

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Iklan dapat dikatakan baik apabila memiliki pesan komunikasi yang mudah diingat dan bisa dipahami oleh setiap orang yang melihat visual dan mendengar audio dari iklan yang ditayangkan (Liliweri, 2011). Pesan yang disampaikan iklan secara tidak langsung akan diingat khalayak dengan melihat visualisasinya atau mendengar *tagline* yang menjadi ciri khas dari iklan tersebut. Iklan tidak hanya menampilkan promosi produk saja, melainkan juga ingin menyampaikan pesan yang tersirat untuk membangun *brand image* suatu produk. Iklan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi secara komersil suatu produk dapat mengandung makna-makna yang merupakan tanda agar khalayak bisa memaknai dan memahami arti dari nilai yang ingin disampaikan produk.

Makna yang terkandung dalam iklan dapat berupa makna tersirat maupun tersurat yang akan memberikan informasi tentang isi pesan yang sebenarnya dalam iklan. Khalayak akan mengetahui isi pesan apabila tanda ataupun simbol yang disampaikan jelas dan tidak memunculkan makna yang berbeda dari yang sebenarnya. Simbol atau tanda yang terkandung dalam iklan merupakan representasi dari isi pesan sebagai salah satu komunikasi dari pembuat iklan kepada khayalak.

Iklan mengandung makna-makna pesan yang dirancang agar menarik dan mudah diingat oleh khalayak. Pesan sosial yang seringkali disampaikan dalam berbagai iklan yaitu toleransi dengan keberagaman, pesan kekeluargaan, dan lain sebagainya. Iklan yang mengandung toleransi tersebut dibuat agar masyarakat Indonesia sadar bahwa toleransi itu penting dalam kehidupan bermasyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklan bukan hanya mampu

dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasa tetapi juga mampu sebagai sarana untuk menyampaikan hal-hal yang positif atau aktivitas yang bermanfaat bagi masyarakat.

Toleransi merupakan suatu bentuk kesabaran, ketahanan emosional seseorang serta kelapangan dada yang dimiliki seseorang agar terciptanya kerukunan dan kebersamaan antar sesama manusia. Sedangkan menurut istilah, toleransi diartikan sebagai sikap seseorang dimana mereka saling menghargai satu sama lain, mengakui pendirian seseorang baik itu pendapat, kepercayaan, pandangan, kebiasaan dan lain sebagainya yang menunjukkan perbedaan atau bertentangan dengan pendiriannya (Hadi, Dokhi, & Sukim, 2017). Istilah toleransi tidak hanya mencakup tentang umat beragama namun juga mencakup keberagaman sosial dan budaya di kehidupan bermasyarakat.

Perbedaan yang dimaksud dalam pengertian toleransi bisa diartikan mulai dari perbedaan agama, suku, budaya ataupun latar belakang seseorang sehingga sikap toleransi harus diterapkan mengingat kita berada di negara Indonesia yang dimana negara dengan keanekaragaman yang berbeda-beda baik segi agama, adat istiadat, suku, ras, dan antar golongan. Sehingga perlunya perlindungan, saling menghargai dan menghormati satu sama lain maupun antar kelompok lain untuk tetap menjaga keharmonisan dalam suatu negara.

Demikian dalam rapor toleransi keberagaman beberapa dua tahun belakangan bisa dikatakan tidak membanggakan. Menurut Catatan *United National Development Program* (UNDP) pada tahun 2018 menyatakan bahwa indeks toleransi di Indonesia berada di peringkat ke 117 dari 128 negara (Afham, 2020. <https://www.kadrun.id/2020/10/19/ironi-intoleransi-di-negeri-toleran/>, diakses 23 Januari 2021). Selain itu, berdasarkan data dalam laporan Indeks Kerukunan Umat Beragama (IKUB) pada tahun 2019 mencatat bahwa skor Indonesia dalam toleransi dalam kategori menciptakan kerukunan dan kesetaraan berada pada skor 73,83 dari skala 0-100 sedangkan toleransi dalam kategori kondisi saling menerima dan menghargai perbedaan hanya berada di

skor 72,37, dimana skor tersebut paling rendah dibandingkan dengan kategori kerukunan dan kesetaraan. Jadi, skor toleransi di Indonesia masih berada pada urutan terendah dibandingkan dengan kategori lainnya (Putri.I, 2021). [https://news.detik.com/berita/d-5594238/duh-bamsoet-sebut-617-kota-masih-punya-kebijakan-diskriminatif?\\_ga=2.39199843.1328376814.1626437613-1664867818.1608010127](https://news.detik.com/berita/d-5594238/duh-bamsoet-sebut-617-kota-masih-punya-kebijakan-diskriminatif?_ga=2.39199843.1328376814.1626437613-1664867818.1608010127), diakses 28 Mei 2021). Pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa toleransi di negara kita semakin berkurang seiring berkembangnya zaman. Banyak masyarakat Indonesia yang masih belum sadar akan pentingnya toleransi di dalam kehidupan bermasyarakat. Penyebabnya karena kurangnya kesadaran di dalam pribadi masing-masing dan masih belum menerapkan sikap toleransi antar sesama manusia dengan baik dan benar.

Ada beberapa kasus intoleransi yang sering terjadi di beberapa tahun belakangan yaitu tahun 2018 dimana terjadinya peristiwa penolakan bakti sosial oleh gereja Santo Paulus Pringgolayan, Banguntapan dan pemotongan nisan salib di pemakaman Kelurahan Purbayan, Kotagede, Yogyakarta (Solopos.com, 2019. <https://m.solopos.com/rentetan-kasus-intoleransi-di-diy-selama-2018-2019-siapa-bermasalah-1033676>, diakses 28 Mei 2021). Kasus intoleransi tidak hanya terjadi di lingkungan masyarakat tetapi juga terjadi di lingkungan Pendidikan, dimana pada tahun 2019, ada sebuah foto surat edaran yang diterbitkan pada tanggal 18 Juni 2019 mengenai kepala sekolah SD Negeri Karangtengah III Gunungkidul yang menandatangani surat peraturan sekolah yang mewajibkan seluruh peserta didiknya mengenakan pakaian muslim. Surat tersebut dikecam oleh sejumlah orangtua hingga DPRD DIY (KKPKC KAS, 2019).

Selain itu kasus intoleransi yang diberitakan oleh *Detik News* pada tanggal 9 Agustus 2020, peristiwa intoleransi dan kekerasan berlatarkan isu keagamaan kembali terjadi lagi. Sekelompok massa melakukan kerusuhan pada rumah warga yang saat itu tengah menggelar acara midodareni yaitu acara prosesi jelang pernikahan dalam adat Jawa. Sebagaimana yang diberitakan,



penyerangan tersebut dilakukan oleh kelompok intoleransi. Akibat dari kerusuhan tersebut tiga orang mengalami cedera sehingga dilarikan ke rumah sakit. Selain itu beberapa mobil juga mengalami kerusakan dan dari peristiwa tersebut menjadikan meningkatnya daftar kasus kekerasan dan intoleransi meningkat selama kurun waktu dua dekade sejak era reformasi ini (*Detikcom*, Tim, 2020. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5126452/acara-doa-pernikahan-di-solo-dinilai-tak-sesuai-3-peserta-luka-diserang/2>, diakses 23 Januari 2021)

Penelitian oleh Gempita Aryati Daraninggar (2019) mengatakan bahwa fenomena kehidupan masyarakat antar etnis di Indonesia menarik untuk dikaji karena dengan adanya keanekaragaman dalam suku, budaya, agama, ras dan antar golongan seringkali menyebabkan kerawanan dalam kehidupan bangsa. Keanekaragaman etnis beberapa kali kerap timbul adanya masalah dalam kehidupan masyarakat. Karena negara ini bukan hanya milik dari satu etnis saja sehingga diperlukan sikap toleransi dalam berinteraksi dengan masyarakat untuk menjaga lingkungan agar tetap kondusif.

Penelitian yang dilakukan Ahmad Ghufon Faiz (2019) yang berjudul *Pesan Dakwah Tentang Toleransi (Tasamuh) Dalam Iklan Bukalapak.com*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan-pesan toleransi pada dakwah (Tasamuh) pada iklan Bukalapak.com, diantaranya “Bu Linda”, “Buka Kesempatan Buka Mimpi”, “#Buka Semangat untuk para Juara”, dan “Selalu ada yang bisa dibuka di Bukalapak”. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada iklan Bukalapak.com menyampaikan tanda dan penanda yang berisi dakwah. Iklan tersebut mengandung pesan tentang toleransi yaitu menghargai kepercayaan orang lain terlihat dari “versi Bu Linda” yang juga mengandung pesan-pesan yang saling menguntungkan tentang pemahaman setuju dan tidak setuju terhadap pandangan pribadi maupun orang lain. Begitu juga dengan versi “Buka Kesempatan Buka Mimpi” mengandung pesan tentang kesadaran dan

dalam iklan versi “Buka Semangat Para Juara juga mengandung pesan toleransi mengakui hak orang lain.

Pada penelitian-penelitian yang telah dipaparkan di atas menjadi perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mengenai toleransi sosial, agama dan etnis.

Di antara iklan-iklan teh siap saji lainnya, iklan Teh Botol Sosro paling mudah diingat dengan *tagline*-nya yang sudah melekat di dalam memori masyarakat. Iklan Teh Botol Sosro termasuk ke dalam kategori baik. Hal tersebut dilihat dari penyajian iklan yang unik dan mudah diingat oleh khalayak serta dapat memainkan emosi khalayak (Rosyadi, 2018). Salah satu iklan Teh Botol Sosro dalam kategori baik adalah iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*. Iklan ini ditujukan untuk segala usia dan ditampilkan dalam penyampaian yang sederhana dan jelas dengan segala pemecahan masalah sosial yang umumnya terjadi di tengah kehidupan masyarakat. Iklan teh botol sosro versi Semeja Bersaudara ini ditayangkan di televisi pada tahun 2019 dengan durasi 1 menit. Iklan tersebut cukup mempengaruhi citra merek Teh Botol Sosro dan memberikan respon yang positif bagi masyarakat (Ningsih & dkk., 2019). Iklan tersebut menampilkan bahwa setiap manusia harus saling berbagi, rela memberikan tempat, rela bersusah payah, saling menghormati satu sama lain dengan perbedaan yang ada dan tidak memandang seseorang dari latar belakangnya. Seperti yang kita ketahui, sikap toleransi antar sosial, agama dan etnis sering sekali dilupakan oleh banyak orang di masa kini.

Iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara* menceritakan bahwa dengan keanekaragaman agama, ras, etnis, dan antar golongan di Indonesia menjadikan perbedaan tersebut sebagai ciri khas bangsa yang tidak terlepas dari kehidupan bermasyarakat. Iklan ini memiliki alur cerita yang menarik dan unik karena pada iklan akan memunculkan persepsi terhadap khalayak cerminan toleransi baik sosial, agama maupun antar etnis yang harus diterapkan di kehidupan bermasyarakat. Umumnya iklan akan menampilkan keunggulan dan

menyertai segala macam karakteristik produknya selama iklan ditayangkan namun iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara* menunjukkan secara jelas bahwa yang ingin ditampilkan dalam iklan adalah cerita yang terkandung di dalamnya walaupun tidak menghilangkan unsur produk yang ingin diiklankan.

Iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara* mengangkat sikap toleransi sosial, agama dan antar etnis secara spesifik dengan diperankan oleh beberapa tokoh lokal Indonesia. Pada iklan ini berisi gambaran tentang aktivitas keseharian di luar rumah yang dilakukan masyarakat seperti berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain, makan di cafe, restoran atau tempat umum lainnya serta berbelanja. Selain itu iklan ini juga menampilkan tayangan bahwa dengan perbedaan-perbedaan yang dimiliki setiap lapisan masyarakat tidak menjadikan hal tersebut sebagai penghalang bagi masyarakat untuk hidup damai dan rukun. Sikap toleransi sosial, agama dan antar etnis juga bukan hanya dilakukan oleh orang dewasa melainkan juga anak-anak sejak dini. Secara tidak langsung iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara* menumbuhkan dan menanamkan pemahaman tentang toleransi sosial, agama dan antar etnis kepada anak-anak sejak dini agar anak-anak akan terbiasa dengan perbedaan sehingga dapat menerapkannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini berfokus pada bagaimana representasi toleransi sosial, agama, dan antar etnis digambarkan dalam iklan Teh botol sosro versi *Semeja Bersaudara* secara mendalam dengan melakukan pengamatan secara menyeluruh serta mengidentifikasi visual gambar dari adegan *scene* dan audio dalam iklan teh botol sosro versi *Semeja Bersaudara*. Peneliti tertarik memilih iklan ini karena iklan ini menampilkan adegan-adegan dari segi perbedaan agama, latar belakang yang berbeda, ras dan berbagai usia. Selain itu juga menunjukkan sikap toleransi yang bukan hanya dilakukan oleh orang dewasa namun juga dilakukan oleh anak-anak. Toleransi yang



ditampilkan dalam iklan ini juga bukan hanya dari segi umat beragama tetapi juga toleransi sosial dan antar etnis. Hal tersebut jarang digambarkan secara detail dalam sebuah iklan. Iklan ini mempersuasi khalayaknya dengan mengedepankan makna toleransi sosial, agama, dan antar etnis yang digambarkan dari sikap-sikap sederhana yang diperankan oleh pemeran iklan tersebut. Untuk itu peneliti merumuskan penelitian dan memfokuskan dengan judul **Representasi Toleransi Sosial, Agama dan Etnis dalam Iklan Teh Botol Sosro Versi Semeja Bersaudara.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana representasi toleransi sosial, agama dan etnis dalam iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi toleransi sosial, agama dan etnis dalam iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

#### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, menjadi bahan masukan dan kepustakaan yang bersangkutan dengan iklan yang memiliki kandungan pesan toleransi di dalamnya. Serta menambah referensi bagaimana menganalisis atau mengkaji suatu tanda untuk mendapatkan sebuah makna yang ingin disampaikan dalam sebuah iklan. Selain itu

penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan variasi bahan kajian tentang analisis semiotika pada iklan, serta memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi lain yang mengambil obyek yang serupa.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa berguna dan bermanfaat dalam meningkatkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan bagi peneliti-peneliti lainnya, khususnya para peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.
- b. Mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai representasi dari isi pesan yang disampaikan dalam sebuah iklan.

## 1.5 Sistematika Bab

Sistematika bab dalam penelitian ini adalah gambaran dari isi skripsi dan bertujuan untuk memberikan arahan kepada pembaca tentang topik yang dibahas. Peneliti akan memaparkan gambaran sistematika penulisan yang berjudul representasi toleransi sosial, agama dan etnis dalam iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*, di antaranya:

**Bab I Pendahuluan.** Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab II Tinjauan Pustaka.** Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori terkait dengan representasi toleransi sosial, agama dan etnis dalam iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara* yang terdiri dari beberapa sub yaitu toleransi meliputi pengertian toleransi dan ruang lingkup toleransi. Toleransi sosial, agama dan etnis, representasi, representasi toleransi sosial, agama dan etnis. Iklan meliputi pengertian iklan, tujuan manfaat iklan dan semiotika dalam iklan. Kemudian teori semiotika Roland Barthes.



**Bab III Metode Penelitian.** Pada bab ini terdiri dari lima sub bab, yaitu jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data.

**Bab IV Hasil dan Pembahasan.** Pada bab ini berisi tentang uraian hasil penelitian meliputi iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*, identifikasi iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*, visualisasi iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*, dan temuan analisis semiotika Roland Barthes. Kemudian membahas tentang representasi toleransi sosial, agama dan etnis dalam iklan Teh Botol Sosro versi *Semeja Bersaudara*.

**Bab V Penutup.** Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran.

