

**PESAN DAKWAH DALAM IKLAN INDOMIE GORENG
EDISI RAMADHAN 1442 H**

SKRIPSI

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

Oleh

Muh. Fardan Zani

B71218071



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

SURABAYA

2025

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

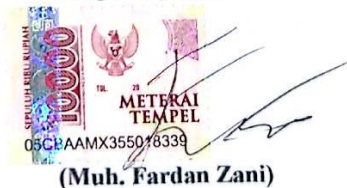
Nama : Muh. Fardan Zani
NIM : B71218071
Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Alamat : Jln. Hayam Wuruk

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

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

Surabaya, 11 Juni 2025

Yang Menyatakan


(Muh. Fardan Zani)

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi berikut :

Nama : Muh. Fardan Zani

NIM : B71218071

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **PESAN DAKWAH DALAM IKLAN INDOMIE
GORENG EDISI RAMADHAN 1442 H**

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 27 Mei 2025

Menyetujui
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by a checkmark-like flourish.

Dr. Sokhi Huda, M.Ag.

NIP. 196701282003121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI
PESAN DAKWAH DALAM IKLAN INDOMIE GORENG EDISI
RAMADHAN 1442 H

SKRIPSI

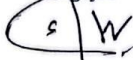
Disusun oleh:

Muh. Fardan Zani
B71218071

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 11 Juni 2025

Tim Penguji

Penguji I



Dr. Sokhi Huda, M.Ag.
NIP. 196701232003121001

Penguji II



Dr. Fahrur Razi, S.Ag, M.HI
NIP. 196906122006041018

Penguji III



Pardianto, S.Ag., M.Si
NIP. 197306222009011004

Penguji IV



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP. 198210122015031004

Surabaya, 11 Juni 2025

Dekan,



Dr. Moch. Chorul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 19710171998031001

iii



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muh. Fardan Zani
NIM : B71218071
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan komunikasi / KPI
E-mail address : fardan2ani@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pesan Dakwah Dalam Ikian Indonesia
Goreng Edisi Ramadhan 1442 H.

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,

Penulis

(Muh. Fardan Zani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Muh. Fardan Zani

B71218071

Pesan Dakwah Dalam Iklan Indomie Edisi Ramadhan 1442 H

Aktifitas dakwah ini makin merambah kedunia periklanan, diantaranya adalah iklan Indomie edisi Ramadhan 1442 H. Untuk itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami makna serta pesan-pesan yang terkandung dalam iklan Indomie edisi ramadhan 1442 H dengan menggunakan analisis teks media dengan metode semiotika Roland Barthes.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pesan dakwah yakni, pesan dakwah yang terdapat dalam iklan ini adalah dengan menganalisis peneliti dapat mengetahui pesan yang terkandung dalam iklan Indomie Goreng yaitu untuk selalu mengingatkan audiens betapa pentingnya menjalankan ibadah puasa dan tidak lupa untuk selalu memiliki niat baik dalam keadaan apapun dan meskipun kita dirumah saja.

Kata Kunci: Pesan, Dakwah, Iklan Indomie

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Muh. Fardan Zani

B71218071

Preaching Messages in Indomie Advertisements for the Ramadhan Edition of 1442 H

This da'wah activity is increasingly spreading into the world of advertising, one of which is the Indomie advertisement for the Ramadan 1442 H edition. Therefore, the purpose of this study is to find out and understand the meaning and messages contained in the Indomie advertisement for the Ramadan 1442 H edition using media text analysis with the Roland Barthes semiotic method.

The results of this study indicate that there is a message of preaching, namely, the message of preaching contained in this advertisement is by analyzing the researcher can find out the message contained in the Indomie Gorenng advertisement, namely to always remind the audience how important it is to carry out fasting and not forget to always have good intentions in any situation and even though we are at home.

Keywords: Message, Preaching, Indomie Advertisement

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ملخص

محمد فردان زاني

B71218071

رسالة الوعظ في إعلان إندومي، طبعة رمضان 1442 هـ

، يتزايد انتشار هذا النشاط الدعوي في عالم الإعلان، ومنه إعلان إندومي لشهر رمضان 1442 هـ. إننا نهدف هذه الدراسة إلى فهم المعنى والرسالة التي يتضمنها إعلان إندومي لشهر رمضان 1442 هـ، وذلك باستخدام تحليل النصوص الإعلامية وفق منهج رولان بارت السيميائي.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود رسالة دعوية، وهي رسالة الوعظ الواردة في هذا الإعلان من خلال تحليل الباحث، حيث يستطيع معرفة الرسالة الواردة في إعلان إندومي جورينج، وهي تذكير الجمهور دائماً بأهمية الصيام وعدم نسيان النوايا الحسنة دائماً في أي موقف وحتى لو كنا في المنزل.

الكلمات المفتاحية: رسالة، وعظ، إعلان إندومي

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PERSETJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN ONTENTISITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TRANSLITERASI	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Konsep	9
F. Sistematika Pembahasan	12

BAB II KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pesan Dakwah.....	12
1. Pengertian Pesan.....	12
2. Pengertian Dakwah.....	13

3. Pengertian Pesan Dakwah.....	17
B. Kajian Iklan.....	25
1. Sejarah Iklan.....	25
2. Pengertian Iklan.....	27
3. Jenis-Jenis Iklan.....	29
4. Tujuan Iklan.....	30
5. Iklan Televisi.....	32
C. Kajian Teori.....	37
1. Teori Semiotika.....	37
2. Teori Komunikasi Dakwah.....	52
D. Tinjauan Pustaka.....	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B. Unit Analisis.....	59
C. Sumber Data.....	61
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Teknik Analisis Data.....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Iklan Indomie Edisi Ramadhan 1442 H.....	67
B. Penyajian Data.....	69
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	78
1. Perspektif Teori.....	78
2. Perspekti Islam.....	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102

LAMPIRAN-LAMPIRAN

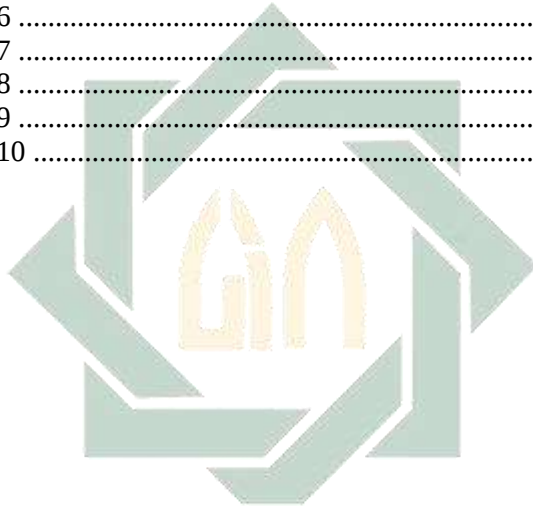
DAFTAR TABEL

TABEL 1	67
TABEL 1.1	77
TABEL 1.2	78
TABEL 1.3	80
TABEL 1.4	81
TABEL 2.1	82
TABEL 2.2	84
TABEL 2.3	85
TABEL 2.4	86
TABEL 2.5	87

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

GAMBAR

GAMBAR 1 <i>Signifikasi dua tahap bathers</i>	53
GAMBAR 2 Indomie Goreng	73
GAMBAR 3	77
GAMBAR 4	78
GAMBAR 5	80
GAMBAR 6	81
GAMBAR 7	82
GAMBAR 8	84
GAMBAR 9	85
GAMBAR 10	86



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu. (2008), Noor Salimi, *Dasar-Dasar Pendidikan Agama Islam*
- Ali, Zainudin. (2015), *Pendidikan Agama Islam*
- Al-Sayyid Muhammad bin “Alwiy Al-Maliki Al-Hasani. (2009), *Mafahim Yajibu an Tusahha*
- Anggito Setiawan Johan, Albi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi : CV Jejak Publisher, 2018)
- AS Hari Sumandiria. (2006), *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, cet. Ke-1
- Aziz, Moh. Ali, M.Ag. (2017), *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*
- Bachtiar, Wardi. (1997), *Methodologo Penelitian Ilmu Dakwah Islam*, Cet. Ke-11
- Bambang (2018), *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*
- Birowo, Antonius. *Metode Penelitian Komunikasi; teori dan Aplikasi*
- Birowo, M. Antonius, *Metode Penelitian Komunikasi ; Teori dan Aplikasi*
- Bungin, Burhan. (2001), *Imagi Media Massa*, Cet ke-1
- Cangara, Hafied (2019), *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*
- Charles J. Dirksen dan Arthur Kroeger. (1995), *Strategic Brand Management*
- Christomy, Tommy. (2004), *Semiotika Budaya*, cet. Ke-1
- Danesi, Marcel. (2010), *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, Cet.ke-1
- Darminta, Wjs. (2002), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*
- Departemen Pendidikan Nasional (2025), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. Ke-3
- Depdiknas, *Kamus Belajar Indonesia*
- Djamereng, “*Analisis Semiotika Pada Iklan Di Televisi (Iklan Wardah dan Iklan Total Almeera).*”
- Drs. Hasanuddin,MA. (2005), “*Manajemen Dakwah*
- Effendy, Onong Uchjana. (2005), *Ilmu Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*
- Fauzuah, Mira. (2018), *Janji dan Ancaman Sebagai Metode Dakwah Al-Qur'an*

- Ghazali, M Bahri (1997), *“Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah”*
- Hidajat, M.S. (2006), *Public Speaking dan Teknik Presentasi*
<http://id.wikipedia.org/wiki/iklan>
<http://iklancantik.com>
<http://iklancantik.com>
<http://thinktep.wordpress.com/2008/11/12/teknik-gambar> -pengambilan-gambar
- https://id.wikipedia.org/wiki/Rafi_Angkarana
- Ilahi, Wahyu. (2007), *Pengantar Sejarah Dakwah*
 Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Kasali, Rhenald. (1995), *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Percetakan PT Anem Kosong Anem, 1995), Cet ke V
- Kasiyam (2008), *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*
- Kementrian Agama RI. (2010), *Al-Qur'an Tajwid dan terjemahan*
- Kriyanto, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Ed. I, (Jakarta: Kencana Predana Media Group), cet-2
- Kusnawan, Aep. (2004), *Komunikasi Dan Penyiaran Islam Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Televisi, Film, Dan Media Digital*.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi: Serda Ada.....*
- Lull, James (1997), *Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*, (Terj) A. Setiawan Abadi, cet, Ke-1
- M Arifin (1991), *Ilmu Pendidikan Islam*
- Ma'arif, Dr. Bambang S., *Komunikasi Dakwah*
- Mappasere, Stambol A and Naila Suyuti. (2009), 'Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif' *Metode Penelitian Sosial*
- Munthe, Bermawy. (2021), *Semiotika Teori, Metode Dan Penerapannya Dalam Penelitian Sastra Arab dan Al-Qur'an*,
<https://books.google.co.id/books?id=ilxDDwAAQBAJ>
- Murnir, Muhammad dan Wahyu Ilahi. (2006), *Manajemen Dakwah*
- Ramadhan, Fitra. (2023), *“Analisis Semiotika Dalam Film Bergenre Remaja ‘ Dua Garis Biru’ Dalam Perspektif Komunikasi”*
 (Aceh: UIN Ar-Raniry Dakwah Dan Komunikasi)
- Saputra, Wahid. (2012), *Pengantar Ilmu Dakwah*
- Semiawan, Prof Dr Conny R. (2010), *Metode Penelitian Kualitatif*

- Shirleen, Jessica Patrisia, Ayu Puspitasari, and Amanah Hijriah (2023), “*Analisis Lagu Bertema Akuntasnsi ‘Galang Rambu Anarki’ Dalam Perspektis Semiotika Roland Barthes,*” *Jurnal Kewirausahaan Bukti Pengharapan*
- Sobur, Alex. (2009), *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisi Farming*, cet. Ke-5
- Suhandang, Kustadi (2013), *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*
- Suhandang, Kustadi (2014), *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*
- Sukayat Tata. (2015), *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi ‘Asyarah*
- Syukir, Asmuni. (1983), *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Cet. Ke-1
- Tambaruka, Apriadi. (2013), *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (depok: Rajagrafindo Persada, 2013)
- Tasmara, Toto. (1997), *Komunikasi Dakwah Islam*, Cet. Ke-1
- Widya Puji, Astuti dan Ariyadi Wijaya. (2021). “Lintas Pembelajaran Berbasis Proyek Pada Materi Definisi Himpunan”. *Jurnal Riset Pendidikan Matematika*.
www.wikipedia.com/artikel
- Yani, Jalan Ahmad. (2015), “Penerapan Motode Team Based Leraning (TBL) Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa PGOAUD Pada (Implementation Of Team Based Learning In Increasing The Students’ Learning Achievement On Motor Development Subject Of PG PAUD, Muhammadiyah Pontian”