signifier	Signified
<p><b>Gambar 1 &amp; 2</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam gambar ditunjukkan Dewi Sandra sedang memakai produk Wardah yaitu mascara dan lipcream.</li> <li>- Terdapat keterangan “keesokan harinya”</li> <li>- Dilatar elakangi dengan <i>voice over</i> “kebaikan apapun sangat bermanfaat”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewi Sandra yang sedang memakai produk Wardah, merupakan bagian dari promosi dalam iklan</li> <li>- Keterangan tulisan sangat jelas menunjukkan bahwa latar waktu dalam <i>scene</i> kali ini adalah keesokan harinya.</li> <li>- <i>Voice over</i> “kebaikan apapun sangat bermanfaat” dimaknai bahwa kebaikan yang dilakukan Dewi Sandra kepada Ibu penjual takjil, dapat bermanfaat baginya karena bisa membeli</li> </ul>

		<p>lentera daur ulang. Hal tersebut juga menjadi kebaikan kepada pengrajin lentera daur ulang karena telah dibeli, kemudian pengrajin lentera daur ulang juga memberikan kebaikan kepada ibu penjual takjil dengan memberikan bonus.</p>
<p><b>Gambar 3</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewi Sandra kembali berjalan melewati warung takjil tersebut.</li> <li>- Dewi Sandra melihat ke arah warung takjil, dan terkejut.</li> <li>- Dilatar belakangi dengan <i>voice over</i> “setiap Langkah adalah kebermanfaatan bagi sesama yang terus mengalir tanpa henti”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspresi terkejut yang ditunjukkan Dewi Sandra ditandai dengan alis mata naik, mengerutkan dahi, kelopak mata yang terbuka lebar, dan rahang yang terbuka.</li> <li>- <i>Voice over</i> bermakna bahwa setiap kebaikan dapat bermanfaat bagi sesama, kebaikan tersebut dapat kembali bermanfaat bagi orang lain.</li> </ul>

<p><b>Gambar 4</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperllihatkan Ibu penjual takjil sedang berbincang dengan 2 pengrajin lentera daur ulang.</li> <li>- <i>Background</i> memperlihatkan beberapa warung-warung dan pelanggan., serta lentera daur ulang telah terpasang.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mereka bertiga terlihat berbincang karena berdiri berdekatan dan menghadap satu sama lain, dengan bibir yang bergerak seolah-olah sedang berbicara.</li> <li>- <i>Background</i> yang terlihat menunjukkan bahwa lentera telah terpasang dari sisi satu hingga sisi yang lainnya.</li> </ul>
<p><b>Gambar 5</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dewi Sandra menghampiri warng takjil tersebut, kemudian bersalaman dengan Ibu penjual takjil dan 2 pengrajin lentera.</li> <li>- <i>Background</i> tetap menunjukkan keadaan sekitar yang telah terpasng lentera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ketika Dewi Sandra bersalaman, menunjukkan ia ramah dan sopan, serta sebagai pembuka obrolan.</li> <li>- <i>Voice over</i> dapat dimaknai bahwa hal tersebut dilakukan pada bulan Ramadhan, kebaikan yang terus menerus terjadi seperti Dewi Sandra yang</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dilatar belakangi <i>voice over</i> “dibulan Ramadhan sebarikan kebaikan menjadi manfaat”.</li> </ul>	<p>menolak kembalian uang Ibu penjual takjil, kemudian Ibu penjual takjil dapat membeli lentera daur ulang dengan jumlah banyak kepada pengrajin, sehingga pengrajin lentera dapat memberikan bonus kepada Ibu penjual takjil. Hal tersebut merupakan suatu kebaikan yang bermanfaat bagi orang lain.</p>
<p><b>Gambar 6 &amp; 7</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat adegan 2 wanita pengrajin lentera daur ulang yang terlihat senang dan Bahagia. Pada gambar ke 7, terlihat Dewi Sandra dan Ibu penjual takjil yang juga senang dan Bahagia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasa senang dan bahagia terlihat dari ekspresi mereka yang menyunggingkan senyumannya.</li> </ul>
<p><b>Gambar 8</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sebagai penutup, Dewi Sandra tersenyum dan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterangan tertulis dimaknai sebagai promosi <i>brand</i></li> </ul>

	<p>terdapat keterangan tulisan “Wardah” dan tagar Langkah Baikmu Berarti.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diiringi dengan <i>voice over</i> “Wardah Langkah baikmu berarti”</li> </ul>	<p>Wardah, dan tagar Langkah baikmu berarti sesuai <i>tagline</i> iklan wardah edisi Ramadhan tahun 2021.</p>
--	---	---

#### **Makna scene 4**

Dalam *scene 4* terdapat *voice over* pertama yang berbunyi “kebaikan apapun sangat bermanfaat”, sebagai bentuk gambaran dari *voice over* tersebut maka ditunjukkan dalam *scene* yang sebelumnya yaitu kebaikan yang diberikan oleh Dewi Sandra kepada Ibu penjual tajil dengan membeli dagangannya dan membayar dengan uang lebih, sehingga hal tersebut sangat berarti dan bermanfaat untuk membeli lampion daur ulang yang digunakan sebagai penerang di warug tersebut.

*Voice over* kedua berbunyi “setiap Langkah adalah kebermanfaatan bagi sesama, yang terus mengalir tanpa henti”, digambarkan dalam *scene* Langkah kebaikan yang diambil oleh masing-masing tokoh dapat bermanfaat bagi satu sama lain.

*Voice over* ketiga berbunyi “di bulan Ramadhan sebarkan kebaikan menjadi manfaat”, VO tersebut menggambarkan bahwa latar waktu yang digunakan dalam iklan tersebut adalah ketika bulan Ramadhan, dan dalam bulan Ramadhan dianjurkan untuk menyebarkan kebaikan kepada sesama.

#### D. Interpretasi Pesan Akhlak Iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021

Dalam iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021 ini Sebagian besar memang mengandung pesan akhlak yang dapat mempengaruhi audiensnya di youtube. Iklan ini ditujukan untuk segala usia, terutama bagi mereka yang membutuhkan pendidikan akhlak sesama manusia.

Akhlak sama dengan moral yang keduanya dapat menjadi bagian dari keimanan dan keislaman seseorang. Akhlak sendiri merupakan kebiasaan seseorang dalam berperilaku, dapat juga disebut sebagai tabiat yang ada pada diri seseorang sejak lahir. Akhlak terbagi menjadi 2 yaitu,

1. Akhlak mahmudah (terpuji) seperti rendah hati, pemberani, lemah lembut, dan lain sebagainya.
2. Akhlak mazmumah (tercela) seperti pemaarah, sombong, munafik, dan lain sebagainya.

Sebaik-baiknya contoh akhlak terpuji ada pada Rasulullah SAW. Rasulullah diutus sebagai penyempurna akhlak bagi umat manusia, seperti yang telah diriwayatkan dalam hadist:

حَدَّثَنَا سَعِيدُ بْنُ مَنْصُورٍ، قَالَ: حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَجَلَانَ، عَنِ الْقَعْقَاعِ بْنِ حَكِيمٍ، عَنْ أَبِي صَالِحٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: Telah menceritakan pada kami Sa'id bin Manshur berkata: telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Muhammad bin Ajlan dari Al Qa'qa bin Hakim dari Abu Shalih dari Abu Hurairah berkata: Rasulullah SAW bersabda:

“Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang baik.” (HR Ahmad)<sup>77</sup>

Pesan akhlak yang terkandung dalam iklan Wardah tersebut memang ditujukan kepada *viewers* kanal youtube Wardah Beauty yang dapat diakses semua kalangan. *Brand* Wardah yang mempunyai klaim bahwa produk mereka halal sangat memanfaatkan momentum di bulan Ramadhan pada tahun 2021 untuk membuat iklan yang mengandung pesan akhlak, khususnya mengenai akhlakul karimah kepada sesama manusia.

Dalam iklan tersebut diceritakan bahwa kebaikan yang dilakukan oleh seseorang yang memiliki akhlak baik dapat memberikan manfaat yang berarti bagi orang lain. Pesan moral yang disampaikan dalam iklan ini meliputi perbuatan seseorang membantu orang lain yang bermanfaat bagi orang lain. Penulis menginterpretasikan penelitian yang diambil dari beberapa scene dalam iklan tersebut sebagai berikut:

Dalam *scene 1* terlihat Dewi Sandra yang memakai pakaian tertutup lengkap dengan hijab, yang mana hal tersebut menunjukkan identitas bahwa Dewi Sandra merupakan seorang Muslimah. Raut muka Dewi Sandra yang tersenyum dirtikan bahwa ia sedang merasa senang. Di tempat Dewi Sandra duduk yaitu terlihat di dalam sebuah ruangan, di depannya tersedia hidangan di atas meja dengan background yang memperlihatkan beberapa orang dengan suasana yang saa, hal tersebut emberi tanda bahwa ia sedang berada di sebuah café.

Shot selanjutnya kamera mengambil gambar dari arah dalam café mengarah ke luar jendela fokus kepada warung di seberang jalan, hal tersebt menandai bahwa dari *point of view* Dewi Sadra ia sedang melihat ke arah warung takjil

---

<sup>77</sup> <https://shareoneayat.com/hadits-ahmad-8595> (diakses pada tanggal 13 Juli, pukul 10.00)

yang berada di seberang jalan. Selanjutnya kamera mengambil gambar fokus kepada Ibu penjual takjil yang terlihat murung, dengan latar suasana yang saat itu sedang hujan deras. Hal tersebut menandakan bahwa Ibu penjual takjil sedang merasa sedih akibat hujan deras, warungnya menjadi sepi pembeli.

Shot terakhir dalam *scene 1* yaitu pengambilan gambar dari luar café yang dibatasi dengan jendela dan menunjukkan ekspresi Dewi Sandra yang khawatir, hal tersebut menandakan bahwa dari sisi Dewi Sandra, ia bersimpati kepada Ibu penjual takjil yang ditandai dengan mengerutkan bagian dahi dan alis (khawatir).

Dalam *scene 2*, Dewi Sandra berada di luar café dengan memegang sebah payung, kemudian berjalan menyebrang menuju ke warung takjil, pengambilan gambar menggunakan teknik *extreme long shot*, penanda yang ditunjukkan tersebut memberikan petanda bahwa Dewi Sandra menggunakan payung karena di luar sedang hujan deras, dan ia berada di luar café kemudian menyebrang dimaknai ia menghampiri warung takjil tersebut. Teknik *extreme long shot* digunakan untuk menunjukkan Dewi Sandra yang menyebrang dari café ke warung takjil seorang diri, dengan latar suasana hujan deras.

Shot selanjutnya memperlihatkan ekspresi Ibu penjual takjil yang tersenyum ketika melihat Dewi Sandra berjalan ke arahnya, hal tersebut menandakan bahwa Ibu penjual takjil merasa senang atas kedatangan Dewi Sandra. Lalu Ibu penjual takjil mengarahkan tangannya ke arah dagangannya sambil melihat ke arah Dewi Sandra dengan tersenyum, dapat dimaknai bahwa Ibu penjual takjil sedang menawarkan dagangannya kepada Dewi Sandra. Kemudian Dewi Sandra menunjuk beberapa takjil.

Selanjutnya Dewi Sandra memberikan uang pecahan 100.000 rupiah kepada Ibu penjual takjil dengan maksud

membayar. Dalam shot tersebut pengambilan gambar menggunakan teknik *medium close up*, teknik pengambilan gambar tersebut menandakan bahwa untuk menunjukkan jumlah uang pecahan yang dibayarkan oleh Dewi Sandra kepada Ibu penjual takjil. Kemudian Ibu penjual takjil memberikan kembalian kepada Dewi Sandra, namun ia mengangkat tangannya sembari tersenyum ke arah Ibu penjual takjil, hal tersebut menandakan bahwa Dewi Sandra menolak dengan halus kembalian yang diberikan kepadanya. Setelah Dewi Sandra meninggalkan warungnya, Ibu penjual takjil tetap berdiri sembari memegang uang kembalian yang sebelumnya akan diberikan kepada Dewi Sandra, dengan tersenyum kecil dan menatap kepergian Dewi Sandra, hal tersebut dimaknai bahwa Ibu penjual takjil merasa bersyukur dan terharu terhadap kebaikan yang telah diberikan oleh Dewi Sandra kepada dirinya.

*Scene* ke 3 dimulai dengan lampu di warung yang terus berkedip mati kemudian nyala, setelah itu Ibu penjual takjil yang bersedih ditandai dengan mata yang terlihat sendu, mengerutkan alis dan baian ujung bibir yang tertarik ke bawah. Shot selanjutnya menunjukkan telepon genggam milik Ibu penjual takjil, yang menampilkan website *online shop* lentera daur ulang, dan ia memencet tombol “beli sekarang”. Sangat jelas bahwa hal tersebut diaknai dengan Ibu penjual yang sedang membeli lentera daur ulang melalui telepon genggamnya secara *online*. Selanjutnya diperlihatkan ada dua wanita dengan baju muslim tertutup lengkap dengan hijabnya, dan dengan keterangan yang tertera dalam video bahwa mereka berdua merupakan pengrajin lentera daur ulang. Pengrajin lentera tersebut berada di sebuah ruangan rumah, dengan memegang telepon genggam, kemudian ditunjukkan pada layar telepon bahwa ia menerima pesan *online* tersebut.

Kemudian Ibu penjual takjil tersenyum ketika melihat layar telepo genggamnya, aena terdapat pesan dari pengrajin lentera daur ulang yaitu, “bu kita kasih bonus ya”. Hal tersebut merupakan suatu kebaikan yang dimiliki oleh kedua pengrajin lentera daur ulang tersebut.

Scene 4: dalam scene terakhir ini menampilkan adegan ke empat pemeran tersebut terlihat saling berbahagia dan bersyukur atas kebaikan yang bermanfaat yang telah mereka dapatkan. Terdapat *voice over* yang berbunyi “*kebaikan apapun sangat bermanfaat*” yang ditunjukkan dalam *scene* sebelumnya yaitu ketika Dewi Sandra memberikan kebajikannya kepada Ibu penjual takjil dengan membeli dagangannya dan menolak kmbalian. Selanjunya ada “*setiap langkah adalah kebermanfaatan bagi sesama, yang terus mengalir tanpa henti*”, ditunjukkan dalam *scene* ketika masing-masing tokoh salin memberikan kebaikan dan menolong. Dengan *voice over* “*di bulan Ramadhan sebarkan kebaikan menjadi manfaat*”, “*Wardah. Langkah baikmu berarti*”. *Voice over* tersebut bermaksud untuk mengingatkan bahwa menyebarkan kebaikan dapat menjadi sebuah manfaat bagi orang lain, serta menunjukkan waktu dalam video tersebut ketika bulan ramadhan. “Kebaikan” dalam hal itu termasuk sebagai pesan akhlak yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Temuan penelitian membawa pada kesimpulan bahwa empat adegan dari iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan 2021 mengandung pesan akhlak. Diantaranya kandungan pesan akhlak berbuat baik kepada sesama yang ditunjukkan dengan sikap tolong menolong dan bersikap murah hati kepada orang lain.

Secara rinci, dalam penelitian ini ditemukan bahwa adana pesan akhlak baik terhadap sesama manusia berupa kebaikan yang ditunjukkan dengan sikap tolong-menolong. Pesan akhlak yang pertama ditunjukkan oleh Dewi Sandra yang menolong penjual takjil dengan cara membeli dagangannya dan memberikan uang lebih (menolak kembalian), yang kedua yaitu ketika penjual takjil membeli lentera daur ulang kepada pengrajin dengan jumlah banyak, hal tersebut dapat membantu meningkatkan pembelian dan untung kepada pengrajin lentera daur ulang. Ketiga, ditunjukkan oleh pengrajin lentera daur ulang yang embeika bonus kepada penjual takjil.

#### B. Saran

Ada beberapa saran yang peneliti sampaikan kepada beberapa kalangan yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Diharapkan sebagai masyarakat yang cerdas, mereka mampu mengambil nilai dan pesan dari sebuah iklan.
2. Karena peneliti dalam penelitian ini hanya mengkaji pesan akhlak dengan



menggunakan analisis Ferdinand De Saussure, maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji iklan Wardah ini lebih detail lagi dengan memperhatikan berbagai aspek lainnya.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar lebih diperhatikan oleh peneliti-peneliti yang akan datang dalam menyempurnakan penelitian karena dalam penelitian ini terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut antara lain:

1. Adanya keterbatasan kemampuan peneliti selama proses penelitian.
2. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pesan akhlak yang terkandung dalam video dengan menggunakan analisis semiotic Ferdinand De Saussure, sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut menggunakan metode lainnya.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Muhammad. (2016). *Akhlak Menjadi Seorang Muslim Berakhlak Mulia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Aisyah, Siti, dkk. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yayasan Kita Menulis.
- Al Ashbahani, Abu As Syaikh, Abdullah Mu'allim. (2009). *Meneladani Akhlak Nabi*. Jakarta: Qisthi Press.
- Amin, Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Moh. Ali. (2015). *Ilmu Dakwah*. Jakarta; Prenadamedia Goup.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Cangara, Hafied. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Chandra, E. (207). *Youtube Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humanioran, dan Seni*. Vol.1, No. 2.

- Drazat, Dzakiah. 1993. *Pendidikan Islam dalam Kelurga dan Sekolah*. Jakarta: CV Ruhama.
- Effendy, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Enjang, AS. (2009). *Dasa-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Tim Widya.
- Faqiah, F, dkk. (2016). *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*. *Junal Komunikasi KAREBA*. Vol. 5. No. 2.
- Gufron, Ucup. (2013). *Pesan Dakwah Akhlak Lewat Media Cetak (Studi Kasus Majalah Hidayah)*. *Jurnal Bimas Islam*: Vol 6. No. 3.
- Habibi, MD. (2019). Interpretasi Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Hadis Liwa dan Rayah. *Mashdar: Jurnal Studi Al Qur'an dan Hadist*. Vol. 1, No. 2.
- Hamidi. (2010). *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah* Malang: UMM Press.
- Hasanah, H. (2016). *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*. *Jurnal at-Taqaddum*. Vol. 8, No. 1.
- Husin, Nixon. (2015). *Hadist-Hadist Nabi SAW tentang Pembinaan Akhlak*. An Nur: Vol 4. No. 1.
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Jafar, I dan Amrullah, M.N. (2018). *Bentuk-Bentuk Kajian Dakwah dalam Al Qur'an. Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 8. No. 1.*
- Latief, Rusman, dkk. (2017). *Siaran TV Non Drama.* Jakarta; Kencana.
- Laurence, Newman W. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* Jakarta : indeks. Ed. 7.
- Moloeng, Lexy J. (1999). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mudjiyanto, B, dan Nur, E. (2013). *Smiotika dalam Penelitian Komunikasi. Jurnal Penelitian Komunikasi, Informaika, dan Media Massa. Vol. 16. No. 1.*
- Nasrullah, Ruli. (2013). *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber.* Jakarta: Kencana.
- Putra, Gede Lingga Ananta Kusuma. (2019). *Pemanfaatan Animasi Promosi dalam Media Youtube.* Bali: Sekolah Tinggi Desain Bali.
- Setyadi, MA dkk. (2018). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Sebagai Representasi Nilai Kemanusiaan dalam Film *The Call.* *e-proceeding of management. Vol. 5, No. 1.*
- Siyoto, Sansu dan Muhammad Ali Sodik (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Soeharto, Irawan. (2002). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudarto, Anderson Daniel, dkk. (2015). *Analisis Semotika Film (Alangkah Lucunya Negeri Ini)*. Journal Acta Diurna: Vol 4. No. 1.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugesti, Delvia. (2019). *Mengulas Tolong Menolong dalam Perspektif Islam*. Jurnal PPKn & Hukum: Vol 14. No. 2.
- Suhendang, Kustadi. (2013). *Ilmu Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syafaq, Hammis. (2019). *Pengantar Studi Islam*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Syarif, N. Faqih. (2011). *Menjadi Da'I yang Dicintai*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tatapangarsa, Humaidi. 1980. *Akhlaq yang Mulia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Wahyudi, Andi. (2013). *Materi Kultum Penyejuk Hati*. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Wibawa, M dan NataliaRP. (2021). Analisis Semiotika Strukturalisme Ferdinand De Saussure pada Film 'Berpayung Rindu'. *Visual Communication Design Journal*. Vol. 1, No. 1.
- Ya'qub, Hamzah. 1993. *Etika Islam*. Bandung: Diponegoro.

Zuhdi, Achmad, Suqiyah Musfa'ah, dkk. (2019). *Studi Al Qur'an*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.

Video Iklan Wardah #LangkahBaikmuBerarti Edisi Ramadhan Tahun 2021,

[https://www.youtube.com/watch?v=OKSBIgae\\_aQ](https://www.youtube.com/watch?v=OKSBIgae_aQ)

<https://www.paragon-innovation.com/brand#wardah> (diakses pada tanggal 27 Maret 2023, pukul 1.27 am)

<https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about#:~:text=Wardah%20merupakan%20brand%20kosmetik%20halal,perempuan%20tampil%20cantik%20sesuai%20karakternya>. (diakses pada tanggal 27 Maret 2023, pukul 1.58 am)

Kevin Rizky Pratama, “Apa itu Whatsapp Status dan Bagaimana Cara Menggunakannya”, Kompas.com,

<https://tekno.kompas.com/read/2022/11/02/10150027/apa-itu-whatsapp-status-dan-bagaimana-cara-menggunakannya?page=all> (diakses pada tanggal 1 April 2023, pukul 1.37 pm)

Dina Agustina, “Viral Pria Update Status Isyaratkan Bunuh Diri tapi diejek Caper Ditemukan Tewas di Kos”, indozone,

<https://www.indozone.id/life/OjsNEer/viral-pria-update-status-isyaratkan-bunuh-diri-tapi-diejek-caper-ditemukan-tewas-di-kos/read-all> (diakses pada tanggal 1 April 2023, pukul 1.48 pm)

[https://www.youtube.com/watch?v=OKSBIgae\\_aQ](https://www.youtube.com/watch?v=OKSBIgae_aQ)