

Pesan Dakwah dalam Iklan Deterjen Dan Pewangi “Cosentrat Sahaja”

Royhaa Natul Firdaus*

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Royhaafirdajoe443@gmail.com

Abstract. This study aims to determine the message of da'wah contained in the detergent and fragrance advertisement "Cosentrat Sahaja" using Roland Barthes' semiotic analysis. In several scenes contained in the detergent and fragrance advertisement "Cosentrat Sahaja" there are da'wah messages that we can find in everyday life. Advertising as a marketing tool through promotion is a communication process that aims to influence the interest of prospective buyers so that they are able to market their products in bulk. Da'wah is an activity to invite or call on goodness. And da'wah activities can be found in various works of art in the form of audio, visual, or audio visual. The value of the da'wah can be represented or described in an advertisement. Detergent and Fragrance Advertisement "Cosentrat Sahaja" is one of the advertising arts that tells about a family who uses detergent and fragrance products "Cosentrat Sahaja" when they are going to carry out daily life activities. described in the activities shown. So the researchers are interested in conducting this research in order to answer the problem: How is the content of the message of da'wah contained in the advertisement. This study uses a descriptive qualitative approach with a semiotic analysis method whose theory is put forward by Roland Barthes in the official YouTube account belonging to SAHAJAID. As a support, researchers also use secondary data referred to from journals, articles, and previous research. The results showed that, in the advertisement for detergent and fragrance "Cosentrat Sahaja", there was a message of Islamic da'wah and morality.

Keywords: *Message of Da'wah, Advertizment.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Dalam beberapa *scene* yang terdapat dalam iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” terdapat pesan dakwah yang dapat kita temukan dalam kehidupan sehari-hari. Iklan sebagai salah satu alat pemasaran melalui promosi merupakan proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi minat calon pembeli sehingga mampu memasarkan produknya secara massal. Dakwah merupakan kegiatan mengajak atau menyeru pada kebaikan. Dan kegiatan dakwah dapat ditemukan dalam berbagai karya seni baik berupa audio, visual, atau audio visual. Nilai dakwah tersebut dapat direpresentasikan atau digambarkan dalam sebuah iklan. Iklan Deterjen dan Pewangi “Cosentrat Sahaja” merupakan salah satu seni iklan yang mengisahkan tentang keluarga yang menggunakan produk deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” pada saat akan melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari. Dalam iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” tersebut juga terdapat pesan dakwah yang tergambarkan dalam kegiatan-kegiatan yang ditampilkan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini guna menjawab permasalahan: Bagaimana isi pesan dakwah yang ada dalam iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika yang teorinya dikemukakan oleh Roland Barthes dalam akun YouTube resmi milik SAHAJAID. Sebagai penunjang, peneliti juga menggunakan data sekunder yang dirujuk dari jurnal, artikel, serta penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja”, terdapat pesan dakwah Syariah dan akhlak.

Kata Kunci: *Pesan Dakwah, Iklan, Sahaja.*

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas umat muslim terbanyak di dunia. Hal ini membuat munculnya ide-ide kreatif untuk membuat beberapa produk iklan yang menampilkan sosok perempuan yang berhijab. Salah satu iklan yang menggunakan sosok perempuan hijab yaitu iklan deterjen. Hadirnya iklan deterjen cair dan pewangi cosentrate Sahaja ini merupakan produk dari PT. Unilever Indonesia yang menampilkan sosok perempuan berhijab sebagai bintang iklannya. Hadirnya produk deterjen cair dan pewangi cosentrate sahaja ini diharapkan agar masyarakat dapat mentransformasi kegiatan membersihkan rumah menjadi suatu bentuk ibadah yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman dan kebaikan dengan menggunakan produk-produk yang sudah dijamin kehalalannya.

Pada iklan produk deterjen cair dan pewangi cosentrat Sahaja ini menampilkan seorang wanita dan anak perempuan yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dengan beberapa adegan seorang anak yang hendak ikut dengan ibunya shalat dengan menggunakan mukena yang bersih yang menjadikan hal tersebut menjadi cerminan nilai dakwah yang dipraktikkan dalam berdakwah melalui media massa. Kegiatan dakwah juga diiringi dengan seni pertunjukan untuk menarik perhatian atau menghibur khalayak. Layaknya entertainment, acara dakwah pun dikemas dengan sebaik mungkin untuk menarik minat khalayak. Seperti pada iklan deterjen dan pewangi cosentrate yang menyetting lokasi rumah yang sangat nyaman dan bersih, yang menggambarkan adanya nilai islam yang terkandung dalam iklan tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Pesan Dakwah Dalam Iklan Deterjen dan Pewangi Cosentrate Sahaja*" (*Analisis Semiotik Ronald Barthes*).

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk makna denotatif analisis semiotika Roland Barthes dalam iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja
2. Untuk mengetahui makna konotatif analisis semiotika Roland Barthes dalam iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis semiotika Roland Barthes dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan mengamati setiap scene yang terdapat dalam iklan.

Dengan teknik pengumpulan data analisis penelitian ini melakukan observasi terhadap objek yang akan diteliti dengan metode dokumentasi, dimana peneliti mencari data-data yang terdapat dalam iklan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Aqidah dalam iklan deterjen dan pewangi "Cosentrat Sahaja"

Aqidah merupakan pondasi yang memperkuat keimanan seseorang kepada Tuhan. Aqidah yang diterapkan dalam iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja ini dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Alur cerita yang diceritakan dalam iklan ini menunjukkan nilai aqidah yang kuat, seperti ketika seorang anak perempuan yang meminta ibunya untuk ikut shalat berjamaah, hal ini menunjukkan bahwa sang anak menaati perintah Allah untuk melakukan ibadah yang wajib, selain itu terdengarnya suara Adzan yang merupakan seruan untuk melaksanakan shalat.

Akhlahk dalam Iklan deterjen dan pewangi "Cosentrat Sahaja"

Seperti yang kita ketahui akhlak merupakan sesuatu yang melekat dalam jiwa seseorang dan mendorongnya untuk melakukan suatu perbuatan. Banyak menunjukkan adanya nilai akhlakul karimah yang terdapat dalam iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja. Seperti perkataan-perkataan yang baik yang diucapkan oleh setiap model, suara voice over, dan setiap adegan yang ditunjukkan mencerminkan nilai-nilai akhlak yang baik seperti adegan anak yang meminta ibunya untuk ikut shalat berjamaah. Selain itu ditunjukkan juga ketika Brand Ambassador Alyssa Soebandono tersenyum simpul ketika memandang noda yang terdapat dalam mukena anak perempuan itu. Hal ini menunjukkan sebuah ekspresi iklas dan rendah hati.

Muamalah dalam Iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja”

Dapat kita ketahui bahwa muamalah diartikan sebagai hubungan antar manusia dengan manusia lainnya untuk saling membantu satu sama lain. Iklan deterjen dan pewangi cosentrat sahaja menampilkan banyak nilai-nilai muamalah yang dapat dilihat dalam scene pertama seorang Brand Ambassador Alyssa Soebandono membantu seorang anak perempuan untuk membersihkan mukenah yang hendak dipakai untuk melaksanakan ibadah shalat berjamaah.

Selain itu iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja yang ditayangkan di youtube SAHAJAID ini memberitahi penonton bahwa produk Deterjen dan Pewangi Cosentrat Sahaja ini berkomitmen untuk menyisihkan 2,5% hasil penjualan bersihnya, bekerja sama dengan dompet duaafa untuk memakmurkan sesama umat muslim dilingkungan sekitar. Hal ini ditunjukkan didalam description box youtube SAHAJAID.

Iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja ini disambut dengan feed back yang baik dari penonton yang sudah ditonton sebanyak 1.596 orang dengan 10 komentar yang baik.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Konsep dakwah dalam iklan deterjen dan pewangi “cosentrat Sahaja” adalah; *pertama*, segmentasi dalam iklan dapat dikatakan sebagai *mad’u*. *Mad’u* iklan deterjen dan pewangi “cosentrat Sahaja” secara garis besar adalah masyarakat yang memiliki latar belakang yang kuat akan pemahaman syariat-syariat Islam. *Kedua*, model dalam iklan yang istilahnya sama dengan *da’i* adalah seorang model dan seorang *Influencer* yang sangat mendalami nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-harinya. *Ketiga*, adanya logo Halal dalam iklan menjadi salah satu konsep berdakwah pada orang muslim yang menginformasikan bahwa produk yang digunakan aman digunakan pada saat beribadah sekalipun. *Keempat*, metode dakwah yang digunakan adalah *bil hal*, yakni berdakwah secara lisan dan perbuatan. *Kelima*, media dakwah yang digunakan adalah dengan media audio visual, yakni penyampaiannya dengan menstimulasi penglihatan dan pendengaran *mad’u*.
2. terkait pesan dakwah dari analisis semiotika Roland Bhartes dapat diketahui bahwa
 - a. Makna denotatif yang terdapat pada iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” sebagai umat Islam harus mensyukuri nikmat yang kita dapatkan, hidup dengan kesederhaan bukan berarti tidak bisa berbahagia. Hidup bersama orang-orang yang disayangi merupakan suatu kebahagiaan, karena masih banyak orang yang hidup dengan kemewahan tetapi tidak bisa bersama dengan orang-orang yang mereka sayangi.
 - b. Makna kononatifnya adalah dengan kita bersabar dan ikhlas dalam menjalani hidup, pasti akan bisa melewati semua rintangan yang ada. Tak perlu khawatir cukup dengan berusaha dan berdoa kepada Tuhan. Dengan keyakinan dan keberanian akan semua akan bisa di selesaikan dengan baik.
3. Pesan dakwah yang terdapat dalam iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” dalam iklan ini menunjukkan beberapa nilai-nilai keislaman didalamnya yaitu :
 - a. Nilai aqidah yang kuat, seperti ketika seorang anak perempuan yang meminta ibunya untuk ikut shalat berjamaah.
 - b. Adanya nilai akhlakul karimah yang terdapat dalam iklan deterjen dan pewangi cosentrat Sahaja. Seperti perkataan-perkataan yang baik yang diucapkan oleh setiap model, suara *voice over*, dan setiap adegan yang ditunjukkan mencerminkan nilai-nilai akhlak yang baik.
 - c. Beberapa komentar diatas dapat dilihat reaksi penonton yang menonton iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja” memberikan respon yang positif dan memberikan dampak positif untuk penonton yang menonton iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja”.
 - d. Model pada iklan deterjen dan pewangi “Cosentrat Sahaja semuanya menggunakan pakaian dengan busana muslim yang tertutup.

- e. Pesan dakwah yang terkandung dalam iklan tersebut adalah sebuah bentuk komunikasi yang islami, yaitu komunikasi yang berakhlak al-karimah atau beretika.
- f. Ekspresi wajah banyak divisualkan dengan senyuman. Senyuman dari model tersebut merupakan senyum simpul. Dengan begitu Sahaja memberikan pesan dakwah secara bil hal yakni berdakwah dengan perbuatan.

Daftar Pustaka

- [1] Abdullah, Muhammad Qadaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: CV: Qiara Media.
- [2] Denesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- [3] Djamreng, Asni. 2018. "Analisis Semiotika Pada Iklan di Televisi." *Jurnal Al-Khitbah* 2.
- [4] Ghazali, M Bahari. 1997. *Membangun Kerangka Komunikasi Dakwah*. Bandung: Reaja Rosydakarya.
- [5] Helmy, Dalam Masdar. 1973. *Dakwah dalam Alam Pembangunan*. Semarang: CV Toha Putra.
- [6] Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Jefkins, Frank. 1995. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- [8] Kaja. 2021. *Komunikasi Adminitrasi*. Klaten: Lakeisha.
- [9] kurniawan. 2001. *Seniologi Roland Bhartes*. Magelang: Indonesia Tera.
- [10] M. Rosyida, Afif Rifa'i , Dkk. 2017. *Pengantar Ilmu Dakwah : Sejarah, Prespektif, dan Ruang Lingkup* . Yogyakarta: Samudra Biru.
- [11] Mufid, Muhammad. 2015. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Prendamedia Group.
- [12] Mulyana, Dedy. 1999. *Nuansa-Nuansa Komunikasi Meneropong Politik dan Budaya Komunikadi Masyarakat Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosydakarya.
- [13] Natsir, M. 2017. *Fiqhud Dakwah*. 1981: Ramdhani.
- [14] Oktaviana, Yetty. 2017. *Komunikasi dalam teori*. Yogyakarta: Deepublish.
- [15] Oktaviani, Amelia. 2016. "Makna Cantik Iklan Wardah Exsclusive Seris Versi Dewi Sandra In Paris." *Skripsi, UIN Sultan Agung Tirtayasa* hal 1.
- [16] Purwanto, Djoki. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: AGlora Aksara.
- [17] Rusyad, Daniel. 2020. *Ilmu Dakwah : Suatu Pengantar*. Bandung: el-Abqarie.
- [18] Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks: Suatu Pengantar*. Bandung: Rmaja Rosydakarya.
- [19] —. 2016. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosydakarya.
- [20] Suryanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Televisi Perusahaan Top dunia*. Yogyakarta: ANDI.
- [21] Syamsudin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah* . Jakarta: KENCANA.
- [22] Tohar, Verd, dkk. 2007. "The Semiotics of Roland Bhartes." *International Jurnal of Qualitative Methods* 61.
- [23] Vardiansyah. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.