

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Sejarah Singkat Ramayana Department Store

PT. Ramayana Lestari Sentoosa TBK dirintis oleh pasangan suami istri Paulus Tumewu dan Tan Chuan, untuk pertama kalinya dibuka tahun 1978, adalah jenis usaha yang bergerak dalam *department store*.¹ Mulanya hanya menjual produk sandang atau pakaian, seperti baju, lalu merambat produk aksesoris seperti tas dan sepatu. Hingga produk tambahan seperti kebutuhan rumah tangga, mainan, *stationary*, hingga makanan kering. Ramayana sampai saat ini konsisten untuk bergerak dibidang *department store* yang ditargetkan untuk kelas menengah kebawah. Perbedaan target ini terlihat dari harga pakaian dan juga jenis pakaian.

Sekarang perusahaan ini telah mempekerjakan lebih dari 17.800 orang karyawan yang telah berdedikasi tinggi pada perusahaan. Dapat dibaca pada tabel dibawah ini.²

Tabel 4.1 Sejarah perkembangan Ramayana Lestari Sentosa Tbk

| Tahun | Perkembangan |
|-------|--|
| 1978 | Toko pertama dibuka di Jalan Sabang, Jakarta. |
| 1985 | Toko pertama yang dibuka diluar Jakarta, berlokasi di Bandung, Jawa Barat, menjual aksesoris, sepatu dan tas. |
| 1989 | Memperluas penjualan seperti mainan, alat tulis dan kebutuhan rumah tangga, dengan total 13 toko dan 2.500 karyawan. |

¹ <https://corporate.ramayana.co.id/index.php/en/about-the-company>, Diakses pada 12 Januari 2019.

² <https://corporate.ramayana.co.id/index.php/en/about-the-company-2/company-profile>, Diakses pada 22 Januari 2019.

| | |
|------|--|
| 1994 | Tumbuh dengan 35 toko sebagai toko tujuan belanja dengan sistem <i>one stop shopping</i> . |
| 1996 | Menjadi perusahaan publik sebagai PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk, dengan total lebih dari 45 toko. |
| 1997 | Membuka toko pertama diluar Jawa, yang ada di Bali. |
| 1999 | Membuka toko pertama di Sumatera, yang ada di Bandar Lampung. |
| 2000 | Membuka toko pertama di Kalimantan, yang ada di Banjarmasin. |
| 2002 | Membuka toko pertama di Sulawesi, yang ada di Ujung Padang. |
| 2005 | Memperluas cakupan dengan menjual produk elektronik dan restoran cepat saji. |
| 2010 | Membuka toko pertama di Papua. |
| 2013 | Membuka toko pertama di Maluku, yang ada di Ambon. |

Penghargaan-penghargaan yang pernah diterima antara lain:

Tabel 4.2 Penghargaan PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk

| Tahun | Penghargaan |
|-------|-------------------------------------|
| 2014 | Superbrands Indonesia |
| 2014 | Indonesia Forbes – Best Of The Best |
| 2014 | Financeasia – Asia’s Best Companies |

4.1.2 Profil Perusahaan Ramayana Department Store

Company Name: PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk

Business Type: Departement Store

Company Address: Jalan Wahid Hasyim 220 A-B Jakarta 10250 Indonesia

Phone Number: +62 21 3914566, 3920480, 3151563

Fax Number: +62 21 3920484

Company Logo:



Website: www.ramayana.co.id

e-mail: corporate@ramayana.co.id

Visi dan misi PT. Ramayana *Department Store*, visi Ramayana *Department Store* adalah sebagai perusahaan jaringan retail yang berkomitmen untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat berpenghasilan menengah kebawah, kami bertekad untuk menyajikan beragam produk dengan harga yang wajar dan terjangkau dengan layanan pelanggan yang ramah dan sopan. Selanjutnya Misi Ramayana *Department Store* yang berisi Kami akan mempertahankan tempat kami sebagai retailer terkemuka di Indonesia, melalui perluasan pasar, pengendalian biaya yang cerdas, peningkatan layanan pelanggan, pengembangan sumber daya manusia dan hubungan yang berkelanjutan dengan mitra bisnis: termasuk mendukung memaksimalkan nilai pemegang saham.³

Seiring dengan perkembangan toko yang pesat, jumlah gerai Ramayana sampai tahun 2017 telah dibuka resmi sebanyak 106 gerai Ramayana.⁴ Selain offline berupa gerai, Ramayana juga memperluas dibidang *e-commerce* yaitu kumpulan teknologi, aplikasi,

³ <https://corporate.ramayana.co.id/index.php/en/about-the-company-2/company-profile>, Diakses pada 22 Januari 2019.

⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/28/berapa-jumlah-gerai-ramayana>, Diakses pada 12 Januari 2019.

dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Dengan diperluasnya Ramayana Department Store hingga ke dunia *e-commerce*, yang membuka toko resminya di Lazada, salah satu situs *e-commerce* ternama di Indonesia, pada 7 November 2017.⁵ Dengan begitu sangat memudahkan konsumen untuk berbelanja baik melalui situs online ataupun langsung menuju ke gerai Ramayana *Department Store* langsung.

Hal yang menarik dari pemasaran produk dari Ramayana ini salah satunya adalah dengan digunakannya media beriklan yang dimana iklan tersebut mengandung pesan hikmah yang dikemas dengan komedi dari lirik *scene* dalam iklan Ramayana. Dimana meramu cerita anak rantau dengan corak gambar era 1990-an, format video karaoke, penampilan ibu-ibu kasidah, dan taburan bumbu komedi.⁶ Hal ini memungkinkan pemasaran yang lebih masif bagi pihak Ramayana sendiri, karena dengan demikian pemasaran Ramayana dapat menjangkau semua golongan.

Penelitian ini kemudian mengambil sampel iklan Ramayana, dengan edisi iklan Ramadhan yang mendekati Lebaran tahun (2018). Iklan tersebut selalu menampilkan peran laki laki selaku pemeran utamanya. Peran laki laki yang digambarkan dalam iklan ini selalu diasosiasikan sebagai sosok yang bekerja keras untuk keluarga terutama orangtuanya. Penggambaran sosok peran laki laki secara umum tersebut, secara tidak

⁵ <https://republika.co.id/berita/ekonomi/fintech/17/12/08/p0n9nr291-ramayana-department-store-rambah-ecommerce>, Diakses pada 12 Januari 2019.

⁶ <https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kocak-ramayana-yang-viral>, Diakses 13 Januari 2019.

langsung membentuk tolak ukur tersendiri bagi penontonnya tentang laki laki terutama sebagai seorang anak untuk menafkahi dan meyenangkan hati orangtuanya.

4.2 Profil Iklan

4.2.1 Iklan Ramayana

Iklan Ramadhan untuk edisi Lebaran tahun (2018) merupakan salah satu *brand department store* yang tayang di televisi dalam suasana Ramadhan yang mendekati Lebaran tahun 2018. Iklan yang berdurasi satu menit lebih enam detik dan iklan tersebut mencapai status viral ditahun 2018.⁷ Dimana meramu cerita anak rantau (laki laki) yang bekerja sampai hampir lupa orangtua dikampung, dengan corak gambar era 1990-an, format video karaoke, penampilan ibu-ibu kasidah, dan taburan bumbu komedi.

Lirik lagu yang terdapat dalam iklan tersebut merupakan lirik sederhana dibalut music kasidah, namun unik. “Aku bikin sendiri liriknya, seperti layaknya kasidah aja, kata-katanya kami bikin agak komedi. Salah satu yang bikin itu karena liriknya sih jadi ringan, kan” ucap Dimas⁸, selaku sutradara dari iklan tersebut. Adapun produk Ramayana *department store* ditawarkan dalam tayangan iklan tersebut adalah dalam bentuk pakaian.

4.2.1.1 Narasi Iklan

Iklan Ramayana *department store* menarasikan seorang perantau (laki laki) yang ingin memberikan hadiah untuk orangtuanya di kampung. Namun, uang yang dimiliki perantau itu malah dipalak preman dan hanya tinggal tersisa sedikit. Mengambil *setting* pengambilan gambar 1990-an, iklan ini berusaha menggambarkan dengan *setting*

⁷ <https://www.idntimes.com/hype/viral/danti/5-iklan-ramadan-2018-ini-sukses-bikin-penonton-baper-1/full>, Diakses pada 13 Januari 2019.

⁸ <https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kocak-ramayana-yang-viral>, Diakses pada 12 Januari 2019.

pengambilan gambar era 90-an tersebut untuk bernostalgia, yang kemudian menariknya untuk sebuah pencarian definisi kewajiban seorang anak laki laki. Penggalan kalimat dalam narasi iklan tersebut, “Kerja lembur bagai kuda, sampai lupa orangtua” dalam tayangan iklan semakin memperjelas maksud atau narasi yang ingin di sampaikan iklan Ramayana ini, seorang anak laki laki yang bekerja keras hingga lupa dengan orangtuanya padahal semua itu untuk membahagiakan orangtua di kampung. Mimik wajah akting laki laki yang menggambarkan kelelahan bekerja semakin menambah kesan yang ingin di tampilkan. Dalam iklan yang menjadikan lirik sederhana dibalut dengan musik kasidah, namun unik namun agak komedi, yang di mainkan oleh sekelompok ibu kasidahan. Iklan dimulai dengan gambaran anak laki laki memberikan kotak hadiah kepada ibunya, yang ternyata isi kotak itu kosong (hanya mimpi) oleh anak laki laki tersebut dikantor saat ketiduran karena kelelahan bekerja lembur di malam hari, akhirnya terbangun dan melihat foto keluarganya. Menyadari jika ia telah bekerja keras hingga hampir lupa orangtua dan merasa bersalah.

4.2.1.2 Sutradara Iklan

Sutradara iklan Ramayana adalah Dimas Djayadiningrat lahir 24 Agustus 1973 di Jakarta, dia merupakan seorang sutradara film, iklan, dan video klip. Karya film tersebut diantaranya Tusuk Jelangkung (2003), Bangsal 13, 30 Hari Mencari Cinta, dan Quickie Express. Diketahui pula jika Dimas Djay pernah menjadi juri dalam sebuah ajang pencarian bakat yaitu Indonesian Idol, pada season pertama hingga season ketiga, dan kembali diundang menjadi juri tamu pada season ketujuh.⁹ Melalui karyanya dalam penata

artistik klip Slank berjudul Terbunuh Sepi sanggup meraih gelar Best of Art Director.¹⁰ Begitu pula dengan garapan iklan yang sebelumnya, iklan Indoeskrim, iklan Axis, iklan Indomie yang bertema telenovela, iklan Oskadon bertema kungfu tiongkok dengan gaya *dubbing* dan diberikan terjemahan, iklan Domestos Nomos Seorang keluarga yang sangat terganggu karena banyaknya nyamuk mengikuti saran iklan televisi. Namun, bukannya menghilangkan nyamuk, keluarga itu malah berubah menjadi katak. Dan iklan Ramayana, dengan bertema era tahun 90-an serta dikemas unsur komedi.¹¹

4.2.1.3 Pakaian

Dalam tayangan iklan Ramayana, dimana peran utama sebagai laki laki dan di iringi oleh beberapa pemeran lainnya seperti pemeran OB (*office boy*), kelompok ibu kasidahan, dan preman. Semua pakaian yang dikenakan oleh pemeran dalam iklan Ramayana, turut disesuaikan oleh latar *setting* tempat dan *scene* yang dikerjakan. Semua warna dari pakaian yang digunakan dapat melambangkan atau menyimbolkan apa yang dimaksud, agar mempermudah penonton dalam memahami dari cerita dari iklan tersebut.

4.2.1.4 Visualisasi Iklan (gambar dan warna)

Dalam iklan Ramayana, dengan meramu cerita anak rantau dengan corak gambar era 1990-an, format video karaoke, penampilan ibu-ibu kasidah, dan taburan bumbu komedi.¹² Kualitas gambar iklan Ramayana jauh dari kesan full HD apalagi Blue Ray.

⁹ <https://celebrity.okezone.com/read/2018/04/12/33/1885723/intip-perjalanan-karier-sutradara-dimas-djayadiningrat>, Diakses pada 12 Januari 2019.

¹⁰ <https://www.merdeka.com/artis/jungkir-balik-perjalanan-karier-dimas-djay-sebelum-jadi-sutradara-sukses.html>, Diakses pada 12 Januari 2019.

¹¹ <https://merahputih.com/post/read/deretan-iklan-kocak-dimas-djay-dari-ramayana-sampai-indomie>, Diakses pada 10 Januari 2019.

¹² <http://jatim.tribunnews.com/2018/05/19/fakta-di-balik-iklan-viral-ramayana-terungkap-perjuangan-ibu-ibu-dalam-rice-cooker?page=2>, Diakses pada 12 Januari 2019.

Namun disinilah letak keunikan iklan Ramayana. Meskipun masih menyajikan beberapa *scene* dimana warna-warna lembut namun, lebih mendominasi warna cerah yang mencolok untuk mengambil perhatian penonton yang melihat tayangan iklan Ramayana.

Visualisasi warna dan gambar dapat dilihat pada gambar-gambar dibawah ini:

Gambar 4.1.

Peran laki laki yang bekerja hingga lembur



Gambar 4.2.

Peran laki laki yang bekerja keras, hingga hampir lupa terhadap orangtua dan ia merasa bersalah sambil melihat foto orangtuanya, dengan *background* ruangan kerja di kantor.



Gambar 4.3.

Menampilkan pemeran utama pria sedang menghitung uang yang dimilikinya, sedangkan salah satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Disinilah menampilkan salah unsur komedi.



Gambar 4.3.

Menampilkan laki laki tersebut dipalak preman, dengan *setting* tempat ditempat sepi yang tidak terawatt lagi, yang dimana bagian *scene* tersebut menjadi gambar yang dinilai katro, dan salah satu *scene* yang dibuktikan bahwa *jokesnya* bukan yang *in your face*.



Gambar 4.4.

Menampilkan sisa uang yang sudah dipalak oleh preman pada *scene* sebelumnya, *scene* tersebut menggiring pemikiran penonton yang menyaksikan, yang dimana menampilkan jumlah uang yang tidak terlalu banyak namun masih dapat digunakan untuk berbelanja.



Gambar 4.5.

Menampilkan *scene* yang dimana pendukung dari *scene* yang sebelumnya jika memang benar jumlah uang yang tidak seberapa tersebut dapat digunakan untuk berbelanja di Ramayana department store.



4.3 Analisis Semiotika Iklan

Penggambaran peran laki laki dalam iklan Ramayana dapat dilihat dari analisis semiotika berikut ini:

Gambar 4.6.

Peran laki laki yang bekerja lembur, hingga malam hari.



Denotasi:

Gambar diatas menampilkan suatu suasana kantor dimana menggambarkan seorang laki laki yang masih lembur untuk bekerja dan terlihat bersama OB (*office boy*) yang mulai membereskan gelas diruangan tersebut yang menandakan bahwa sudah malam. Dengan pakaian kantor yang masih rapi yaitu kemeja rapi untuk bekerja dikantor.

Konotasi:

Penggunaan pakaian kantor berwarna putih oleh pemeran utama dan OB (*office boy*) dengan seragam warna biru, dalam tayangan iklan Ramayana tersebut pemeran utama laki

laki dengan konotasi warna putih yang digunakan bermakna sederhana, putih, bersih. Sedangkan, kemeja dimaksudkan untuk memberikan kesan formal. Untuk OB (*office boy*) dengan konotasi warna biru pada seragam, telah menyimbolkan kesetiaan dan kepercayaan.¹³ Namun, jika bagian gambar tersebut makna kalimat dicerna dengan seksama ”..... *Astagfirullahaladzim*,... Kerja lembur bagai kuda” menjadi benang merah dari gambaran dan narasi iklan. Dimana mempunyai konotasi, dengan menggambarkan situasi pemeran utama laki laki yang bekerja keras, hingga di artikan kerja lembur bagai kuda. Karena binatang kuda, dikaitkan dengan simbol sebagai sesuatu yang kuat, gagah, tangkas dan lincah.¹⁴

Mitos:

Bekerja keras tak jarang hingga lembur di Indonesia bukanlah hal yang asing lagi, demi memenuhi target yang ingin dicapai. Menurut As-Syaitibi dalam kitab Al-Muwafakat, bahwa ditetapkannya syari’at adalah untuk kemaslahatan manusia. Semua kegiatan yang mengandung kemaslahatan manusia berarti telah sesuai dengan apa yang dikehendaki Allah. Oleh karena itu, bekerja sama artinya dengan memenuhi keinginan Allah. Mitos dalam bekerja dikaitkan untuk memenuhi kebutuhan duniawi saja, sehingga terlena. Namun jika dikaji lebih dalam bekerja adalah ibadah, dimana bekerja bukan hanya mengandung manfaat sosial. Bekerja seringkali tidak terlepas dari etos kerja, jika memiliki

¹³ Monica, M., & Luzar, L. C., 2011, *Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan*. *Humaniora*, Vol. 2(2), 1084-1096.

¹⁴ <http://www.tantik.com/ssst-ternyata-10-binatang-ini-sering-dijadikan-brand-sebuah-produk-lho/>, Diakses 22 januari 2019.

etos kerja yang positif maka dapat bekerja dengan maksimal. Memang benar dalam Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja keras seperti dalam Al Quran berikut ini:

Al Insyirah ayat 7-8:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ
وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَأَنْصَبْ

Artinya:

(94:7) Maka apabila telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh.
(96:8) dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

Dengan demikian dianjurkan kepada manusia khususnya umat Islam untuk bekerja keras dan berusaha semaksimal mungkin, dalam arti seorang Muslim harus memiliki etos kerja tinggi sehingga dapat meraih sukses dan berhasil dalam menempuh kehidupan dunianya di samping kehidupan akheratnya. Namun dalam realitas kehidupan, masih banyak bangsa Indonesia khususnya umat Islam yang belum sepenuhnya etos kerja yang lebih baik. Disinilah pentingnya etos kerja, dengan artian seorang muslim harus memiliki etos kerja tinggi agar dapat sukses dan berhasil dalam kehidupan dunianya disamping kehidupan ahkirat. Dalam Islam adanya asas keseimbangan, antara material dan spiritual, antara lahir dan batin, juga kerja guna memenuhi kebutuhan keluarga dengan ibadah. Dalam Ayat berikut ini:

Al Qashash ayat 77.

وَأَبْتَعْ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِن

كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ^ط وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ^ط إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya:

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Melalui ayat tersebut Allah telah memberi informasi pentingnya keharmonisan atau keseimbangan antara kerja kerja ukhrawi tanpa melupakan kerja-kerja ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup duniawi.

Gambar 4.7.



Denotasi:

Gambar diatas masih menggambarkan suasana ruangan kantor, namun diwarnai oleh ibu ibu kasidahan yang berada dibelakang pemeran utama laki laki tersebut, sambil bernyanyi *soundtrack* lagu untuk mengisi di iklan tersebut.

Konotasi:

Penggunaan pakaian kantor berwarna putih oleh pemeran utama dan kelompok ibu kasidahan yang memakai seragam dengan warna yang mencolok seperti warna kuning dan dominan warna ungu. Ibu kasidahan yang mengenakan seragam dengan warna kuning dan dominan warna ungu sebenarnya mempunyai makna tersendiri dari warna . Jika warna kuning diasosiasikan dengan.¹⁵ Sinar matahari, dari sisi positifnya warna kuning melambangkan kebijaksanaan, cahaya, optimisme, kegembiraan, cepat, ceria dan idealisme. Namun warna kuning pada produk atau dalam *advertising*, yaitu warna paling menarik perhatian, lebih terang dibanding warna putih, melambangkan kecepatan dan metabolisme. Sedangkan warna ungu jika diasosiasikan melambangkan keagungan dan spiritualis. Namun jika dalam produk atau dalam *advertising*, memberikan kesan feminin dan romantik.¹⁶ Namun, jika bagian gambar tersebut makna kalimat dicerna dengan seksama, terdapat sekilas lirik "Kerja lembur bagai kuda.. Sampai lupa orangtua... Oh... Hati terasa durhaka." Dimana maksud gambar dan narasi iklan tersebut masih berkesinambungan yaitu, dimana pemeran utama laki laki tersebut sebagai anak yang menyadari ia telah bekerja keras hingga hampir lupa kepada orangtuanya di kampung dan ia merasa durhaka. Dalam bagian *scene* tersebut ia memegang foto keluarganya, ditambah dengan mimik wajah yang bersedih.

Mitos:

Pada umumnya orangtua mengharapkan anak laki-laki agar dapat dapat menafkahi kehidupan keluarga yaitu anak dan istrinya, supaya dia dapat menafkahi bapak ibunya pula. Hal ini

¹⁵ Auria Farantika Y., 2015, *Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol.01 No.01.

¹⁶ Monica, M., & Luzar, L. C., 2011, *Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. Humaniora*, Vol. 2(2), 1084-1096.

mengandung pengertian bahwa laki laki secara sosial budaya sudah dikonstruksikan sebagai kaum yang kuat, dan hal inilah yang mempengaruhi pada porsi pembagian kerja. Dengan persepsi tersebut, laki laki memiliki akses pada ruang publik (lebih dominan, dibanding perempuan) yang berkaitan dengan kekuatan dan dalam peran sosial lainnya. Namun kedudukan perempuan dan laki laki adalah saling mengisi satu dengan yang lain dan tidak ada yang superior.

Mitos tersebut sebenarnya dalam Islam, didalam banyak ayat. Allah menjelaskan tentang Laki laki dan perempuan adalah sama derajatnya dimata Allah. Yang menjadi perbedaan derajat keduanya adalah ketakwaan dan keimanan terhadap Allah swt.

Firman Allah swt:

At Taubah ayat 71

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ
اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya:

“Dan orang orang beriman, lelaki dan perempuan, sebagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma’ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah maha perkasa lagi maha bijaksana”

At Nahl ayat 97

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ
بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya:

“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki Maupin perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik: dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik daripada apa yang telah mereka kerjakan”

Al Ahzab ayat 39

إِنَّ الْمُسْلِمِينَ وَالْمُسْلِمَاتِ وَالْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَالْقَانِتِينَ وَالْقَانِتَاتِ وَالصَّادِقِينَ
وَالصَّادِقَاتِ وَالصَّابِرِينَ وَالصَّابِرَاتِ وَالْخَاشِعِينَ وَالْخَاشِعَاتِ وَالْمُتَصَدِّقِينَ
وَالْمُتَصَدِّقَاتِ وَالصَّائِمِينَ وَالصَّائِمَاتِ وَالْحَافِظِينَ فُرُوجَهُمْ وَالْحَافِظَاتِ وَالذَّاكِرِينَ اللَّهَ
كَثِيرًا وَالذَّاكِرَاتِ أَعَدَّ اللَّهُ لَهُمْ مَغْفِرَةً وَأَجْرًا عَظِيمًا

Artinya:

“Sesungguhnya laki-laki dan perempuan yang muslim, laki-laki dan perempuan yang mukmin, laki-laki dan perempuan yang sabar, laki-laki dan perempuan yang tetap dalam ketaatannya, laki-laki dan perempuan yang benar, laki-laki dan perempuan yang sabar, laki-laki dan perempuan yang khusyu’, laki-laki dan perempuan yang bersedekah, laki-laki dan perempuan yang berpuasa, laki-laki dan perempuan yang memelihara kehormatannya, laki-laki dan perempuan yang banyak menyebut (nama) Allah, Allah telah menyediakan untuk mereka ampunan dan pahala yang besar”

Tiga ayat Alquran di atas menegaskan perbedaan derajat antara laki laki perempuan terletak pada keimanan dan ketakwaannya terhadap Allah swt.

Gambar 4.8.



Denotasi:

Gambar diatas menampilkan pemeran utama laki laki bersama ibu kasidahan, dimana menampilkan pemeran utama pria sedang menghitung uang yang dimilikinya, sedangkan salah satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. *Setting* latar tempat yang digunakan dalam tayangan diatas merupakan dirumah.

Konotasi:

Adegan pemeran utama laki laki dimana sedang menghitung uang dengan menggunakan baju merah dengan posisi duduk, dan dibelakang juga sampingnya Nampak beberapa ibu kasidahan yang mengiringi lagu dalam iklan tersebut. Nampak sekilas jika dibelakang pemeran laki laki tersebut ada seorang ibu kasidahan yang berdiri, dan disamping pemeran utama laki laki tersebut, ada salah satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Salah satu penanda bahwa iklan ini memang dikemas dengan komedi dibuktikan dengan adanya *scene* tersebut, karena *scene* bagian tersebut dapat mengundang tawa dan membuat penonton yang menyaksikan iklan *Ramayana* terheran heran, bagaimana mungkin salah satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Hal tersebut menunjukkan adanya komodifikasi agama Islam, dalam *scene* tersebut dengan menggunakan peran salah satu ibu kasidahan yang berhijab yang kepalanya

muncul dari dalam mejikom. Para produsen menggunakan simbol agama Islam agar menarik konsumen muslim ditambah adegan *scene* tersebut dikemas komedi mengundang tawa bagi yang melihatnya.

Mitos:

Iklan ini memang dikemas dengan komedi dibuktikan dengan adanya *scene* tersebut, dimana satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Namun, mitos yang ingin disampaikan iklan ini tidak sesuai dengan syariat Islam. Terlebih, dimana adegan tersebut diperankan oleh seorang ibu-ibu, terlebih tidak lagi muda, yang sudah semestinya dihormati, diperlakukan dengan baik. Beberapa firman Allah menegaskan demikian, diantaranya:

Dari Mu'awiyah bin Haidah AlQusyairi *radhiallahu'anhu*, beliau bertanya kepada nabi:

يَا رَسُولَ اللَّهِ ! مَنْ أَبْرُّ ؟ قَالَ : أُمَّكَ ، قُلْتُ : مَنْ أَبْرُّ ؟ قَالَ : مَنْ أَبْرُّ ؟ قُلْتُ : مَنْ أَبْرُّ ؟
قَالَ : أُمَّكَ ، قُلْتُ : مَنْ أَبْرُّ ؟ قَالَ : أَبَاكَ ، ثُمَّ الْأَقْرَبَ فَالْأَقْرَبَ

Artinya:

“Wahai Rasulullah, siapa yang paling berhak aku perlakukan dengan baik? Nabi menjawab: Ibumu. Lalu siapa lagi? Nabi menjawab: Ibumu. Lalu siapa lagi? Nabi menjawab: Ibumu. Lalu siapa lagi? Nabi menjawab: ayahmu, lalu yang lebih dekat setelahnya dan setelahnya” (HR. Al Bukhari dalam Adabul Mufrad, sanadnya hasan)

Disini ibu lebih diutamakan daripada ayah, hal ini karena kesulitan yang dirasakan ibu, ketika hamil, bahkan terkadang ibu bisa meninggal ketika itu. Dan penderitaannya tidak berkurang ketika ibu melahirkan. Kemudian cobaan yang ibu alami mulai dari masa menyusui hingga anaknya besar dan bisa mengurus diri sendiri.

Terdapat pula dalam Surat luqman ayat 14-15

وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهْنًا عَلَىٰ وَهْنٍ وَفِصَالُهُ فِي عَامَيْنِ أَنِ اشْكُرْ لِي
وَلِوَالِدَيْكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ

Artinya:

“Dan kami perintahkan kepada manusia agar berbuat baik kepada orang tuanya, ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah lemah dan menyapihnya dalam dua tahun, bersyukurlah kalian kepadaku dan kepada orangtuamu. Hanya kepadakulah kalian kembali”

Selanjutnya Maryam ayat 32:

وَبِرًّا بِوَالِدَتِي وَلَمْ يَجْعَلْنِي جَبَّارًا شَقِيًّا

Artinya:

”Dan berbakti kepada ibuku, dan dia tidak menjadikan aku seorang yang sombong lagi celaka”
Maka, dengan demikianlah diketahui sebagaimana Allah telah berfirman, tentang keutamaan dan kedudukan ibu dalam pandangan Islam, sehingga dapat dimengerti bagaimana semestinya bersikap dan memperlakukan ibu dengan baik.

Gambar 4.9.



Denotasi:

Gambar diatas menggambarkan pemeran utama laki laki sedang dipalak oleh preman, dengan *setting* latar tempat dengan situasi yang sepi. Dimana adegan preman tersebut terlihat memaksa mengambil sejumlah uang dari pemeran utama laki laki tersebut. Ditambah dengan lirik lagu yang menjadi benang merah dari adengan yang ditampilkan.

Konotasi:

Latar tempat terlihat bangunan yang tidak terawat dan sepi, ditandai dengan tumpukan kotak kayu dibelakang pemeran utama laki laki, adanya pemeran figuran yang sedang duduk di motor berada dibelakang yang seolah mengawasi untuk ikut membantu preman memalak dalam adegan tersebut. Penggunaan pakaian berwarna merah oleh pemeran utama dan jaket kulit hitam oleh preman. Pemeran utama laki laki yang memakai baju warna merah, warna merah dapat di asosiasikan dengan api, darah. Namun jika dari positifnya warna merah diartikan sebagai semangat, cinta, darah, energi, panas, kekuatan. Sementara, negatif dari warna merah yaitu kemarahan, perang, revolusi, agresif dan kekejaman.¹⁷ Efek dari pemakaian warna merah dalam

¹⁷ Monica, M., & Luzar, L. C., 2011, *Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. Humaniora*, Vol. 2(2), 1084-1096.

advertising, orang atau benda akan terlihat lebih besar jika menggunakan warna merah dan termasuk warna yang dominan, warna merah juga diartikan lebih menarik perhatian. Namun jika dilihat dari konteks iklan Ramayan ini, warna merah lebih identik dengan warna lambang Ramayana itu sendiri. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya dalam perihal Profil Ramayana Department Store. Untuk jaket kulit warna hitam yang dikenakan oleh preman. Warna hitam diasosiasikan dengan malam dan kematian, sedangkan dari positifnya hitam diartikan kekuasaan, serius, formal, berat, kekuatan. Warna hitam dapat memberi efek meningkatkan kepercayaan diri. *Scene* tersebut merupakan salah satu yang dibuktikan bahwa *jokesnya* bukan yang *in your face*, namun memang murni terletak pada unsur cerita atau konsep yang disajikan.

Mitos

Preman diartikan dalam kbbi.web.id merupakan menaruh “preman” dalam dua entri. Pertama preman dalam arti partikelir, bukan sipil atau tentara, kepunyaan sendiri, dan kedua, untuk sebutan kepada orang jahat (perampok, penodong, dan lain lain).¹⁸ Preman sebetulnya bisa menjadi identitas untuk siapapun. Seseorang atau sekelompok orang dapat diberi label preman ketika melakukan kejahatan (ekonomi, politik, sosial) tanpa beban. Makna premanisme disini merupakan tendensi untuk merebut hak orang lain bahkan hak publik sambil mempertontonkan kegagahan yang menakutkan. Sementara itu dalam tayangan iklan Ramayana, preman yang digambarkan dengan dikemas lucu dengan adegan tersebut, dimana hanya mengambil uang yang mempertontonkan adegan palak mengambil uang tersebut namun masih menyisakan sedikit uang untuk laki laki tersebut guna berbelanja. Mitos di Indonesia terkait preman berkembang saat ekonomi semakin sulit dan angka pengangguran tinggi, akibatnya kelompok masyarakat usia

¹⁸ <https://kbbi.web.id/preman>, diakses pada 12 Januari 2019.

kerja mencari pendapatan dengan cepat, identik dengan dunia kriminal dan merebut hak orang lain. Sedangkan hal tersebut tidak dibenarkan dalam Islam, dimana Islam sangat menghargai pekerjaan, dan berkewajiban untuk mencari rezeki yang halal. Seperti dalam riwayat hadits berikut ini:

طَلَبُ الْحَالَالِ فَرِيضَةٌ بَعْدَ الْفَرِيضَةِ

Artinya: “bekerja mencari yang halal itu suatu kewajiban sesudah kewajiban beribadah”. (HR. Thabrani dan Baihaqi)

Adapun ancaman terhadap orang yang tidak mau bekerja mencari yang halal, telah diriwayatkan dalam hadits Bukhari, sebagai berikut:

أَشَدُّ النَّاسِ حَسْرَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ رَجُلٌ كَسَبَ مَالًا مِنْ غَيْرِ حِلَّةٍ فَذَخَلَ بِهِ النَّارَ

Artinya: “Orang yang paling rugi di hari kiamat kelak adalah orang yang mencari harta secara tidak halal, sehingga menyebabkan ia masuk neraka”.

(HR. Bukhari)

Bekerja dalam konsep Islam akan mendapat pahala, karena bekerja dalam konsep Islam merupakan kewajiban atau fardhu.

“Mencari rezeki yang halal adalah wajib sesudah menunaikan yang fardhu (seperti shalat, puasa, dan lain-lain)” (HR ath-Thabrani dan al-Baihaqi)

Adapun dalam ranah sosial masyarakat yang lebih luas, Islam juga mendorong umatnya untuk bekerja secara halal juga merupakan jihad dan apapun yang dilakukan akan diminta pertanggungjawabannya di hari kiamat kelak.

لَا تَزُولُ قَدَمَا ابْنِ آدَمَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ عِنْدِ رَبِّهِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ خَمْسٍ عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ وَعَنْ شَبَابِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ وَمَاذَا عَمِلَ فِيمَا عَلِمَ

Artinya: “Tidak akan bergeser kedua kaki anak adam di hari kiamat dari sisi RabbNya, hingga dia ditanya lima perkara (yaitu): Tentang umurnya untuk apa ia habiskan, tentang masa mudanya untuk apa ia gunakan, tentang hartanya darimana ia dapatkan atau peroleh, dan dalam hal apa (hartanya tersebut) ia belanjakan serta apa saja yang telah ia amalkan dari ilmu yang dimilikinya.”¹⁹

Dimana dalam hadits tersebut, dimintainya pertanggungjawaban atas 5 (lima) perkara, yaitu: umurnya, masa mudanya, hartanya (darimana didapatkan), hartanya (untuk hal apa dibelanjakan) dan ilmu yang dimilikinya.

Gambar 4.10.



Denotasi:

Gambar diatas menampilkan sisa uang setelah dipalak oleh preman pada *scene* di adegan sebelumnya. Maksud dari pesan lirik yang tersirat dalam *scene* tersebut, jelas menggambarkan pemeran utama laki laki mulai kebingungan untuk mencukupi kebutuhannya dengan sisa uang yang seadanya dan tidak banyak.

Konotasi:

¹⁹ HR. at-Tirmidzi no. 2416, ath-Thabrani dalam al-Mu’jam al-Kabir jilid 10 hal 8 Hadits no. 9772 dan Hadits ini telah dihasankan oleh Syaikh Albani dalam Silsilah al-AHadits ash-Ashahihah no. 946.

Dalam iklan Ramayana tersebut, pemeran utama laki laki digambarkan menghitung uang setelah dipalak oleh preman, dalam tayangan tersebut memperlihatkan jumlah uang yang tidak terlalu banyak, namun dapat dipergunakan untuk berbelanja di Ramayana, sebagaimana, dengan konsep yang digunakan dalam iklan Ramayana. Seperti, apa yang pernah disampaikan oleh Dimas selaku sutradara dari iklan Ramayana tersebut, "Gimana caranya nunjukin belanja di Ramayana dengan uang yang tidak terlalu banyak, lu bisa tetap belanja. Tapi menghindari orang ini (terlihat) miskin. Jadi bisa dengan dicopet, rumah kebakar" ucap Dimas.²⁰ Disini menggambarkan bahwa target sasaran Ramayana agar dapat dijangkau oleh semua kalangan baik dari kalangan kelas menengah kebawah atau menengah keatas. Memang jika dicerna, tidak masuk akal karena sesuai konsep yang ingin iklan Ramayana dimana mengemasnya dengan unsur komedi. Ditambah dengan lirik lagu yang mengiringi, yang menggambarkan pemeran utama laki laki tersebut pusing karena sudah dipalak preman namun harus berbelanja untuk keluarga. Disinilah kembali ditampilkan unsur komedi melalui lirik lagu yang diperdengarkan oleh iringan kelompok ibu kasidahan yang terdapat dalam iklan Ramayana.

Mitos:

Dalam memperhitungkan uang yang dimiliki, mitos yang ingin ditampilkan dalam *scene* ini merupakan bagaimana mengelola uang yang terbilang tidak banyak namun dapat mencukupi kebutuhan agar menghindari kesalahan dalam hal memperhitungkan uang, secara berlebih lebihan dan boros. Apalagi sampai berhutang (kecuali dalam keadaan mendesak).

Surat Al Furqon ayat 67

²⁰ <https://entertainment.kompas.com/read/2018/05/18/155157910/cerita-di-balik-iklan-kocak-ramayana-yang-viral>, diakses pada 28 Januari 2019.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila memelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”

Selain demikian dalam hal pengelolaan uang dalam pandangan Islam, terdapat pula Islam mengajarkan untuk menolong orang dengan memudahkan dengan memberi pinjaman, tapi Islam menyarankan juga agar tidak mudah untuk melakukan pinjaman jika keperluan tersebut tidak mendesak, seperti dalam dalil berikut ini:

مَنْ فَارَقَ الرُّوحَ الْجَسَدَ وَهُوَ بَرِيءٌ مِنْ ثَلَاثٍ دَخَلَ الْجَنَّةَ مِنَ الْكِبْرِ وَالْغُلُولِ وَالذَّيْنِ

Artinya:

“Barangsiapa yang ruhnya terpisah dari jasadnya an dia terpisah dari tiga hal, [1] Sombong, [2] Ghulul (khianat), dan [3] Hutang, maka dia akan masuk surga.”

(HR. Ibnu Majah no. 2412. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini *shohih*)

Dapat ditarik kesimpulan bahwa alam hal mengelola uang sangatlah berpengaruh agar tidak salah langkah dalam menggunakannya. Sehingga dalam menggunakannya tidak secara berlebih lebihan, boros apalagi sampai berhutang.

Gambar 4.11.



Denotasi:

Gambar diatas menampilkan pemeran utama laki laki tersebut membelanjakan dengan sisa uang yang seadanya, demi kebutuhan keluarga untuk orangtuanya di kampung. Terlihat saat berada didepan kasir pembeli yang ingin membayar mengantri dengan tertib, dan dilayani pula oleh pegawai Ramayana dengan sopan dan ramah, dapat disimpulkan dari pancaran wajah pegawai yang ramah terhadap pembeli.

Konotasi:

Pemeran utama laki laki tersebut menggunakan baju berwarna merah, dan warna merah dalam iklan Ramayana tersebut di lambangkan sebagai logo Ramayana. Warna merah menurut warna yang ada pada psikologi warna dari teori Gothe dan Itten, memiliki kesan positif yaitu bermartabat dan memiliki pengaruh terhadap manusia yaitu semangat. Sedangkan, warna oranye sebagai seragam pegawai Ramayana, memiliki makna warna oranye mempunyai kesan positif adalah hidup, hangat, passion yang tinggi, dan suka cita kegembiraan. Dari segi pengaruh terhadap

manusia dapat memberi efek sukacita.²¹ Ditampilkan pula mengantri dengan tertib dan rapi saat dikasir untuk membayar belanjaan mereka.

Mitos:

Pemeran utama laki laki yang baik dan selaku anak laki laki dari orangtuaya. Mitos umumnya orangtua mengharapkan anak laki-laki yang telah dapat menafkahi kehidupan keluarga yaitu anak dan istrinya, supaya dia dapat menafkahi bapak ibunya pula. Selain itu, Laki laki secara sosial budaya sudah dikonstruksikan sebagai kaum yang kuat, dan hal inilah yang mempengaruhi pada porsi pembagian kerja.

Namun dalam pandangan Islam kewajiban anak laki laki terhadap orangtua (khususnya ibu) masih terus berlanjut walaupun sudah menikah sekalipun, anak laki laki masih harus mengabdikan kepada ibunya. Bahkan dalam sebuah hadits shahih diriwayatkan bahwa Aisyah Ra bertanya kepada Rasulullah Saw, “Siapakah yang berhak terhadap seorang wanita?” Rasulullah Saw menjawab, “Suaminya” (apabila sudah menikah). Aisyah Ra bertanya lagi, “Siapakah yang berhak terhadap seorang laki laki?” Rasulullah menjawab, “Ibunya” (HR. Muslim).²²

Kewajiban anak untuk memberikan nafkah kepada orangtuanya sudah ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam Surat Al Baqarah ayat 215.

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلَّوَالِدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ
وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

²¹ Auria Farantika Y., *Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website*, *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol.01 No.01 Tahun 2015.

²² Syamsul Bahri, 2016, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan Vol.2 No.2*, *Nafkah Anak Kepada Orang tua dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kajian Hadits Tamlik)* Universitas Syiah Kuala, Aceh.

Artinya:

Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan". Dan apa saja kebaikan yang kamu buat, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahuinya.

4.4 Hasil Analisis Semiotika Roland Barthes dalam iklan Ramayana.

| Gambar 4.6. | Denotasi | Konotasi |
|---|---|--|
|  | <p>Menampilkan suatu suasana kantor dimana menggambarkan seorang laki laki yang masih lembur untuk bekerja dan terlihat bersama OB (<i>office boy</i>). Dengan pakaian kantor yang masih rapi yaitu kemeja rapi untuk bekerja dikantor.</p> | <p>Pemeran utama laki laki dengan konotasi warna putih yang digunakan bermakna sederhana, putih, bersih. Sedangkan, kemeja dimaksudkan untuk memberikan kesan formal. Untuk OB (<i>office boy</i>) dengan konotasi warna biru pada seragam, telah menyimbolkan kesetiaan dan kepercayaan. Lirik "Kerja lembur bagai kuda" mempunyai konotasi, menggambarkan situasi pemeran utama laki laki yang bekerja keras, hingga di ibaratkan kerja lembur bagai kuda.</p> |

| | | |
|---------------|--|---|
| | | Karena binatang kuda, dikaitkan dengan simbol sebagai sesuatu yang kuat, gagah, tangkas dan lincah. |
| Mitos: | Mitos dalam bekerja dikaitkan untuk memenuhi kebutuhan duniawi saja, sehingga terlena. Namun jika dikaji lebih dalam bekerja adalah ibadah. Bekerja seringkali tidak terlepas dari etos kerja, etos kerja yang positif maka dapat bekerja dengan maksimal. Dalam Islam adanya asas keseimbangan, antara material dan spiritual, antara lahir dan batin, juga kerja guna memenuhi kebutuhan keluarga dengan ibadah. Al Qashash ayat 77. Pentingnya keharmonisan atau keseimbangan antara kerja kerja ukhrawi tanpa melupakan kerja-kerja ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup duniawi. | |

| Gambar 4.7. | Denotasi | Konotasi |
|---|---|---|
|  | <p>Mengambarkan suasana ruangan kantor, namun diwarnai oleh ibu ibu kasidahan yang berada dibelakang pemeran utama laki laki tersebut, untuk menguringi lagu dalam iklan Ramayana tersebut.</p> | <p>Tidak jauh beda tetap ada pemeran utama laki laki dan Ibu kasidahan yng mengenakan seragam dengan warna kuning dan dominan warna ungu. Konotasi warna kuning diasosiasikan dengan sinar matahari, dari sisi positifnya warna kuning cepat dan cerita. Warna ungu jika diasosiasikan melambangkan keagungan dan spiritualis. Namun dalam <i>advertising</i>, terkesan feminin dan romantik.</p> |

Mitos: Dalam hal nafkah laki laki secara sosial budaya sudah dikonstruksikan sebagai kaum yang kuat, dan hal inilah yang mempengaruhi pada porsi pembagian kerja. Dengan persepsi tersebut, laki laki memiliki akses pada ruang publik (lebih dominan, dibanding perempuan) yang berkaitan dengan kekuatan dan dalam peran peran sosial lainnya. Mitos tersebut sebenarnya dalam Islam, didalam banyak ayat. Allah menjelaskan tentang Laki laki dan perempuan adalah sama derajatnya dimata Allah, yang menjadi perbedaan derajat keduanya adalah ketakwaan dan keimanan terhadap Allah swt. Seperti, At Taubah ayat 71, Al Ahzab ayat 35, dan An Nahl 97.

Gambar 4.8.



| Denotasi | Konotasi |
|---|---|
| <p>Menampilkan pemeran utama pria sedang menghitung uang yang dimilikinya, sedangkan salah satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Disinilah menampilkan salah unsur komedi.</p> | <p>Dibelakang pemeran laki laki tersebut ada seorang ibu kasidahan yang berdiri, dan disamping pemeran utama laki laki tersebut, ada salah satu ibu kasidahan yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Membuktikan iklan ini dikemas komedi, dan adanya unsur komodifikasi agama Islam. Menggunakan peran salah satu ibu kasidahan yang berhijab yang kepalanya muncul dari dalam mejikom. Para produsen</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>menggunakan simbol agama Islam agar menarik konsumen yang bermayoritas muslim.</p> |
| <p>Mitos: Walaupun iklan tersebut dikemas komedi. Namun, mitos yang ingin disampaikan iklan ini tidak sesuai dengan syariat Islam. Terlebih, dimana adegan tersebut diperankan oleh seorang ibu-ibu, terlebih tidak lagi muda, yang sudah semestinya dihormati, diperlakukan dengan baik. Dalil memperlakukan dengan baik: (HR. Al Bukhari dalam Adabul Mufrad, sanadnya hasan), Surat luqman ayat 14-15, dan surat Maryam ayat 32.</p> | | |

| | | |
|---|--|---|
| <p style="text-align: center;">Gambar 4.9.</p>  | <p>Denotasi</p> <p>Menggambarkan dengan <i>setting</i> latar tempat dengan situasi yang sepi. Dimana adegan preman tersebut terlihat memaksa mengambil sejumlah uang dari pemeran utama laki laki tersebut. Benang merah dari adegan tersebut tersirat dari lirik yang ditampilkan.</p> | <p>Konotasi</p> <p>Pemeran utama laki laki yang memakai baju warna merah, warna merah dapat di asosiasikan dengan api, darah. Namun jika dari positifnya warna merah diartikan sebagai semangat, cinta, darah, kekuatan. Efek dari pemakaian warna merah dalam <i>advertising</i>, orang atau benda akan terlihat lebih besar. Warna merah juga diartikan lebih menarik perhatian.</p> |
| <p>Mitos: Mitos di Indonesia terkait preman berkembang saat ekonomi semakin sulit dan angka pengangguran tinggi, akibatnya kelompok masyarakat usia kerja mencari pendapatan dengan cepat, identik dengan dunia kriminal dan merebut hak orang lain. Sedangkan hal tersebut tidak dibenarkan</p> | | |

dalam Islam, dimana Islam sangat menghargai pekerjaan, dan berkewajiban untuk mencari rezeki yang halal. Seperti dalam riwayat hadits “bekerja mencari yang halal itu suatu kewajiban sesudah kewajiban beribadah”. (HR. Thabrani dan Baihaqi).

| Gambar 4.10. | Denotasi | Konotasi |
|--|--|---|
|  | <p>Mennampilkan sisa uang setelah dipalak oleh preman pada <i>scene</i> di adegan sebelumnya. Maksud dari pesan lirik yang tersirat dalam <i>scene</i> tersebut, jelas menggambarkan pemeran utama laki laki mulai kebingungan untuk mencukupi kebutuhannya dengan sisa uang yang seadanya dan tidak banyak.</p> | <p>Pemeran utama laki laki digambarkan menghitung uang setelah dipalak oleh preman, dalam tayangan tersebut memperlihatkan jumlah uang yang tidak terlalu banyak, namun dapat dipergunakan untuk berbelanja di Ramayana, sebagaimana, dengan konsep yang digunakan dalam iklan Ramayana. Disini menggambarkan bahwa target sasaran Ramayana agar dapat dijangkau oleh semua kalangan.</p> |

Mitos: Mitos yang disampaikan dalam *scene* ini merupakan bagaimana mengelola uang yang terbilang tidak banyak namun dapat mencukupi kebutuhan agar menghindari kesalahan dalam hal memperhitungkan uang, terlebih jika berlebih lebihan, boros bahkan berhutang (kecuali dalam keadaan mendesak), dalil Surat Al Furqon ayat 67 dan “Barangsiapa yang ruhnya terpisah dari jasadnya an dia terpisah dari tiga hal, [1] Sombong, [2] Ghulul (khianat), dan [3] Hutang, maka dia akan masuk surga.” (HR. Ibnu Majah no. 2412. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini *shohih*)

Gambar 4.11.



| Denotasi | Konotasi |
|--|--|
| <p>Menampilkan pemeran utama laki laki tersebut membelanjakan dengan sisa uang yang seadanya, demi kebutuhan keluarga untuk orangtuanya di kampung. Terlihat saat berada didepan kasir pembeli yang ingin membayar mengantri dengan tertib, dan dilayani pula oleh pegawai Ramayana dengan sopan dan ramah</p> | <p>Dari warna pakaian yang digunakan oleh pemeran utama dan pegawai Ramayana tersebut, Warna merah menurut warna yang ada pada psikologi warna dari teori Gothe dan Itten, memiliki kesan positif yaitu bermartabat dan memiliki pengaruh terhadap manusia yaitu semangat. Sedangkan, warna oranye sebagai seragam pegawai Ramayana, memiliki makna warna oranye mempunyai kesan positif adalah hidup, hangat, passion yang tinggi, dan suka cita kegembiraan.</p> |

Mitos: Mitos umumnya orangtua mengharapkan anak laki-laki yang telah dapat menafkahi kehidupan keluarga yaitu anak dan istrinya, supaya dia dapat menafkahi bapak ibunya pula.

Namun dalam pandangan Islam kewajiban anak laki laki terhadap orangtua (khususnya ibu) masih terus berlanjut walaupun sudah menikah sekalipun, anak laki laki masih harus mengabdikan kepada ibunya.

Bahkan dalam sebuah hadits shahih diriwayatkan bahwa Aisyah Ra bertanya kepada Rasulullah Saw, “Siapakah yang berhak terhadap seorang wanita?” Rasulullah Saw menjawab, “Suaminya” (apabila sudah menikah). Aisyah Ra bertanya lagi, “Siapakah yang berhak terhadap seorang laki laki?”

Rasulullah menjawab, “Ibunya” (HR. Muslim)

Kewajiban anak untuk memberikan nafkah kepada orangtuanya sudah ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam Surat Al Baqarah ayat 215.

