

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Iklan Pertamina “Ramadhan Jogja”

Iklan ini menceritakan tentang problematika seorang tokoh yang bernama Bimo. Seorang Ayah, yang juga seorang karyawan super sibuk. Meskipun bulan Ramadhan tiba, Bimo tetap sibuk dengan pekerjaannya. Bimo lupa akan keluarganya, lebih memilih pekerjaan kantor daripada mengajar Al-Qur’an, sahur bersama anggota keluarganya hingga tradisi pulang kampung, atau yang lebih populer dengan sebutan mudik.

Iklan berdurasi 1 menit 31 detik ini dibuat oleh Ipang Wahid dengan PH (production house) 25 Frames dan diterbitkan tanggal 15 Juli 2013, berikut ini daftar kru yang terlibat :

Tabel 4.1

Director	Ipang Wahid
Co-Director	Renny Fernandez
Executive Producer	Dede Imam
Producer	Dira Indria & Irma
Director of Photography	Tommy Jepang
Art Director	Ida Rachmad
1st Assistant Director	Deka
Editor	Vito (offline) Andi (online)

	@Sunny Side Up Post
Music	Adit @Soundvillage
Agency	Plan B
Client	Pertamina

Berikut adalah karakter dalam iklan Pertamina “Ramadhan Jogja”:

Tabel 4.2

Pemeran	Gambar pemeran
Orang Tua Bimo di kampung halaman (Jogja)	
Istri Bimo Anak Sulung dari Bimo	
Bimo sang karakter utama	
Kumpulan orang-orang yang sedang makan bersama	

Ayah Bimo(saat masih muda) dan Bimo (saat masih kecil)	
Tetangga Orang tua Bimo	

2. Profil Ipang Wahid

Pria bernama asli Irfan Asy'ari Sudirman ini lebih dikenal dengan nama Ipang Wahid. Berlatar belakang keluarga santri, putra sulung KH Salahuddin Wahid atau Gus Solah ini justru terjun ke dunia iklan. Ia pun sukses membangun imej sejumlah perusahaan, bahkan partai di negeri ini. Ia telah lama bekerja di biro iklan, dan menjadi sutradara iklan. Sampai sekarang, ia telah mempunyai dua kantor, yaitu Fast Comm yang bergerak di bidang *social marketing*, dan 25 Frames yang menggarap produk iklan. Di *social marketing* Ipang Wahid menggarap *branding* berbagai institusi, seperti Mahkamah Institusi, Departemen Kehutanan, dan Depkominfo. Di Departemen Kehutanan, Ia ikut menggarap kampanye penanaman sejuta pohon. Yang sekarang tengah berjalan, dengan Depkominfo.

Ipang Wahid lulus dari Jurusan Desain Grafis di Institut Kesenian Jakarta (IKJ) tahun 1991, kemudian Ia hijrah ke Chicago (AS) untuk

belajar Bahasa Inggris. Kemudian ia mengambil Jurusan Music & Video Business di Seattle. Setelah selesai menempuh pendidikan, sebenarnya Ia ingin bekerja di RCTI, namun ia bertemu dengan Mira Lesmana yang ketika itu menjabat produser eksekutif Katena, rumah produksi (*production house*) iklan. Awalnya mencoba untuk mendapatkan pengalaman, namun seiring berjalannya waktu ia malah menjadi semakin tertarik melakukan pekerjaan, mulai dari asisten produksi, penata artistik, sampai sutradara.⁷⁹

Ipang Wahid pertama kali menyutradarai iklan Metro Department Store, hingga kini karyanya sudah lebih dari 400 iklan. Hanya, untuk produk rokok ia lebih selektif dalam memilih. Setelah enam tahun menjadi *freelancer*, pada tahun 2002 bersama teman-temannya, Ipang Wahid membuat 25 Frame rumah produksi (PH) iklan. Ia ingin membuat sistem yang baik di industri iklan. Ipang dan kawan-kawan ingin mencetak lebih banyak tenaga lokal. Pada tahun 2006 Ipang Wahid mendirikan Fast Comm, sebuah institusi yang bergerak di bidang jasa komunikasi media. Ia pertama kali membantu Adang Daradjatun saat Pilkada gubernur DKI. Dari situ, ia mulai masuk ranah kampanye politik, termasuk pemilihan gubernur Jawa Barat yang memenangkan H. Ahmad Heryawan dan wakilnya, Dede Yusuf.

⁷⁹<http://www.tabloidnova.com/Nova/Profil/Ipang-Wahid-Creativepreneur-yangEnggan-Melacur-1/> diakses pada tanggal 19 Juli 2014 02:08 WIB

3. Profil 25 Frames

Sebagai salah satu PH (production house) besutan Ipang Wahid, 25 Frames dibangun pada 1 Juni tahun 2002 atas inisiatif Ipang Wahid dan koleganya⁸⁰. Beralamat di Jalan Bangka Raya No:2B Jakarta Selatan 25 Frames membuktikan eksistensi dengan memproduksi berbagai macam jenis iklan sejak tahun 2002. Dengan modal awal sekitar 700 juta, Ipang Wahid berkeinginan untuk membuktikan bahwa PH lokal mampu bersaing dengan PH internasional. Serta menghapus stigma PH lokal tanpa bantuan pihak asing tidak berdaya⁸¹.

Ini adalah motto 25 Frames yang terpampang di halaman awal website <http://www.25-frames.com/>:

“Successful creative concepts begin with excellent creative strategies; therefore, we work with you at the most critical part of your project; the beginning, to ensure all the right goals are set. with your vision in mind, we will visualize them, convey the message concisely and get the job done, fresh, unique and memorable.

Despite our strive to harmoniously blend production, aesthetic values and creative concepts, 25 Frames Production Services, since 2002 has always upheld the philosophy of assisting the film industry,

⁸⁰<http://www.tabloidnova.com/Nova/Profil/Ipang-Wahid-Creativepreneur-yangEnggan-Melacur-2/> diakses pada tanggal 20 Juli 2014 03:06 WIB

⁸¹<http://dialog-bts.blogspot.com/2004/10/ipang-wahid.html> diakses pada tanggal 20 Juli 2014 03:28

regenerating and producing young, talented and creative workforces to compete in the worldwide market.”

Penghargaan 25 Frames.⁸²

Nasional:

1. SCTV Viewer’s Choice Award – Sampoerna Hijau “The Fallen Star”
2. The Best TVC Cakram Magazine Award – Nescafe “Donna”
3. The Best TVC 2002 – Bank Mandiri “WON”
4. Nominee The Best TVC 2001 – Sampoerna Hijau “Bedug”
5. The Best Cultured Citra Pariwara: 2001 - Sampoerna Hijau “Bedug”;
2000 - Bank Danamon “Ratna’s Book”; 1998 – Telkom “Birth”
6. The Best Indonesian Language Citra Pariwara: 2001 - Sampoerna
Hijau “Bedug”; 2000 - Bank Danamon “Ratna’s Book”; 1998 –
Telkom “Birth”
7. The Best Corporate 2000 – Bank Danamon “Ratna’s Book”

Internasional:

⁸²<http://dialog-bts.blogspot.com/2004/10/ipang-wahid.html> diakses pada tanggal 20 Juli 2014 05:20

- 1 Australian Cinematography Society, Silver 2001 – Bank Mandiri
“Ribbon”
- 2 Australian Cinematography Society, Gold 2000 – Bank Danamon
“Ratna’s book”

4. Profil Pertamina

Sejak didirikan pada 10 Desember 1957, Pertamina menyelenggarakan usaha minyak dan gas bumi di sektor hulu hingga hilir. Bisnis sektor hulu Pertamina yang dilaksanakan di beberapa wilayah di Indonesia dan luar negeri meliputi kegiatan di bidang-bidang eksplorasi, produksi, serta transmisi minyak dan gas. Untuk mendukung kegiatan eksplorasi dan produksi tersebut, Pertamina juga menekuni bisnis jasa teknologi dan pengeboran, serta aktivitas lainnya yang terdiri atas pengembangan energi panas bumi dan Coal Bed Methane (CBM). Dalam perusahaan migas baik di dalam dan luar negeri, Pertamina beroperasi baik secara independen maupun melalui beberapa pola kerja sama dengan mitra kerja yaitu Kerja Sama Operasi (KSO), Joint Operation Body (JOB), Technical Assistance Contract (TAC), Indonesia Participating/ Pertamina Participating Interest (IP/PPI), dan Badan Operasi Bersama (BOB). Dengan inisiatif dalam memanfaatkan sumber daya dan potensi yang dimiliki untuk mendapatkan sumber energi baru dan terbarukan di samping bisnis utama yang saat ini dijalankannya, Pertamina bergerak

maju dengan mantap untuk mewujudkan visi perusahaan, Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia.

Mendukung visi tersebut, Pertamina menetapkan strategi jangka panjang perusahaan, yaitu “Aggressive in Upstream, Profitable in Downstream”, dimana Perusahaan berupaya untuk melakukan ekspansi bisnis hulu dan menjadikan bisnis sektor hilir migas menjadi lebih efisien dan menguntungkan. Pertamina menggunakan landasan yang kokoh dalam melaksanakan kiprahnya untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan dengan menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang sesuai dengan standar global best practice, serta dengan mengusung tata nilai korporat yang telah dimiliki dan dipahami oleh seluruh unsur perusahaan, yaitu Clean, Competitive, Confident, Customer-focused, Commercial dan Capable. Seiring dengan itu Pertamina juga senantiasa menjalankan program sosial dan lingkungannya secara terprogram dan terstruktur, sebagai perwujudan dari kepedulian serta tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh stakeholder-nya⁸³.

B. Penyajian Data

Seperti yang terurai pada serangkaian metodologi pada bab sebelumnya, maka pada bab ini peneliti akan menyajikan data yang sudah didapat dalam suatu pola khusus untuk memudahkan tahapan selanjutnya.

⁸³<http://www.pertamina.com/company-profile/> diakses pada tanggal 20 Juli 2014 11:08

Yang peneliti ambil dari cuplikan gambar dan kutipan dialog dari iklan Pertamina “Ramadhan Jogja”.

Sebagaimana teori semiotik Roland Barthes yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa dari adegan iklan tersebut untuk menentukan petanda dan penanda serta makna yang terkandung dalam video iklan Pertamina “Ramadhan Jogja”.

Sebelum data disajikan sebagaimana tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui data primer yang akan dianalisis yakni tayangan Iklan Ramadhan Jogja 2013. Berikut adalah sinopsis iklan “Ramadhan Jogja”:

Iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” ini dimulai dengan satu percakapan orangtua Bimo dengan salah satu tetangga, yang menanyakan kabar keadaan Bimo di Jakarta. Lalu kemudian diceritakanlah penggambaran kehidupan Bimo yang bekerja sebagai karyawan. Kehidupan karyawan di Jakarta yang sibuk, penuh dengan tekanan pekerjaan dan identik dengan kealpaan dan terkesan meremehkan waktu. Bimo lebih mementingkan pekerjaan daripada pendidikan anaknya, atau dalam hal kecil lainnya contohnya, menjadi imam shalat dan sahur bersama keluarga.

Lalu pada suatu kesempatan, Bimo mendapati anaknya menjadi imam shalat istrinya, Bimo sejenak tertegun, lalu teringat pesan ayahandanya saat Bimo masih kecil. Ayahnya berkata “*mugo-mugo kowe dadi imam seng soleh yo le*” (semoga kamu jadi imam yang soleh ya nak). Dan seketika Bimo tersadar, dia lalu mulai merubah kebiasaanya.

Semula ia terkesan sangat tidak memperhatikan *quality time* bersama keluarga. Mulai dari menyiapkan makan sahur untuk anak dan istrinya, memberi bingkisan untuk kedua orang tuanya, dan mendampingi anaknya membaca Al-Qur'an. diperlihatkan dalam iklan ini Bimo menjadi lebih penyayang, religious dan peduli kepada keluarganya, dari yang semula sebagai sosok ayah yang sepanjang harinya hanya peduli dengan kantor dan pekerjaan saja. Iklan ini diakhiri dengan adegan Bimo sekeluarga melaksanakan ibadah shalat berjamaah bersama anak dan istrinya. diiringi dengan *jingle* dan sebuah VO (*voice over*) dari narator dengan kata-kata :
 “*Jika ini ramadhan terakhirku,ribuan ibadah tuk hiasi bulan sucimu*”

Data primer yang akan dianalisis diatas adalah tayangan Iklan Ramadhan Jogja 2013. Data ini terdiri dari 25 *scene* atau adegan. Akan tetapi peneliti ringkas menjadi hanya beberapa adegan yang sekiranya mempunyai pesan dakwah di dalam adegan tersebut. Berikut data primer yang akan dianalisis dalam bentuk tabel:

Tabel 4.3

Iklan yang dianalisis

No	Gambar Iklan	Makna pesan dakwah
----	--------------	--------------------

1		Menampilkan <i>ukhuwah islamiyah</i> . Umat Islam semua bersaudara, oleh karena itu perlu diadakan acara yang sekiranya melibatkan seluruh umat muslim. agar menambah kerekatan antar sesama muslim.
---	---	--

Penjelasan:

Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa sesama orang beriman pada hakikatnya adalah bersaudara. Dan sebagai saudara yang baik, hendaknya saling menjaga, dan saling mengingatkan. Di dalam iklan ini terlihat jelas konsep dan implementasi *ukhuwah islamiyah* dengan bukti adegan keramaian di satu tempat yang sama dan dengan busana khas Islam yang sama.

Dari Q.S. Al-Hujurat ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: *orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.*⁸⁴

Dari Q.S. Al-Hijr ayat 47:

وَنَزَعْنَا مَا فِي صُدُورِهِمْ مِّنْ غَلٍّ إِخْوَانًا عَلَىٰ سُرُرٍ مُّتَقَبِلِينَ ﴿٤٧﴾

⁸⁴ Tafsir Al-Hidayah (Banten: Kalim) hlm 516

Artinya: dan Kami lenyapkan segala rasa dendam yang berada dalam hati mereka, sedang mereka merasa bersaudara duduk berhadap-hadapan di atas dipan-dipan.⁸⁵

Tabel 4.4

Iklan yang dianalisis

No	Gambar Iklan	Makna pesan dakwah
1		Sebagai keluarga Islam yang taat, maka keluarga ini menjalankan salah satu sunnah puasa di bulan Ramadhan, yaitu sahur

Penjelasan:

Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin untuk berpuasa di bulan Ramadhan, sebagai ketaqwaan kepada Allah swt. hal ini dapat dilihat dari firman Allah Q.S. Al-Baqarah ayat 183:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa.⁸⁶

Tabel 4.5

Iklan yang dianalisis

No	Gambar Iklan	Makna pesan dakwah

⁸⁵ Tafsir Al-Hidayah (Banten: Kalim) hlm 265

⁸⁶ Tafsir Al-Hidayah (Banten : Kalim) hlm 29

1		<p>Berbakti kepada orangtua adalah sebuah keniscayaan.</p>
---	---	--

Penjelasan:

Orangtua adalah sosok yang telah mendidik, menyayangi dan mengasuh kita dari lahir hingga kita beranjak dewasa. meskipun kita sudah mempunyai kehidupan rumah tangga sendiri, orangtua tetap harus kita hormati dan kita patuhi. Mengucapkan kata “Ah” kepada orang tua tidak dibolehkan oleh agama apalagi mengucapkan kata-kata atau memperlakukan mereka dengan lebih kasar daripada itu.

seperti dalam firman Allah Q.S. Al-Israa’ ayat 23-24:

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾ وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا ﴿٢٤﴾ ﴾

Artinya:

23. dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia.

24. dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah: "Wahai Tuhanku, kasihilah mereka keduanya, sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil".⁸⁷

Tabel 4.6

Iklan yang dianalisis

No	Gambar Iklan	Makna pesan dakwah
1		Membaca Al-Qur'an adalah sebuah ibadah, dan akan sangat berpahala ketika dilakukan pada saat bulan Ramadhan

Penjelasan:

Al-Qur'an adalah kitab suci bagi umat Islam. Dan membacanya merupakan sebuah keniscayaan dan bernilai ibadah. Apalagi jika dilakukan pada saat bulan Ramadhan. Seperti tercantum dalam firman Allah Q.S Fathir 29:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً
 يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴿١١﴾

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi,*⁸⁸

⁸⁷ Tafsir Al-Hidayah (Banten: Kalim) hlm 285

⁸⁸ Tafsir Al-Hidayah (Banten : Kalim) hlm 432

Tabel 4.7

Iklan yang dianalisis

No	Gambar Iklan	Makna pesan dakwah
1		<p>Shalat merupakan rukun islam kedua. Sholat akan lebih utama apabila dilakukan secara berjama'ah.</p>

Penjelasan:

Shalat merupakan ibadah kedua setelah syahadat. Jadi secara proses, setelah ikrar mengaku tuhan nya Allah dan Rasul nya Muhammad, hal yang harus dilakukan setelah nya ialah melaksanakan shalat. Seperti yang tertulis dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 45 :

وَأَسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ وَإِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ ﴿٤٥﴾

Artinya: *Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. dan Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu',*⁸⁹

Karena pada dasarnya Islam dibangun atas lima perkara yakni, syahadat, shalat, zakat, puasa, dan juga Haji bagi yang mampu. Ini sebagaimana yang

⁸⁹ Tafsir Al-Hidayah (Banten : Kalim) hlm 8

terkandung di dalam hadits Abdullah bin Umar RA, bahwasannya Rasulullah SAW bersabda:

بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ
وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَالْحَجِّ وَصَوْمِ رَمَضَانَ

“Islam itu dibangun atas lima perkara, yaitu: syahadat bahwasannya tidak ada sesembahan yang berhak untuk disembah selain Allah, dan bahwasannya Muhammad adalah utusan Allah, menegakkan shalat, menunaikan zakat, naik haji, dan puasa Ramadhan” (HR. Bukhari dan Muslim)⁹⁰

Dalam iklan ini juga digambarkan, bahwa pria adalah seorang pemimpin atau imam, yang dalam konteks di dalam iklan ini adalah pemimpin bagi keluarga. Dan setiap pemimpin pasti akan dimintai pertanggung jawaban atas yang dipimpinnya, seperti firman Allah SWT dalam surat Al-Muddatsir:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٧٤﴾

Artinya: *“tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya,”*⁹¹

Dan pria sebagai pemimpin dalam keluarga dituntut untuk bisa menjadi pemimpin yang baik bagi istri dan anak-anaknya. Sebagai

⁹⁰ <http://www.lidwa.com/>

⁹¹ Tafsir Al-Hidayah (Banten : Kalim) hlm 576

pemimpin yang baik meski sesibuk apapun dalam bekerja untuk urusan dunia, tetaplah ingat kepada keluarga dan juga orang tua, karena salah satu amalan yang tidak akan terputus meskipun ia sudah meninggal yakni anak yang sholeh yang mendoakan orang tuanya. Dari Abu Hurairah *RA*, ia berkata bahwa Rasulullah *SAW* bersabda:

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ وَعِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ وَوَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ

“Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara (yaitu): sedekah jariyah, ilmu yang dimanfaatkan, atau do’a anak yang sholeh” (HR. Muslim)⁹²

C. Analisis Data

Dari penyajian data dan beberapa cuplikan adegan iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 yang terdapat di bab sebelumnya, peneliti mencoba menelaah pesan dakwah dari iklan tersebut, apakah iklan tersebut mempunyai pesan dakwah atau sebaliknya. Dari hasil observasi peneliti, iklan ini bertutur tentang perubahan sikap seseorang yang dirangsang oleh kejadian yang ada di sekitarnya. Bimo yang sebelumnya dilambangkan sebagai seseorang yang *workaholic* (gila kerja) menjadi lebih perhatian kepada anak dan istrinya, karena Bimo teringat pesan ayahnya pada saat Bimo masih kanak-kanak.

⁹² <http://www.lidwa.com/>

Dalam iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 dianalisis menggunakan analisis semiotik. Berbicara tentang semiotik berarti kita berbicara tentang linguistik atau bahasa. Bahasa sebagai sarana berkomunikasi antara manusia dengan manusia lainnya, dengan bahasa kita dapat hidup, berfikir, berpengetahuan, menyusun konsep tentang dunia kita dan mewarnainya dengan simbol-simbol yang kita gunakan.

Simbol adalah kebutuhan pokok manusia sebagai makhluk sosial yang berbudaya dan kemampuan menciptakan simbol dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari membuktikan bahwa manusia memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana hingga simbol yang sudah di modifikasi dalam bentuk alat-alat elektronik modern seperti radio, televisi, satelit dan sebagainya. Makna dalam simbol terdapat dalam setiap kehidupan manusia, baik berupa benda seperti tugu, monument, gedung-gedung, patung atau hanya sebuah nama.

Sesuai dengan pembahasan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan teori signifikasi dua tahap Roland Barthes , yang mana dalam teorinya Barthes berpendapat bahwa semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak keluar dari kaidah tata bahasa dan sintaksis serta yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan.⁹³ Hal inilah yang kemudian menimbulkan perhatian pada makna

⁹³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hlm.126

tambahan (konotatif) dan arti penunjukan (denotatif) yang berkaitan dengan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda. Hal itu dilakukan dengan mengakui adanya mitos yang ada dan sekumpulan gagasan yang bernilai yang berasal dari kebudayaan dan disampaikan melalui komunikasi.

Pada signifikasi tahap pertama Barthes menyebutnya dengan makna denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda, maka makna denotasi dari program iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 adalah sebuah program iklan yang hadir saat bulan Ramadhan tahun 2013. Kemudian pada signifikasi tahap kedua Barthes menyebutnya dengan makna konotasi, yaitu makna subyektif yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari para pemirsa serta nilai-nilai kebudayaan. Maka makna konotasi dari program iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 adalah sebuah program iklan yang memuat tanda-tanda dan simbol-simbol agama Islam yang merupakan agama mayoritas di Indonesia, dan isi dari iklan tersebut sarat dengan nuansa dakwah Islam.

Dalam teori Barthes antara signifier (penanda) dan signified (petanda) terdapat hubungan signifikasi yang koheren. Dalam signifikasi tahap pertama terdapat hubungan antara signifier dan signified yang menimbulkan dua makna, yang pertama denotasi dan yang kedua konotasi. Denotasi merupakan makna nyata dari tanda atau dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan oleh tanda terhadap sebuah obyek. Dalam penelitian ini

mengatakan bahwa tanda pada iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 mencerminkan atau menggambarkan keseluruhan dari karakter iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013.

Sedangkan konotasi merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan penonton bahwa konotasi adalah bagaimana seorang penonton menggambarkan makna yang ada pada iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013. Sedangkan signifikasi tahap kedua menghubungkan antara makna tanda yang satu dengan tanda yang lain melalui mitos dalam hal ini makna tanda yang ada pada iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 dengan adegan-adegan yang memiliki kegiatan ibadah Islam, atau dalam kata lain muatan atau pesan dakwah yang ada di dalam iklan Pertamina “Ramadhan Jogja” 2013 tersebut. Adalah bahwa seorang pria sebagai pemimpin dalam keluarga haruslah bisa menjadi contoh yang baik, terutama bagi anak-anaknya, sehingga sang anak dapat menjadi anak yang berbakti kepada kedua orang tua kelak saat anak tersebut menjadi insan yang baik di masa yang akan datang.