

Representasi Moralitas Dalam Iklan Teh Botol Sosro Versi “Semeja Bersaudara”

Aji Sulisty

Universitas Merdeka Madiun
aji87sulis@gmail.com

Nunik Hariyani

Universitas Merdeka Madiun
hariyani_nunik@yahoo.com

Veny Ari Sejati

Universitas Merdeka Madiun
veny_ar@unmer-madiun.ac.id

Abstract: *Television advertisement is an effective medium that aims to market a product or service, because it combines audio and visuals. therefore television advertisement can effectively influence the audience to buy the product or service. Advertisement nowadays does not only convey promotional messages, but can also be a medium for delivering social messages. That is one form of the function of the media, which is to educate the public. The research entitled Representation of Morality in the Teh Botol Sosro Advertisement "Semeja Bersaudara" version analyzed the morality value in a television advertisement from ready-to-drink tea producers, Teh Botol Sosro entitled "Semeja Bersaudara" which began airing in early 2019. In this study researchers used Charles Sanders Peirce's Semiotics theory with triangular meaning analysis tools in the form of Signs, Objects and Interpretations. In addition, researchers also use representation theory from Stuart Hall in interpreting messages in advertisements. The results of this study found that the "Semeja Bersaudara" version of Teh Botol Sosro advertisement represented a message in the form of morality. There are nine values of morality that can be taken in this advertisement including, friendly attitude, sharing, empathy, help, not prejudice, no discrimination, harmony, tolerance between religious communities and cross-cultural tolerance. The message conveyed in this advertisement is how the general public can understand how every human action in social life has moral values, so that the public can understand and apply moral values in order to live a better life.*

Keywords: *representation; semiotics; semeja bersaudara.*

PENDAHULUAN

Pada era teknologi sekarang, dalam kegiatan menyampaikan sebuah informasi sangat mudah dan cepat, salah satunya adalah kegiatan dalam menginformasikan sebuah produk atau jasa kepada masyarakat luas. Kegiatan memperkenalkan sebuah produk biasa kita sebut dengan iklan, iklan sendiri memiliki pengertian sebuah kegiatan mempromosikan suatu produk melalui media, baik iklan media cetak maupun iklan media elektronik. Akan tetapi dari sekian banyak media, televisi merupakan media yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Dilansir dari laman

resmi Nielsen, menunjukkan hasil riset pada tahun 2014, televisi masih mendominasi sebagai media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dengan persentase 95%. Bahkan hingga tahun 2019 televisi tetap mendominasi konsumsi media dengan rata-rata waktu yang dihabiskan sebanyak 4 jam 59 menit. Hal tersebut yang menjadi salah satu faktor banyak perusahaan yang ingin memasang iklan di televisi.

Dunia periklanan di media layar Indonesia dimulai sejak 1963 lewat perusahaan iklan *InterVista* yang pada waktu itu mengiklankan produk *scooter*

bermerek *Lambertta*. Hal tersebut kemudian menarik perusahaan periklanan asing masuk ke Indonesia yang pada akhirnya berdampak buruk bagi perusahaan periklanan Indonesia karena kalah bersaing (Jaiz, 2013: 36). Akan tetapi, Periklanan mulai ramai dan diminati lagi oleh para perusahaan periklanan pada tahun 1989, karena pada saat itu mulai banyak stasiun-stasiun televisi swasta yang mulai bermunculan yang ditandai berdirinya televisi swasta Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang diizinkan menayangkan iklan dengan ketentuan hanya diberi durasi 15% dari jam siaran. <https://pakarkomunikasi.com/sejarah-televisi-di-indonesia>, diakses 11 Oktober 2019

Iklan di televisi dirasa lebih efektif dalam mengirimkan pesan kepada masyarakat daripada iklan di media lainnya, karena selain banyak penggunanya, televisi juga dapat menampilkan pesan secara visual, karena terkadang bahasa yang digunakan di dalam iklan tidak mengacu pada arti bahasa yang sesungguhnya. Selain itu bahasa di dalam iklan televisi tidak akan dapat berdiri sendiri dan kurang efektif dalam menyampaikan pesan, maka dari itu harus selalu disertai dengan tanda yang divisualisasikan untuk dapat memudahkan dalam proses penangkapan pesan. Akan tetapi di sisi lain, dengan sebuah tanda seperti yang ditampilkan iklan, pemaknaan bahasa yang disampaikan dalam iklan dapat berubah dan menimbulkan berbagai pemaknaan karena faktor pengalaman maupun budaya dari pengguna televisi itu sendiri. Ditambah sekarang banyak iklan yang hanya peduli terhadap keuntungan dengan terus menerus menayangkan iklan yang menarik perhatian tapi memiliki pesan-pesan yang kurang bermanfaat bahkan hingga bertolak belakang dengan nilai moralitas yang berlaku di masyarakat,

seperti saling sindir, perkelahian dan perundungan. hal ini yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat, karena akan ada pemaknaan pesan yang berbeda di masyarakat. Ada yang menganggap hal ini sudah biasa sehingga dihiraukan saja, ada pula yang beranggapan hal ini berlebihan dan perlu ditindak. Sehingga dapat berpotensi adanya perdebatan maupun pertentangan di tengah masyarakat. Dari hal tersebut sudah dapat dikatakan jika televisi sudah menyimpang dari salah fungsinya yaitu mengingatkan dan mendidik masyarakat terhadap pesan positif, terutama memuat tentang pesan moralitas.

Fungsi televisi adalah sebagai sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang berjumlah begitu banyak secara simultan dengan makna tentang pendidikan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Siaran televisi menyiarkan acara - acara tersebut secara teratur (Sambas, 2015: 109).

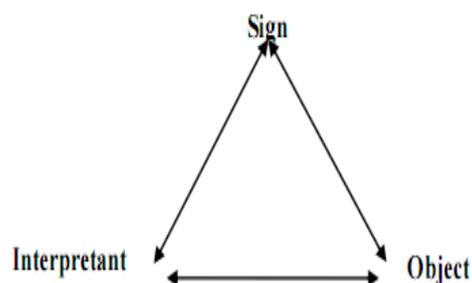
Akan tetapi, disaat banyaknya iklan yang melakukan persaingan secara tidak sehat dan menyimpang dari nilai moralitas manusia. Masih ada juga iklan-iklan yang menyisipkan pesan moralitas di dalam iklan produk mereka, salah satunya dapat kita temukan di iklan televisi produsen minuman Teh Botol Sosro versi "Semeja Bersaudara". Iklan tersebut meski tidak menghilangkan unsur produk teh yang di promosikan, juga menampilkan tayangan bahwa dengan perbedaan secara agama, etnis, budaya, gender dan umur tidak menghalangi kita untuk saling dapat hidup rukun bersama. Ditayangkan iklan ini jelas mengingatkan kesadaran kita bahwa sikap saling menghargai perbedaan sangatlah penting dalam kehidupan, apalagi kita hidup di Indonesia, negara yang memiliki aneka ragam perbedaan meliputi agama, ras, budaya, suku. Belum lagi ditambah perbedaan secara sosial, politik, dan ekonomi, karena bila kita

melihat realitas sekarang, banyak sekali tindakan yang tidak bermoral seperti tindakan asusila, kekerasan, perundungan, intoleransi dan diskriminasi hanya karena kita sebagai masyarakat memiliki banyak sekali perbedaan. Berawal dari hal tersebut, peneliti menganggap bahwa penelitian iklan televisi Teh Botol Sosro versi “Semeja Bersaudara” ini sangatlah penting dalam membangun nilai persatuan dan kesatuan. Karena dapat memberi pelajaran kepada masyarakat bahwa sebagai manusia, kita harus saling menghargai dan menghormati tanpa memandang perbedaan diantara kita, karena sejatinya setiap manusia memiliki kepercayaan dan tujuan hidup yang berbeda. Selain itu, kita sebagai warga negara Indonesia yang dikenal memiliki aneka ragam budaya, agama dan suku, haruslah dapat menjadi contoh bagi negara lain bahwa dengan beragam perbedaan kita dapat hidup bersama-sama.

Pesan moralitas dalam iklan Teh Botol Sosro versi “Semeja Bersaudara” disampaikan secara tersirat kepada masyarakat melalui berbagai macam tanda seperti gestur, ekspresi maupun perilaku dari pemeran iklan. Sehingga akan susah bagi masyarakat dalam menangkap pesan moralitas yang ingin disampaikan iklan tersebut. Karena itu penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika dengan mengamati dan menganalisis tanda seperti gambar, gestur, ekspresi ataupun perilaku yang terdapat di dalam iklan Teh Botol Sosro versi “Semeja Bersaudara” yang memiliki makna pesan moralitas. Sehingga bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam membaca dan memaknai tanda sebagai pesan moralitas yang ingin disampaikan iklan, agar dapat diimplementasikan oleh seluruh lapisan masyarakat di kehidupan sosial nyata.

METODE

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang mengemukakan bahwa semiotika adalah hubungan antara tanda, objek dan penafsiran (Suciati, 2017: 170-171). Charles Sanders Peirce menekankan bahwa sebuah tanda (*Sign*) tidak dapat berdiri sendiri dan menghasilkan sebuah makna, tanda harus mengacu pada sebuah objek (*Object*) agar dapat menghasilkan makna yang dapat ditafsirkan oleh pikiran manusia (*Interpretant*). dari tiga unsur tersebut, Peirce kemudian membuat model segitiga makna (*Triangle Meaning*) dalam proses menganalisis sebuah tanda.



Gambar 1. Segitiga Makna Charles Sanders Peirce

Sumber: Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, 2014

Penelitian ini membahas tentang pesan moralitas yang direpresentasikan oleh iklan Teh Botol Sosro versi “Semeja Bersaudara” yang memiliki durasi 60 detik. Subyek penelitian berupa iklan tersebut nantinya diperoleh lewat proses *download* dari sumber *youtube*. Selanjutnya peneliti akan mengamati beberapa tanda dalam *scene* iklan yang memiliki unsur pesan moralitas lewat gestur, ekspresi atau perilaku dari para pemeran dengan analisis segitiga makna. Pada tahap berikutnya, agar mendapat makna secara mendalam jika tanda dalam iklan tersebut merepresentasi dan

mengandung beberapa pesan moralitas. Peneliti menggunakan teori representasi Stuart Hall, melalui representasi suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar para anggota masyarakat dalam sebuah kebudayaan. Dalam bukunya *The Work Of Representation* (Hall, 1997: 15) membagi tiga pendekatan dalam proses mendeskripsikan representasi antara lain: *Reflektive*, merupakan representasi yang diproduksi dan diperoleh melalui pengalaman maupun kehidupan sosial dalam masyarakat secara nyata. *Intensional*, representasi yang berasal dari sudut pandangan pembuat/kreator serta *Konstruktivist*, representasi yang berasal dari manusia meletakkan makna dari segi bahasa, termasuk seberapa banyak tanda berupa kode visual yang ditangkap oleh alat inderanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengamatan berulang kali terhadap iklan, peneliti menemukan sembilan bagian *scene* dalam iklan Teh Botol Sosro versi “Semeja Bersaudara”, dimana di setiap bagian terdapat beberapa *scene* yang memiliki pesan moralitas yang berbeda melalui sikap atau perilaku yang ditampilkan, antara lain:

Analisis Scene Pertama



Gambar 2. Adegan Pada *Scene* Pertama

Sign: pada *scene* pertama terdapat tanda seorang pria yang memberikan sesuatu kepada seorang wanita dan suara latar “saudara itu yang mau relain hatinya untuk si dia”.

Object: pada *scene* digambarkan seorang seorang wanita yang juga menginginkan menu yang sama seperti yang diinginkan pria dalam *scene* tersebut, kemudian oleh pria tersebut langsung diberikan.

Interpretant: berbagi makanan dengan tangan mempersilakan untuk mengambil menu makannya yang masih berada dalam sebuah etalase di sebuah *foodcourt* sambil tersenyum menginterpretasikan bahwa pria tersebut menunjukkan sikap keramahannya kepada wanita yang berada disampingnya.

Representasi Ramah

Scene pertama jelas merepresentasikan budaya kita, budaya ramah. Karena sejak dulu indonesia dikenal oleh negara lain sebagai negara yang ramah tamah. Orang dikatakan mempunyai sikap ramah karena memiliki kebiasaan selalu menunjukkan senyum, sopan, saling menyapa dan ringan tangan terhadap orang lain, baik yang sudah dikenal atau yang sebelumnya tidak saling kenal. Selain itu dengan menunjukkan sikap ramah, maka seseorang akan mengakui dan menghargai keberadaan orang lain di sekitarnya.

Akan tetapi, pada saat ini budaya ramah tamah kepada orang lain seakan - akan mulai pudar. Contohnya saja mulai banyak slogan “Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun” yang banyak ditemui di setiap tempat, hal ini menggambarkan jika sekarang masyarakat indonesia mengalami penurunan kesadaran sikap ramah. Bahkan Sekarang ini orang yang

bersikap ramah kepada orang lain akan dihujat dan dianggap ‘sok’ kenal’.

Analisis Scene Kedua



Gambar 3. Adegan Pada Scene Kedua

Sign: pada *scene* kedua terdapat tanda gambar berupa gadis kecil dan seorang kakek tua disebelahnya dan suara latar “saudara itu yang mau relain hatinya buat si dia”.

Object: pada *scene* digambarkan seorang gadis yang memegang setusuk sate dan memberikannya kepada seorang kakek yang berada duduk tepat di sebelahnya

Interpretan: dengan bentuk seorang wanita bertubuh kecil yang memberikan makanannya kepada seorang pria dengan postur bertubuh besar, tinggi dan keriput dalam satu meja berisi botol saus, kecap, tempat kerupuk maupun tempat sendok menginterpretasikan mereka sedang berbagi makanan di sebuah rumah makan.

Representasi Saling Berbagi

Sikap anak kecil yang memberi makanannya berupa setusuk sate kepada seorang kakek seperti yang ditampilkan dalam *scene* kedua merepresentasikan pesan moral untuk saling berbagi antar sesama.

Sikap berbagi dapat memberikan rasa kebahagiaan bagi mereka yang memberi dan mereka yang menerima, meskipun memang secara tidak langsung berbagi dapat mengurangi hak yang

menjadi hak milik kita, akan tetapi dengan melakukan sikap saling berbagi antar sesama secara ikhlas, maka kita akan merasakan sebuah kebahagiaan dalam hati karena dapat memberikan kebahagiaan kepada orang lain dengan suatu hal yang dianggap penting baginya.

Akan tetapi meskipun terlihat sepele, pada kenyataan sekarang ini banyak orang yang lebih banyak mengutamakan keegoisan mereka masing-masing daripada berbagi terhadap orang terdekat atau orang lain. Contoh Sekarang banyak kelompok yang turun ke jalan atau menitipkan kotak donasi di sebuah tempat makan untuk mengumpulkan bantuan, akan tetapi ironisnya banyak juga yang mengacuhkan dan tidak mau mendonasikan sedikit uang mereka untuk membantu orang lain karena dianggap hanya ‘abal - abal’ yang nanti hasilnya akan disalahgunakan untuk kepentingan lainnya. Dalam hal lain, banyak juga orang yang sudah tidak mau saling berbagi seperti berbagi makanan kepada orang lain atau memberi uang kepada pengamen dan pengemis.

Analisis Scene Ketiga



Gambar 4. Adegan Pada Scene Ketiga

Sign: pada *scene* ketiga terdapat tanda berupa gambar beberapa orang yang sedang duduk dan seorang ibu yang berdiri serta suara latar “yang mau kasih tempat, sama yang makan tempat”.

Object: pada *scene* terdapat beberapa orang yang merubah posisi duduk

kemudian rela duduk berdesak-desakan agar dapat tempat duduk

Interpretant: Dalam *scene* terdapat beberapa orang yang rela berbagi tempat di sebuah kursi kayu menginterpretasikan mereka sedang berempati kepada seorang ibu agar dapat duduk di sebuah kusi di warung dalam sebuah pasar karena identik dengan kursi panjang dan suasana yang ramai.

Representasi Empati

Sikap beberapa orang yang merubah posisi dan rela duduk berdesak-desakan demi memberikan ruang untuk tempat duduk seorang ibu yang sedang berdiri seperti yang ditampilkan oleh iklan Teh Botol Sosro versi “Semeja Bersaudara” pada *scene* ketiga serta tanda audio berupa “yang mau kasih tempat sama yang makan tempat” merepresentasikan sebuah pesan sikap empati.

Sikap empati adalah respon terhadap kemampuan yang dimiliki seseorang untuk merasakan perasaan dan emosional orang lain, membayangkan diri sendiri seolah-olah berada di posisi orang tersebut serta juga mencoba untuk menyelesaikan masalah orang tersebut. Sama halnya dalam budaya kita, dimana kita akan merasakan sebuah perasaan keprihatinan terhadap orang lain yang memiliki permasalahan dan mencoba untuk memberikan saran maupun sebuah tindakan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Seperti yang dicontohkan oleh beberapa orang yang meskipun duduk tapi mereka prihatin terhadap seorang ibu yang berdiri, karena mereka seakan-akan membayangkan dan merasakan juga rasa kecapekan yang dirasakan ibu tersebut dan memilih duduk berdesak-desakan demi memberi ruang duduk kepada ibu tersebut

Meskipun saat ini banyak orang yang masih memiliki sikap empati, Akan tetapi banyak juga orang yang sulit untuk berempati dan bersikap acuh, contohnya

sekarang ini banyak orang yang memilih tidak akan membesuk orang sakit atau pergi melayat ke orang yang meninggal jika tidak ada teman barengan.

Analisis *Scene* Keempat



Gambar 5. Adegan Pada *Scene* Keempat

Sign: pada *scene* keempat terdapat gambar seorang wanita dan seorang pria serta suara latar “yang mau susah walau sibuk ngunyah”.

Object: terdapat seorang wanita yang dengan gerakan mengulurkan tangan serta juga membawakan sebuah mangkuk sambal untuk diberikan kepada pria yang menginginkan mangkuk sambal tersebut.

Interpretant: posisi duduk saling membelakangi antara satu sama lain yang kemudian membantu mengambilkan semangkuk sambal menginterpretasikan sikap tolong menolong seorang wanita kepada pria yang tidak ia kenal.

Representasi Tolong Menolong

Indonesia dikenal oleh negara lain karena sikap gotong royongnya, dimana istilah ini diambil dari istilah masyarakat desa yang saling menolong saat membangun dan memindahkan rumah dengan cara digotong bersama-sama menggunakan tandu dari kayu royong (ruyung). karena itu Sikap gotong royong dapat juga dikatakan sebagai sikap tolong menolong karena memiliki tujuan yang sama yaitu membantu untuk meringankan beban yang dialami oleh orang lain.

Umumnya sikap tolong menolong berangkat dari rasa peduli terhadap apa yang dialami oleh orang lain. Siapapun berhak menerima pertolongan dan siapapun juga berhak untuk memberi pertolongan semampu yang dia bisa, tanpa mengenal orang itu saling kenal atau tidak, sehat, sakit, disabilitas, kaya, miskin, pria ataupun wanita. Sama halnya sikap wanita yang rela memberi bantuan ditengah aktivitas makannya beserta temannya dengan mengambilkan dan memberikan semangkuk sambal kepada seorang pria yang meminta pertolongan untuk diambilkan karena berada pada posisi sulit.

Memang pada kenyataannya, saat ini kita masih menemukan banyak orang yang masih peduli dan memiliki sikap tolong menolong. Akan tetapi banyak juga orang yang mulai menghiraukan sikap tolong menolong terhadap sesama dan lebih mementingkan kepentingannya sendiri seperti mengacuhkan orang yang mengalami kecelakaan di jalan karena takut nantinya akan berurusan dengan polisi atau menolong orang tua yang rabun yang kesusahan membaca dan menulis di tempat umum. Manusia sebagai makhluk sosial tidak akan bisa hidup sendiri dan pasti membutuhkan orang lain, oleh karena itu kita diharuskan untuk saling tolong menolong. Karena selain sebagai bentuk kepedulian, tolong menolong adalah sebagai bentuk menjaga hubungan silaturahmi dan interaksi dengan manusia lainnya.

Analisis Scene Kelima



Gambar 6. Adegan Pada Scene Kelima

Sign: tanda gambar pada *scene* kelima berupa seorang wanita berinteraksi dengan seorang pria dan suara latar “yang nggak kenal nama”.

Object: pada *scene* terdapat wanita dengan pakaian berwarna merah muda dan berambut panjang asyik berbicara kepada seorang pria yang berpakaian preman dengan lengan jaket dilipat, gelang di tangan, memakai celana jeans dan sedang bersandar di tiang sangat terbuka kepada seorang pria yang tak ia kenal

Interpretant: sikap yang ditunjukkan seorang wanita dalam *scene* dengan asyik mengobrol dengan seorang pria yang tidak ia kenal sebelumnya yang dijumpai di sebuah antrian di depan warung makan menginterpretasikan wanita tersebut tidak berprasangka buruk.

Representasi Sikap Untuk Tidak Berprasangka Buruk

Sikap prasangka sendiri merupakan sebuah sikap atau kepercayaan yang sudah didapat seseorang sejak kecil dan mengakar di sebuah kebudayaan untuk menilai suatu individu maupun kelompok yang berbeda di luar kelompoknya. Berprasangka dalam hal baik terhadap individu ataupun kelompok lain diperbolehkan selama digunakan untuk menjaga atau menjalin sebuah interaksi dengan yang lainnya, akan tetapi pada realitasnya banyak prasangka lebih mengarah pada sebuah penilaian buruk yang berakibat diskriminasi dikarenakan terbentuk dari pikiran buruk akibat pengaruh dari lingkungan tempat tinggal, pengalaman buruk orang terdekat atau anggota pada suatu kelompok serta kurangnya pengetahuan, pengalaman maupun fakta yang ada.

Kita ambil contoh dalam *scene* kelima ini, dimana saat kita mendengar atau melihat seorang berpenampilan

layaknya preman, maka kita langsung memiliki prasangka buruk jika orang yang berlagak preman tersebut adalah orang yang keras, galak, suka berkelahi dan semena-mena terhadap orang lain. Karena dalam budaya kita sejak dahulu seorang preman memiliki sikap seperti itu, dan setelahnya pasti kita akan selamanya memiliki penilaian buruk terhadap orang tersebut meskipun mereka berbuat kebaikan. Padahal kita sendiri belum tentu mengetahui benar atau tidaknya dia seorang preman, selain itu meskipun jika memang benar dia seorang preman kita juga belum mengetahui motif atau tujuan mengapa mereka bersikap seperti itu. Ditambah sekarang banyak sekali pakaian seperti jaket atau celana dengan motif sobek dan lusuh layaknya pakaian seorang preman. Sebab itu kita perlu untuk tidak mudah berprasangka buruk terhadap orang lain dari penampilannya saja karena hal tersebut dapat berdampak buruk bagi diri sendiri seperti kita merasa menjadi manusia paling baik dan benar serta tidak mau menerima kritik dan saran dari orang lain atas penampilan atau sikap yang kita lakukan.

Analisis Scene Keenam



Gambar 7. Adegan Pada Scene Keenam

Sign: pada *scene* keenam terdapat tanda gambar berupa sekelompok jalanan, dua orang wanita berkerudung dan tanda suara latar “tapi ikutan ketawa”.

Object: pada *scene* keenam terdapat sikap dua wanita berkerudung yang mau

menerima duduk dan makan dalam satu meja bersama dengan beberapa pria yang berasal dari kelompok jalanan.

Interpretant: pada *scene* tersebut terdapat dua wanita muslimah yang memakai kerudung dan beberapa kelompok jalanan yang identik dengan tato, tindik, rambut “nyeleneh” dan baju serba hitam di badan mereka sedang makan dan duduk bersama diiringi ekspresi tertawa bahagia bersama menginterpretasikan sebuah pesan untuk tidak saling melakukan tindakan diskriminasi terhadap kelompok lain.

Representasi Sikap Untuk Tidak Diskriminasi

Sikap diskriminasi sendiri merupakan sebuah sikap yang timbul akibat prasangka buruk, sehingga dapat dikatakan jika diskriminasi merupakan sebuah respon untuk memberikan perilaku khusus yang buruk terhadap kelompok tertentu dengan saling membedakan dan bertingkah laku secara tidak adil berdasarkan suatu karakteristik dari individu maupun kelompok tersebut. Diskriminasi seringkali terjadi karena adanya kesenjangan antar kelompok yang disebabkan oleh perbedaan suku, bangsa, ras, gender, agama, ideologi, kesenjangan ekonomi ataupun sosial. Sama halnya sebuah kelompok jalanan yang memiliki perspektif jika tato memiliki makna keindahan, karenanya mereka hanya ingin menunjukkan konsep keindahan tersebut kepada orang banyak dengan menggunakan tubuh mereka. Akan tetapi banyak orang sudah memiliki prasangka buruk terhadap sebuah tato, karena dalam budaya kita sebuah tato merupakan ciri orang yang buruk, brutal dan tidak mau diatur. Sehingga kita lebih memilih untuk mengindari dan mengucilkan mereka yang bertato meskipun orang bertato tersebut memiliki sikap dan perilaku yang baik.

Sikap diskriminasi sangat berbahaya karena memiliki resiko yang

besar bagi yang mengalaminya seperti hilangnya kepercayaan diri dalam menjalankan aktivitas di kehidupan bermasyarakat, menimbulkan rasa permusuhan antar kelompok, menimbulkan kesenjangan antara kelompok mayoritas dan kelompok minoritas hingga dapat mengakibatkan gangguan psikis dan mental. Oleh sebab itu tindakan diskriminasi sangat dilarang di Indonesia lewat undang-undang dasar dan pancasila, karena Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam perbedaan.

Analisis Scene Ketujuh



Gambar 8. Adegan Pada Scene Ketujuh

Sign: pada *scene* ketujuh terdapat tanda gambar berupa seorang wanita yang menyantap sepiring sayur dan tiga pria yang sedang menyantap steak daging serta tanda berupa suara latar “yang berbeda kepercayaan”.

Object: dalam *scene* seorang wanita dengan menu berbeda berupa salad sayur sedang duduk dengan posisi ditengah para pria yang menyantap menu makanan berupa steak daging

Interpretant: tanda pada *scene* kedelapan dengan seorang wanita yang berbeda gender dan menu makanan diterima duduk ditengah para pria yang sedang menyantap

steak daging menginterpretasikan sikap menjaga kerukunan.

Representasi Kerukunan

Pengertian dari kerukunan sebenarnya adalah tujuan menciptakan keserasian sosial dalam hidup bermasyarakat untuk memberikan rasa nyaman dan ketentraman melalui kesepakatan tertentu oleh seluruh masyarakat yang berasal dari agama, budaya, etnis, gender, agama, dan ideologi yang berbeda - beda. Kerukunan adalah kunci demi kelangsungan kehidupan persatuan, kesatuan dan pembangunan sebuah bangsa. Hal tersebut tidak akan berjalan apabila seluruh masyarakat tidak memiliki sikap saling pengertian, menghormati, dan adanya kesamaan visi dan misi yang disepakati akan menghapus segala bentuk perbedaan sehingga dapat mewujudkan suasana kerukunan yang terbentuk dengan sendirinya.

Sama halnya seorang wanita yang duduk di tengah para pria meskipun dia memiliki perbedaan sendiri berupa perbedaan gender dan pandangan hidup sehat (*vegetarian*). akan tetapi, perbedaan tersebut seakan - akan terhapus karena mereka sudah terlihat saling memiliki keserasian sosial dan tujuan bersama. Hal ini dapat dilihat dari pakaian seragam yang mereka kenakan, menandakan mereka berasal dari suatu tempat kerja yang sama, sehingga agar mereka dapat saling bekerja sama dalam kegiatan bekerja mereka harus saling serasi dan menjaga kerukunan bersama-sama. Untuk mewujudkan kerukunan tersebut, maka kita perlu saling membaur dan berinteraksi antar sesama manusia agar tercipta sebuah suasana kekeluargaan yang rukun dan damai.

Analisis Scene Kedelapan



Gambar 9. Adegan Pada Scene Kedelapan

Sign: pada *scene* kesembilan terdapat tanda gambar dua wanita yang berbeda kepercayaan serta tanda berupa suara latar “tapi duduk semeja”

Object: dua siswi wanita beda agama terlihat dengan ekspresi tersenyum bahagia yang larut dalam doa menurut agama mereka masing-masing karena dapat menjalani ibadah dengan tenang meskipun mereka duduk dalam satu meja.

Interpretant: pada *scene* tersebut terdapat dua siswi beda agama yang ditandai dari gerakan tangan yang dilakukan wanita berambut keriting menandakan ia beragama kristen dan wanita dengan kerudung jilbab serta gerakan yang ditunjukkan menandakan ia menganut agama islam serta duduk beriringan dalam satu meja menginterpretasikan mereka saling menjalankan sikap toleransi antar agama.

Representasi Toleransi Antar Agama

Sikap toleransi sendiri secara umum merupakan sikap menerima, menghargai serta menghormati segala perbedaan dari individu maupun kelompok yang hidup berdampingan dengan kita. Dari definisi tersebut sebenarnya sikap toleransi merupakan sikap yang dapat melawan timbulnya prasangka buruk dan tindakan diskriminasi terhadap individu maupun kelompok lain. Sikap toleransi sangat dibutuhkan di tengah - tengah kehidupan masyarakat majemuk, termasuk negara Indonesia yang memiliki enam agama

sekaligus yang diakui oleh pemerintahan Indonesia, antara lain agama Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Buddha dan Khonghucu. Oleh karena itu sikap untuk saling toleransi antar umat beragama merupakan salah satu sikap toleransi yang paling penting untuk dijalankan, karena selain pemerintah melalui undang - undang dasar, seluruh agama juga mengharuskan umatnya untuk saling menghargai sesama manusia.

Namun, masyarakat sekarang masih banyak yang salah mengartikan sebuah sikap toleransi, banyak yang beranggapan jika toleransi hanya datang dari salah satu pihak saja, seperti kelompok penguasa terhadap kelompok tertindas atau toleransi yang hanya datang dari kelompok mayoritas yang menerima keberadaan kelompok minoritas, karena itu secara tidak langsung dapat dikatakan sebuah penindasan yang dapat berujung pada tindakan diskriminasi.

Seperti halnya di beberapa daerah di Indonesia, masih banyak kejadian yang disebabkan karena kurangnya toleransi antar umat beragama seperti pembubaran acara kebaktian umat agama kristen di Bandung, penghentian dan pembubaran acara keagamaan umat hindu di Yogyakarta, atau tindakan diskriminasi terhadap seorang biksu di Tangerang. Hal ini terjadi karena kebanyakan orang masih menganggap jika agama mereka yaitu islam merupakan agama yang paling baik, karena mayoritas masyarakat Indonesia beragama islam, sehingga membuat mereka merasa paling benar dan mengharuskan mereka yang berbeda agama untuk menghormati mereka yang beragama islam agar dapat diterima agamanya di lingkungan mereka.

Analisis Scene Kesembilan



Gambar 10. Adegan Pada Scene Kesembilan

Sign: pada *scene* kesembilan terdapat tanda berupa gambar seorang wanita dan seorang pria yang berasal dari dua keturunan yang berbeda yaitu Cina dan Indonesia dan suara latar belakang “yang beda cara makannya, walau sama menunya”

Object: dalam *scene* terdapat dua orang yang berbeda kebudayaan sedang duduk bersama yang ditandai dari cara makan seorang wanita berkulit putih dan bermata sipit menandakan ia merupakan keturunan Cina dan seorang pria dengan kulit sawo matang dan memiliki warna rambut hitam menandakan ia asli keturunan Indonesia

Interpretant: dalam *scene* walaupun memiliki ras dan budaya yang berbeda yaitu perbedaan fisik serta cara makan yang berbeda seperti yang ditampilkan dalam *scene* menggambarkan jika perbedaan tersebut seakan-akan tidak menghalangi mereka untuk dapat menciptakan suasana kekeluargaan dalam melakukan makan bersama dalam satu meja. Hal tersebut menginterpretasikan sikap toleransi lintas budaya.

Representasi Toleransi Lintas Budaya

Inti dari terciptanya sebuah sikap toleransi yang sebenarnya adalah dimana setiap individu atau kelompok perlu saling menerima, menghargai dan menghormati perbedaan agar dapat tercipta kehidupan bersama yang selaras, selain itu mesti pula diimbangi juga dengan sikap penerimaan yang tulus dari pihak lain. dan di situlah inti dari sikap toleransi yang sebenarnya.

Maka dari itu, kita sebagai masyarakat Indonesia tidak sebatas mengimplementasikan sebuah sikap toleransi kehidupan beragama saja, tetapi juga mengimplementasikan toleransi dalam ruang lingkup kehidupan berbudaya dan bernegara. Karena negara kita sangat dikenal sebagai negara yang paling banyak memiliki ras, suku dan budaya. Seperti ras Melayu, Negroid, Melanesoid, dan Weddoid, selain itu juga terdapat ras keturunan yang berasal dari Tionghoa, India maupun Arab. Ditambah masih memiliki ratusan suku dan budaya seperti Bugis, Madura, Jawa, Bali, Aceh, Batak, Toraja, Dayak, dan masih banyak lagi.

Bila kita tidak dapat menerapkan toleransi antar lintas budaya dan terus menerus berprasangka buruk dan saling diskriminasi, seperti membenci orang - orang keturunan Tionghoa yang hingga saat ini masih terjadi atau tragedi penyerangan mahasiswa papua di Surabaya beberapa waktu yang lalu. Maka konflik yang lebih besar seperti tragedi Sampit, tragedi lampung utara dan selatan atau konflik antar suku di papua akan terulang kembali. Karena itu kita sebagai masyarakat Indonesia perlu untuk bersama - sama kembali menghayati dan menumbuhkan sikap toleransi antar lintas budaya.

PENUTUP

Iklan disebut sebagai komunikasi massa, dikarenakan pesan dalam iklan disampaikan kepada khalayak secara luas dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak tersebut. Dalam hal ini membeli sebuah produk yang ada di dalam iklan. Sama halnya dengan iklan televisi Teh Botol versi “Semeja Bersaudara” yang juga merupakan iklan yang mempromosikan produk minuman teh yang dikemas dalam botol. selain dikemas untuk mempromosikan produk, iklan ini

juga dikemas untuk tujuan menyampaikan pesan-pesan positif dapat diambil sebagai pelajaran dalam kehidupan sehari-hari.

Peneliti menganalisis tanda-tanda dalam iklan Teh Botol Sosro versi "Semeja Bersaudara" dengan analisis semiotika Charles Sanders Pierce menggunakan segitiga makna untuk menemukan makna berupa pesan moralitas yang direpresentasikan dalam iklan.

Pesan moralitas yang diperoleh dari setiap *scene* yang terdapat pada iklan Teh Botol Sosro versi "Semeja Bersaudara" ini antara lain: (1) Ramah, (2) Saling Berbagi, (3) Empati, (4) Tolong Menolong, (5) Tidak Berprasangka Buruk, (6) Tidak Diskriminasi, (7) Kerukunan, (8) Toleransi Antar Umat Beragama, (9) Toleransi Lintas Budaya.

Setelah dilakukan pengamatan dan didapatkan hasil penelitian seperti yang diuraikan diatas, maka peneliti dapat memberi beberapa rekomendasi yang peneliti perlu untuk disampaikan. Antara lain: dari sisi praktis, bagi industri iklan untuk dapat memproduksi dan menayangkan iklan yang memiliki pesan-pesan yang bermanfaat bagi masyarakat.

Sedangkan dari sisi akademisi, diharapkan dapat melanjutkan penelitian dalam iklan ini dengan menggunakan metode atau pendekatan komunikasi lainnya. Seperti kontruksi gender, pengaruh iklan, atau strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, 2017, *Sejarah Televisi di Indonesia dan Perkembangannya*, <https://pakarkomunikasi.com/sejarah-televisi-di-indonesia>, diakses 11 Oktober 2019

Hall, Stuart. 1997. *The Work Of Representation: Cultural Representation And Signifying*

Practice. Ed. Stuart Hall. Thousand Oaks. California

Jaiz, Muhammad. 2013. *Dasar - Dasar Periklanan*. Serang: Penerbit FISIP Untirta Press

Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar cetakan 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sambas, Syukriadi. 2015. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.

Suciati. 2017. *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Penerbit Buku Litera Yogyakarta.

<https://www.youtube.com/watch?v=5htQR5lzJEs>, diakses pada 03 Oktober 2019

<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa/> diakses pada 28 januari 2020

<https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2019/nielsen-siap-hadirkan-total-audience-measurement/> diakses pada 28 januari 2020