

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

MAKNA TOLERANSI DALAM IKLAN INDOMIE VERSI RAMADHAN 2020 DI TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Aldi Kurnia Saputra

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76764&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi analisis semiotika yang bertujuan untuk membongkar makna toleransi dalam iklan indomie versi Ramadhan 2020. Hal yang menarik perhatian penulis adalah bagaimana bentuk toleransi antar umat beragama yang disampaikan dalam bentuk iklan yang dimana saat ini sangat marak kasus intoleran antar umat beragama. Yaitu toleransi dalam pergaulan antara umat beragama didasarkan kepada tiap agama menjadi tanggung jawab pemeluk agama itu sendiri dan mewujudkan sifat keberagaman pemeluk suatu agama dan pergaulan hidup antar orang yang tidak seagama dalam masalah-masalah kemasyarakatan. Hasil analisis menunjukkan terbukti adanya makna toleransi yang disampaikan melalui scene dalam iklan tersebut. Penulis mengumpulkan bagaimana iklan tersebut divisualkan dari sisi toleransi antar umat beragamanya terutama umat muslim, seperti sedang memasak mie tapi tidak dilibatkan visual miennya. Selain itu, juga mematahkan anggapan budaya intoleran di negara Indonesia yang minim dan tidak menghargai agama lain.

Secara akademis, penelitian ini memberi kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, terutama memperkuat keberlakuan teori konsep toleransi antar umat beragama. Metodologis, bisa menjadi referensi penelitian kualitatif selanjutnya dengan metode analisis semiotika pendekatan Roland Barthes. Secara praktis, berharap akan muncul lebih banyak lagi iklan yang mengangkat mengenai toleransi antar umat beragama. Sosial, dengan penelitian ini semoga ke depannya masyarakat bisa lebih menyadari bahwa isu intoleran antar umat beragama bisa secepatnya berkurang.