

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Islam merupakan agama yang paling baik di antara agama lainnya. Di dalam Islam semua perilaku manusia sudah diatur di dalam Al-Qur'an dan Hadits. Islam memerintahkan pemeluknya untuk menunaikan hak-hak pribadinya dan berlaku adil terhadap dirinya. Islam dalam pemenuhan hak-hak pribadinya tidak boleh merugikan hak-hak orang lain. Agama Islam juga mengatur tentang sebuah keluarga, bagaimana keluarga itu dibentuk dan apa saja yang ada di dalam sebuah keluarga.¹

Keluarga adalah pondasi utama manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dalam sebuah keluarga ada seseorang yang paling berpengaruh yaitu ayah, ibu dan saudara. Jika dilihat dari status sosial keluarga, ayah sangat berperan penting sebagai kepala keluarga sekaligus tulang punggung keluarga, sedangkan seorang ibu adalah orang yang melahirkan manusia ke dalam dunia nyata. Dan saudara adalah orang yang berasal dari darah daging yang sama dari orang tua. Dalam interaksi dengan keluarga setiap harinya, tidak selalu berjalan lancar. Terkadang ada juga kesalahfahaman dan kurang pengertian satu sama lain, dan hal itu tidak jarang menimbulkan konflik dalam keluarga. Untuk itulah, dalam interaksi atau bergaul dalam keluarga, harus selalu saling mengerti satu sama lain agar tali silaturahmi tetap terjaga. Karena keluarga merupakan tempat ruang

¹Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak Dalam Perspektif Al Qur'an*, (Jakarta: AMZAH, 2007), 212.

sosial pertama kali bagi individu. Di sana seseorang belajar untuk menjaga tali silaturahmi antar keluarga, sebelum menjalin tali silaturahmi yang lebih luas lagi yaitu di masyarakat. Karena dengan silaturahmi manusia akan ditambah rejeki dan umurnya oleh Allah. Rasulullah SAW bersabda:

عن أنس بن مالك قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : من أحب أن يبسط له في رزقه وينسأ له في أثره فليصل رحمه.

*“Barangsiapa yang senang untuk dilapangkan rizkinya dan diakhirkan ajalnya (dipanjangkan umurnya), maka hendaklah ia menyambung (tali) silaturahmi”.*²

Islam menganjurkan untuk menyambung hubungan dan bersatu serta mengharamkan pemutusan hubungan, saling menjauhi, dan semua perkara yang menyebabkan lahirnya perpecahan. Karenanya Islam menganjurkan untuk menyambung silaturahmi dan memperingatkan agar jangan sampai ada seorang muslim yang memutuskannya. Rasulullah SAW mengatakan bahwa bukanlah dikatakan menyambung silaturahmi ketika seorang membalas kebaikan orang yang berbuat kebaikan kepadanya, yakni menyambung hubungan dengan orang yang senang kepadanya. Akan tetapi yang menjadi hakikat menyambung silaturahmi adalah ketika dia membalas kebaikan orang yang berbuat jelek kepadanya atau menyambung hubungan dengan orang yang memutuskan hubungan dengannya.³

²*Dunia_Minbar/Sosial_Kemasyarakatan/Menjaga_Tali_Silaturahmi*
http://www.minbarindo.com/_.aspx diakses 23 Juni 2015.

³*anjuran-menyambung-silaturahmi*, <http://kerinci.kemenag.go.id/2013/06/06/> / diakses 23 Juni 2015.

Suatu iklan pasti mempunyai suatu makna yang terdapat dalam isi iklan tersebut dan pesan yang terkandung dalam sebuah iklan banyak di manfaatkan oleh pembuat iklan untuk mengkonstruksi publik dengan harapan publik bisa menerima dan mau melakukan apa yang ada dalam iklan tersebut, selain itu hal yang penting bagi pembuat iklan adalah agar publik lebih mengenal tentang suatu produk dan tertarik dengan produk tersebut, dengan begitu omset penjualan yang diterima juga semakin banyak. Misalnya iklan sirup minuman “Marjan” yang tayang pada waktu bulan Ramadhan saja, iklan tersebut menampilkan sebuah pesan moral yaitu tentang sebuah perjuangan seseorang dalam menggapai sebuah impian walaupun banyak halangan yang harus dihadapi, dilihat dari produknya, sirup marjan dikelola oleh PT Lasallefood Indonesia Tbk. yang bergerak di bidang produksi bahan makanan. Tetapi sirup Marjan menampilkan iklan yang berlatar belakang sebuah perjuangan seseorang dalam meraih cita-cita. Dari contoh yang diambil peneliti maka peneliti tertarik untuk meneliti sebuah iklan minuman “Coca-Cola ” Edisi Ramadhan.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian produk Coca-Cola karena waktu penayangan iklan di lakukan pada waktu bulan Ramadhan karena bulan Ramadhan merupakan bulan suci bagi umat muslim dan semua umat muslim di dunia melakukan ibadah puasa dan berlomba lomba untuk meningkatkan ibadah kepada Allah SWT. Setelah umat muslim melakukan puasa Ramadhan selama satu bulan penuh maka umat muslim akan merayakan hari kemenangan yaitu Idul Fitri, pada momen tersebut semua umat muslim saling bersilaturahmi dengan keluarga dan saling memaafkan, maka dari itu, iklan Coca-Cola memproduksi sebuah iklan

yang bertemakan Silaturahmi sesama keluarga pada waktu bulan Ramadhan.

Ketika bulan Ramadhan, tentu tidak sedikit pekerja iklan yang bersaing dengan pekerja iklan yang lain untuk menampilkan iklan-iklan yang bernuansakan religi untuk mendapatkan simpati dari publik. Karena selain iklan itu menawarkan produk atau jasa ada sebuah nasehat-nasehat yang itu sebagai stimulus agar masyarakat mempunyai jiwa *interest* terhadap produk tersebut. Sehingga masyarakat muslim khususnya sedikit mempercayai bahwa produk tersebut sedikit lebih dekat dengan mayoritasnya. Dari iklan yang ditampilkan itu juga, masyarakat akan memperoleh pengetahuan untuk selalu mempertebal nilai-nilai moralitas beragama Islam.

Inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti iklan Coca-Cola Edisi Ramadhan. Hal lain yang paling menarik bagi peneliti adalah hanya Coca-Cola yang merupakan minuman bersoda yang mampu membuat sebuah iklan yang bertemakan religius dan tidak ada iklan minuman bersoda yang lain selain Coca-Cola. Isi dalam iklan Coca-Cola ini mengisahkan sebuah keluarga yang terdiri dari Ayah, Ibu, Kakak dan Adik. Sang adik ingin sekali mengajak anggota keluarganya untuk berkumpul tetapi ayah dan kakaknya sedang sibuk menelepon sehingga ajakan si adik tidak dihiraukan, kemudian ibu memberikan minuman Coca-Cola yang terdapat tulisan 'Ayah' dan 'Kakak' dan adik pun memberikannya kepada ayah dan kakaknya. Akhirnya Ayah dan Kakaknya menghentikan handphone nya dan mengikuti ajakan adik untuk berkumpul, si Adik pun juga memberikan minuman Coca-Cola kepada sang Ibu yang bertuliskan 'Ibu', akhirnya satu keluarga dapat berkumpul bersama, di akhir iklan tersebut sang

kakak juga memberikan minuman Coca-Cola kepada adiknya yang bertuliskan 'maaf ya'. Dengan latar silaturahmi keluarga, iklan ini secara halus mengkonstruksi *audience* tentang makna silaturahmi antar keluarga khususnya. Peneliti tertarik untuk meneliti iklan ini karena Produk Coca-Cola identik dengan latar pemuda, tentang semangat, dan kreatifitas. Namun kali ini mengambil tema yang lebih menyentuh yaitu kehangatan silaturahmi keluarga.

B. Fokus Penelitian

Berdasar paparan yang disampaikan di atas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam tulisan ini adalah bagaimanakah konstruksi pesan yang terdapat pada iklan Coca-Cola Edisi Ramadhan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi pesan pada iklan Coca-Cola Edisi Ramadhan.

D. Kegunaan Penelitian

Ada dua kegunaan yang dapat diambil dalam penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritik

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah keilmuan dalam memahami ilmu komunikasi yang berkaitan dengan iklan dakwah mampu direpresentasikan melalui media televisi.
- b. Dengan bekal ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah, peneliti ingin menyumbangkan dan memperluas pengetahuan yang telah

diperoleh, digunakan secara nyata untuk diterapkan pada masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

Pada wilayah praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan pengetahuan mengenai konstruksi dalam sebuah iklan. Bahwa setiap iklan yang ditampilkan pasti memiliki maksud untuk mengajak seseorang kepada hal-hal yang berbaur kesenangan dan kebahagiaan. Sehingga arti yang terdapat sebuah iklan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.