

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Keluarga harmonis merupakan sebuah pasangan yang sah dalam membina keluarga yang sakinah, mawadah dan warahmah. Keluarga harmonis menjunjung tinggi rasa kasih sayang terhadap keluarganya, hidup bahagia dengan saling pengertian satu sama lain.¹ Suasana dalam keluarga yang harmonis akan membuat setiap anggota menjadi rasa nyaman dan aman berada di tengah-tengah kebersamaan dengan keluarganya. Keluarga harmonis dapat diciptakan dengan cara saling terbuka terhadap pasangan, saling berusaha menciptakan suasana yang menyenangkan dalam keluarga, mengutamakan kebersamaan dalam keluarga dan bijak dalam menghadapi masalah.

Keluarga harmonis tidak hanya berangkat dari semua poin faktor-faktor yang sudah dipaparkan. Tidak dengan kehilangan satu poin di atas kemudian menjadikan keluarga tidak harmonis. Hal ini ditunjukkan ketika bulan Agustus 2019. Iklan kecap ABC dipublikasikan di media sosial yaitu, *Youtube*. Iklan kecap ABC berdurasi kurang lebih dari satu menit. Dalam iklan tersebut, menggambarkan sosok perempuan sebagai ibu rumah tangga sekaligus sosok pekerja kantor yang melaksanakan hampir segala pekerjaan di rumah seorang

¹ Bkkbn, "Keluarga Harmonis", <https://kampungkb.bkkbn.go.id>, diakses tanggal 06 Februari 2018.

diri. Terjadilah pertengkaran di rumah antara suami dan istri. Istri merasa kesal kepada suami karena susah untuk berbagi tugas dalam kegiatan rumah tangga. Suami mengatakan kepada istri bahwa tanggung jawab seorang suami adalah bekerja bukan untuk memasak di dapur. Pada akhirnya, suami menyesali perbuatannya dan mengatakan suami dan istri mempunyai tanggung jawab yang sama di dapur.

Iklan kecap ABC ini muncul bertepatan dengan hari kesetaraan perempuan pada tanggal 26 Agustus . Tujuan dari peringatan ini adalah untuk mengangkat isu tentang keseimbangan peran sosial budaya antara laki-laki dan perempuan, terutama urusan rumah tangga, termasuk di dapur. Kurangnya apresiasi suami terhadap memasak, kecap ABC melanjutkan komitmen untuk mendukung kesetaraan di dapur, dan memastikan bahwa kedepannya suami dan istri memiliki tanggung jawab yang sama. Hal ini mencerminkan realitas keluarga Indonesia yaitu meningkatnya jumlah perceraian. Studi yang dilakukan oleh *Nation Research* 2018 mengindikasikan bahwa kurangnya apresiasi terhadap pasangan dalam pernikahan memiliki dampak signifikan. Bahkan, berujung dengan konskuensi yang lebih ekstrem seperti perceraian.²

Berdasarkan kondisi yang diceritakan dalam iklan kecap ABC terlihat perdebatan yang terjadi dalam rumah tangga terkait dengan adanya perubahan peran seorang suami yang tidak mau kerja sama dengan istri. Istri sudah melakukan kewajibannya yaitu; memasak, mencari nafkah, mengurus anak,

² Kompas.com, “Kecap ABC Dukung Kesetaraan Gender, Dimulai Dari Dapur”. (<https://biz.kompas.com/read/2018/10/29/195734628/kecap-abc-dukung-kesetaraan-gender-dimulai-dari-dapur>, Diakses 29 Oktober pukul 19.57)

dan lainnya. Suami tidak pernah terpikir betapa repotnya pekerjaan istri di rumah dan selama ini suami tidak punya inisiatif untuk mulai membantu memasak. Suami menyadari pertengkaran di dalam rumah bukanlah akhir dari penyelesaian dari masalah. Suami harus ikut serta untuk, gotong royong dan saling mengerti terhadap istri. Hal ini bisa menjadikan keluarga harmonis tanpa membebankan semua pekerjaan domestik yang harus dilakukan oleh istri. Pekerjaan rumah dapat dilakukan oleh suami.

Iklan ABC menggambarkan suami yang mempunyai sifat agresif dan merasa superior, akan membuat harga diri istri menurun dan membuatnya tidak bahagia. Adanya kesadaran suami yang melakukan tugas memasak di dapur membuat keluarga lebih harmonis, dan dapat mencegah perceraian. Karena faktor perceraian dapat disebabkan masalah finansial, perselingkuhan, seksualitas, komunikasi, dan pembagian peran keluarga.

Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti iklan “Kecap ABC” dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Semiotika digunakan untuk meneliti representasi keluarga harmonis yang terkandung dalam iklan. Dengan demikian penelitian ini peneliti berjudul **“Representasi Keluarga Harmonis Dalam Iklan Kecap ABC”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti dapat mengambil rumusan masalah bagaimana tanda dari keluarga harmonis direpresentasikan dalam iklan Kecap ABC?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui tanda dan pemaknaan keluarga harmonis pada iklan Kecap ABC.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pengembangan tentang representasi keluarga harmonis melalui iklan Kecap ABC.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai keluarga harmonis dalam iklan “Kecap ABC”.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat luas umumnya dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.

E. Telaah Pustaka

Dalam telaah pustaka ini berisikan mengenai penelitian terdahulu diambil dengan pembahasan yang berhubungan dengan tema penulis. Telaah pustaka juga dapat digunakan sebagai sumber rujukan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Skripsi yang telah dilakukan oleh Sri Widyowati dengan judul “Representasi Kasih Sayang Keluarga” IAIN Sunan Ampel

Surabaya³. Metode yang digunakan adalah pendekatan kritis dengan menggunakan teknik analisis teks media (analisis wacana). Hasil penelitian menunjukkan kasih sayang dalam film “*Beyond Silence*” direpresentasikan sebagai bentuk pengorbanan, kepedulian, dan saling pengertian sesama anggota keluarga meskipun selalu ada kekurangan dalam diri manusia baik secara lahir dan batin. Film ini merepresentasikan kritik sosial bagi pemerintah yang kurang memperhatikan orang berkebutuhan khusus. Film ini juga merupakan sebuah representasi atas reaksi sebagian masyarakat yang kurang “*welcome*” yang dipandang sebelah mata dan sering diikucilkan dari pergaulan oleh orang-orang yang berkebutuhan khusus.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya. Peneliti menggunakan objek penelitian pada iklan kecap ABC dan akan meneliti tentang pemaknaan tanda keluarga harmonis yang terdapat pada iklan. Keterkaitan dengan penelitian ini adalah sama-sama mencari representasi dan menggunakan teori Roland Barthes.

- b. Skripsi yang telah dilakukan oleh Prawita Hartati dengan judul “Keharmonisan Keluarga Pada Perempuan Yang Aktif Berpartisipasi Dalam Organisasi Kowani” UIN Syarif Hidayatullah

³ Sri Widowati, “*Representasi Kasih Sayang Keluarga*”, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2012.

Jakarta⁴. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh antara partisipasi perempuan dalam organisasi terhadap keharmonisan keluarga. Pengaruh partisipasi yang mengubah pola pikir setiap informan setelah mengikuti partisipasi menjadi lebih terbuka tentang permasalahan yang terjadi nantinya akan terbentuk kuantitas dan kualitas konflik yang minim dan dapat mengaktualisasikan diri sehingga terciptanya rasa saling menghargai antar anggota keluarga.

Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah metode yang digunakan menggunakan kuantitatif dan penulis menggunakan metode kualitatif dengan teori semiotika Roland Barthes. Objek penelitian bukan dari organisasi, melainkan objek penelitian iklan *Youtube*. Peneliti mengangkat keluarga harmonis yang terkandung dalam iklan kecap ABC.

- c. Skripsi yang telah dilakukan oleh Binasrul Arif Rahmawandeg judul “Representasi Keluarga Sakinah Dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta⁵. Metode yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan teknik analisis teori semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpenuhinya kebutuhan jasmani anggota keluarga. Keluarga sakinah terwujud apabila keluarga

⁴ Prawirta Hartati, “*Keharmonisan Keluarga Pada Perempuan Yang Aktif Berpartisipasi Dalam Organisasi Kowani*”, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.

⁵ Binasrul Arif Rahmawan, “*Representasi Keluarga Sakinah Dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan*”, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016

mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan dapat merasakan ketenangan dan ketentraman dalam hidupnya. Keluarga sakinah terwujud apabila keluarga dapat merasakan adanya hubungan baik di antara anggota keluarga dengan lingkungan yang lebih luas.

Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah objek peneliti. Peneliti tidak menggunakan film untuk dianalisis, peneliti yang akan dilakukan akan meneliti penggunaan tanda dan pemaknaanya dalam iklan kecap ABC. Sedangkan keterkaitan peneliti ini dan peneliti yang akan dilakukan adalah sama-sama mencari representasi dalam iklan dan hanya menganalisis satu film.