



**REPRESENTASI NILAI KEAGAMAAN DALAM IKLAN  
BERDASARKAN PERSPEKTIF ANALISIS SEMIOTIKA  
ROLAND BARTHES**

<sup>1</sup>Rafiqah Yusna Siregar & <sup>2</sup>Yovita Sabarina Sitepu

<sup>1</sup>E-mail: [rafiqah@dharmawangsa.ac.id](mailto:rafiqah@dharmawangsa.ac.id) & <sup>2</sup>E-mail: [yovita.sabarina@usu.ac.id](mailto:yovita.sabarina@usu.ac.id)

<sup>1</sup>Universitas Dharmawangsa, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

**Abstrak:** Penelitian ini berusaha menganalisis makna denotatif, konotatif dan mitos terkait nilai keagamaan yang terkandung dalam iklan Wonderful Indonesia edisi “*The Light of Aceh*.” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subjek penelitian berupa penggalan-penggalan gambar yang terbagi menjadi 6 (enam) foto dan 3 (tiga) situasi atau *scene* iklan, yaitu *scene* kehidupan sehari-hari, wisata dan pertunjukan daerah. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa studi dokumentasi dan studi literatur, sedangkan teknik analisis data diaplikasikan dengan analisis Semiotika Roland Barthes yang dikaji lebih dalam menggunakan lima kode bacaan; *hermeneutic*, *proarhetic*, *symbolic*, *cultural*, dan *semic*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa denotatif di dalam iklan menampilkan masjid, alam, dan busana Muslim yang menjadi sebuah kearifan lokal yang mengandung unsur nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Aceh. Busana Muslim digunakan tidak hanya digunakan dalam aktivitas sehari-hari masyarakat, tetapi juga diterapkan di dalam sebuah pertunjukan adat daerah. Makna

konotatif yang terkandung di dalam denotatif berupa salah satu kearifan lokal provinsi Aceh adalah adanya nilai keagamaan yang terkandung di dalam peraturan Syariat Islam dan salah satunya adalah peraturan hijab bagi kaum Perempuan, baik penduduk lokal maupun pendatang. Nilai-nilai keagamaan ini telah lama tumbuh dan berkembang di tengah kehidupan masyarakat dan menjadi identitas budaya setempat. Mitos yang terkandung di dalam iklan adalah masyarakat merasa tenang dan damai dalam harmonisasi agama. Keseluruhan elemen yang ditampilkan dalam iklan merupakan hasil konstruksi terhadap realitas yang ada. Sebab, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menguatkan hasil analisis penelitian ini adalah banyak masyarakat Aceh yang sembunyi-sembunyi tidak menggunakan hijab di ruang publik dan menggunakannya hanya untuk menghindari razia busana muslim.

**Kata Kunci:** Nilai Keagamaan, Iklan, Semiotika, Roland Barthes.

## PENDAHULUAN

Kebudayaan Aceh dihayati oleh masyarakat setempat dimana seluruh adat istiadatnya berhubungan dengan nilai keagamaan agama Islam. Kebudayaan Aceh yakin dan percaya bahwa adab dan agama itu ibarat seperti zat dan sifat yang tidak terpisahkan. Adab adalah kehalusan dan kebaikan budi pekerti, kesopanan, dan akhlak yang mulia (Departemen Pendidikan Nasional, 2012). Oleh karena itu, adab merupakan norma atau aturan yang masyarakat taati dan berkaitan dengan perilaku sopan santun dan berlandaskan nilai keagamaan, dalam hal ini provinsi Aceh merupakan daerah yang berlandaskan dengan aturan Syariat Islam di dalamnya.

Meskipun Aceh merupakan wilayah yang berlandaskan Syariat Islam, namun masyarakatnya menjunjung toleransi tinggi dan menghargai keanekaragaman perbedaan ras, suku dan agama. Hal itu direpresentasikan oleh iklan Wonderful Indonesia edisi “The Light of Aceh” yang menunjukkan bahwa masyarakat Aceh dominan beragama Islam sangat bersahabat dan tulus dalam menyambut setiap wisatawan, baik yang memiliki kesamaan kepercayaan maupun yang berbeda. Sehingga, setiap pengunjung merasa nyaman layaknya berada di rumah mereka

sendiri. Namun, setiap wisatawan yang datang juga harus menghormati kearifan lokal yang telah menjadi prinsip masyarakat Aceh dengan tujuan membentuk sikap toleransi dan saling menghormati terhadap keberagaman yang ada.

Aceh memiliki banyak julukan yang disebabkan oleh berbagai sejarah yang telah dilaluinya, seperti “Serambi Mekkah,” “Tanah Rencong,” hingga ‘Aceh Bersimbah Darah.” “Aceh Bersimbah Darah” merupakan refleksi dari banyaknya pertumpahan darah di provinsi ini, mulai dari perang antar suku sampai bencana alam seperti gempa bumi dan tsunami tahun 2006 silam (Nasruddin, 2014). Selain itu, persepsi masyarakat Indonesia terhadap provinsi Aceh menjadi buruk karena merasa aturan Syariat Islam yang dipegang kuat oleh provinsi ini menyebabkan terbatasnya ruang gerak masyarakat dan tidak nyaman untuk tinggal atau berkunjung ke Aceh.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka pemerintah setempat melakukan berbagai upaya untuk mengembalikan citra Aceh menjadi kembali positif baik di masyarakat Indonesia maupun mancanegara. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh (DISPUDBAR) menjalin kerjasama dengan instansi Wonderful Indonesia untuk mempromosikan Aceh sebagai provinsi potensial yang memiliki kearifan lokal dengan nilai keagamaan, kekayaan alam dan keunikan budaya setempat. Pemerintah daerah terus meningkatkan roda perekonomian dengan mengenalkan kebudayaan secara lebih luas.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nilai adalah sifat atau hal penting yang berguna bagi manusia. Nilai berkaitan dengan subjek dan dianggap berharga jika orang tersebut merasa suatu hal mengandung nilai-nilai. Jadi, nilai adalah suatu kebermanfaatan bagi manusia. Sedangkan, agama adalah aturan Tuhan yang membimbing manusia dengan akal, iman dan perbuatan untuk menyelamatkan hidupnya di dunia dan akhirat. Agama juga diartikan sebagai wujud kepercayaan kepada Tuhan dengan mentaati kewajiban-kewajiban yang berkaitan dengan kepercayaan tersebut. Oleh karena itu, nilai keagamaan adalah suatu isi atau ajaran untuk mendapatkan kebaikan dunia dan akhirat yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Iklan merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah Aceh. Iklan adalah salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan banyak dibicarakan oleh masyarakat karena jangkauannya yang

luas. Iklan juga merupakan alat promosi yang penting terutama bagi Perusahaan penghasil barang dan jasa. Sebab, tanpa iklan akan sangat sulit mengenalkan produk dan jasa kepada masyarakat secara lebih luas, sedangkan prinsip setiap perusahaan adalah mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dari penjualan. Iklan dengan menampilkan unsur kebudayaan dan kekayaan bangsa merupakan bagian penguat kepemilikan warisan budaya sebagai identitas asli negara Indonesia. Iklan dengan menampilkan kebudayaan ini bekerja pada dua sisi, yaitu mendukung kebudayaan Nusantara dan meningkatkan citra positif di tengah masyarakat (Juditha, 2015).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis iklan *Wonderful Indonesia* edisi *The Light of Aceh* yang mengandung unsur nilai keagamaan untuk dikaji dalam perspektif Semiotika Roland Barthes. Istilah Semiotika secara etimologi yaitu *Semeion* merupakan kata dalam bahasa Yunani dan bermakna “tanda.” Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai “sesuatu yang berdasarkan konvensi sosial yang telah ada sebelumnya dan dianggap menghadirkan sesuatu lainnya” (Wibowo, 2013). Sehingga, yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah berbagai unsur “tanda” nilai keagamaan dalam iklan. Iklan *Wonderful Indonesia* edisi “*The Light of Aceh*” tidak memiliki dialog percakapan diantara para *talents*, namun menampilkan gambar, narasi dan musik yang merepresentasikan daerah yang bersifat spiritual. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna denotative, konotatif dan mitos yang berhubungan nilai keagamaan di dalam iklan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada studi dokumen interpretatif. Fokus dan tujuan penelitian adalah menganalisis dan menafsirkan bahan tertulis berdasarkan konteks. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Semiotika Roland Barthes, dimana melalui analisis ini dapat diketahui makna yang terkandung dalam sebuah teks atau gambar. Analisis semiotika dapat menganalisis banyak sistem tanda yang digunakan dalam kajian media dan kajian budaya lainnya, sehingga semiotika merupakan pendekatan terbaik untuk mengkaji sebuah makna, khususnya yang menyangkut tentang media audiovisual. Selain itu, semiotika

merupakan salah satu metode yang paling interpretatif dalam menganalisis teks dan gambar. Keberhasilan atau kegagalannya terletak pada seberapa baik peneliti dapat menginterpretasikan sebuah teks dan gambar, sebab proses semiotik selalu melibatkan dan menuntut akal, pengalaman, budaya dan emosi setiap manusia dalam melihat sebuah tanda.

Iklan Wonderful Indonesia edisi The Light of Aceh menjadi objek di dalam penelitian ini. Iklan tersebut diperoleh peneliti dari situs YouTube dan dibagi menjadi 121 potongan gambar yang siap untuk dianalisis. Teknik analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu studi dokumentasi, dimana dari total 121 gambar diseleksi menjadi 6 gambar dan 3 *scenes* (kehidupan sehari-hari, wisata dan pertunjukan daerah) yang dianggap mewakili kriteria tentang nilai keagamaan dalam iklan. Teknik yang kedua melalui studi kepustakaan atau literatur, yaitu upaya peneliti dalam mengumpulkan informasi sebanyak mungkin melalui buku, jurnal ilmiah, website dan sumber lain yang relevan dengan kajian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Semiotika Roland Barthes. Peneliti akan menggali makna dan mitos yang terkandung dalam iklan Wonderful Indonesia edisi The Light of Aceh dengan teknik pemaknaan dua tahap (*two order signification*), yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Selanjutnya, dalam konsep semiologi dua tahap Roland Barthes tersebut akan dikaji lebih mendalam dengan menggunakan lima kode pembacaan, yaitu kode *hermeneutic*, *proarietic*, *symbolic*, *cultural* atau budaya dan *semic*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*The Light of Aceh* atau “Cahaya Aceh” merefleksikan semangat seluruh masyarakat disatukan dalam Syariat Islam yang *Rahmatan Lil ‘Alamin* sebagai cahaya terang yang mengajak pada nilai-nilai kebaikan, kemakmuran dan kebermanfaatn bagi seluruh pihak (DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA ACEH, 2016). Makna *Rahmatan Lil ‘Alamin* adalah “rahmat bagi seluruh alam termasuk hewan, tumbuhan dan manusia.” Provinsi Aceh merupakan daerah dengan otonomi khusus berupa syariat Islam yang mengatur kehidupan masyarakat, beragam budaya dan tradisi yang menjadi kearifan lokal setempat.

### A. Analisis Scene

**Gambar 1.Masjid di Provinsi Aceh**



**Gambar 2. Sebuah Keluarga yang Menggunakan Pakaian Muslim**



**Gambar 3. Sebuah Keluarga di Pantai**



**Gambar 4. Seorang Nelayan dan Wisatawan**



**Gambar 5. Kesenian Derah “Tarian Guel”**



### Gambar 6. Kesenian Daerah “Tarian Ranup Lampuan”



#### Analisis Lexia

Gambar 1 menampilkan kubah masjid berwarna hitam dengan dinding berwarna putih. Gambar 1 dihiasi dengan pemandangan langit biru cerah dan kubah masjid terlihat begitu dekat dengan langit yang menghiasinya. Teknik pengambilan gambarnya adalah *medium close-up*, dimana cara kerja teknik ini adalah mengambil gambar dari bagian dada objek hingga bagian atas kepala. *Medium close-up* berfungsi untuk menekankan hal yang ditampilkan agar penonton dapat melihatnya dengan jelas dan fokus. Fokus yang digunakan pada gambar 1 ini adalah *deep focus*, yaitu memperlihatkan hal yang tajam dan jelas secara keseluruhan. Adegan dalam gambar ini diawali dengan penuturan seorang narator yang mengatakan *A place that makes you feel restful in the midst of people who live in religious harmony*.

Gambar 2 menampilkan sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan dua anak berjalan sambil tersenyum bahagia menuju masjid. Gambar ini diambil dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *medium close-up* dengan fokus *deep focus* sama seperti gambar 1 sebelumnya yang memberikan

ketajaman dan fokus yang lebih pada objek yang ada di depan. Pada gambar 2 ini terlihat seorang ibu menggunakan mukena putih sembari membawa sebuah sajadah. Kemudian, ayah dan kedua anaknya menggunakan jubah dan kupluk serba putih. Kedua anak juga terlihat membawa sajadah sama seperti yang dilakukan ibu.

Gambar 3 juga menampilkan sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan dua anak laki-laki yang sedang berlarian dengan gembira di salah satu Pantai di Aceh. Ayah menggendong salah satu puteranya dan menggunakan *t-shirt* atau kaos putih dan celana kargo coklat. Sedangkan, kedua anak laki-laki menggunakan kaos berwarna merah dan coklat. Pada saat yang sama, ibu menggunakan hijab dan gamis hijau yang menutupi seluruh tubuhnya. Teknik pengambilan gambar dilakukan dengan menggunakan teknik *extended shot*, yaitu teknik yang digunakan pada aera yang cukup atau pas untuk menampilkan seluruh tubuh objek tanpa terpotong oleh *frame*. Tujuan dari teknik ini adalah menunjukkan perkembangan bagaimana posisi objek memiliki hubungan dengan objek lainnya dalam satu *frame*. Adapun fokus yang digunakan dalam gambar ini adalah *deep focus*, dimana jenis fokus ini memperlihatkan objek secara tajam, jelas dan menyeluruh.

Gambar 1 dan 2 diiringi musik dan diikuti suara narator. Musik yang digunakan pada gambar 1 terdengar *slow* atau lambat yang menambah kesan dramatis pada sebuah cerita. Musik ini dapat menambah dan mengurangi emosi penonton sesuai dengan kebutuhan cerita. Sedangkan gambar 3, diiringi dengan musik yang sedikit lebih cepat dari gambar-gambar sebelumnya dan menggunakan efek suara manusia berupa senandung suara seorang wanita. Tujuan dari musik pada gambar 3 adalah membuat jalan cerita menjadi lebih detail dan menunjukkan konsep luar biasa dari konten.

Gambar 4 memperlihatkan seorang nelayan yang menggunakan perahu kecil berwarna coklat. Gambar 4 menunjukkan langit cerah dengan tampilan awan yang menghiasinya dan deretan perbukitan hijau di pinggir laut. Nelayan memakai baju putih dengan aksen biru pada kantung baju serta celana panjang berwarna hitam. Terlihat pula seorang wanita yang memakai baju kuning dan hijab jingga sedang duduk sambil memotret nelayan yang sedang bekerja di sampingnya. Teknik pemotretan yang digunakan adalah *extended shot* untuk menampilkan objek secara keseluruhan tanpa terpotong.

Gambar 5 menampilkan 3 orang Musisi dan 1 orang penari tarian tradisional *Guel*. 3 orang Musisi tersebut terdiri dari 2 orang laki-laki dan 1 wanita. Wanita terlihat memainkan alat musik tradisional bernama *Canang* dan memakai pakaian serba hitam termasuk hijabnya. Sekelompok penari dan pemusik sedang beraksi di alam terbuka yang terlihat dari pegunungan, laut dan rumah penduduk yang menjadi latar belakang *scene* serta di hadapan mereka dihiasi dengan rumput ilalang berwarna kuning. Teknik pemotretan yang digunakan dalam gambar ini adalah *extended shot* yang menampilkan seluruh objek dalam satu gambar.

Gambar 6 memperlihatkan sekelompok penari tradisional wanita yang dikenal dengan tarian *Ranup Lampuan*. Para penari menari di halaman terbuka dan terlihat dari pepohonan dan rerumputan yang menghiasinya di tengah cuaca yang cerah. Selain itu, para penari mengenakan pakaian tari berwarna merah dan kain kuning yang menutupi pinggang mereka. Mereka juga menggunakan hijab hitam dengan mahkota sebagai hiasan di kepalanya. Penari terlihat bernari sambil duduk seperti berlutut di rumput dan terlihat dua orang turis asing yang tengah belajar tarian tradisional ini. Kedua turis asing terlihat mengenakan selendang yang menutupi bagian kepala mereka. Salah satu turis mengenakan baju kemeja abu-abu dan selendang dengan warna yang sama. Sedangkan, turis lainnya menggunakan baju hitam dengan selendang jingga. Teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *medium long shot*, dimana teknik ini menampilkan objek yang memenuhi layar kamera dari bawah lutut hingga kepala objek. Selain itu, dalam gambar ini diikuti dengan teks narator yang mengatakan *Meet the friendly people who will welcome you with warmth.*

## Analisis Kode Pembacaan

### *Hermeneutic*

Beberapa pertanyaan yang muncul di benak peneliti mengenai beberapa adegan dalam iklan, diantaranya:

- a. Mengapa menampilkan masjid?
- b. Mengapa dinding masjid berwarna putih?
- c. Mengapa ibu memakai mukena putih?
- d. Mengapa ayah dan kedua anak memakai jubah dan kupluk serba

- putih?
- e. Mengapa narator mengatakan *A place that makes you feel restful in the midst of people who live in religious harmony*?
  - f. Mengapa ayah memakai celana kargo panjang berwarna coklat di Pantai?
  - g. Mengapa kedua anak memakai kaos merah di Pantai?
  - h. Mengapa anak memakai celana pendek berwarna coklat di Pantai?
  - i. Mengapa ibu menggunakan gamis dan hijab di Pantai?
  - j. Mengapa nelayan memakai baju putih dan celana panjang hitam di laut?
  - k. Mengapa setiap wanita berhijab dalam setiap situasi di iklan ini?

### ***Proarietic***

Provinsi Aceh terkenal dengan julukannya yaitu “Serambi Mekkah” karena wilayah ini pernah menjadi pangkalan atau pelabuhan bagi jamaah haji seluruh Indonesia. Masyarakat Indonesia yang beragama Islam ketika berangkat ke Mekkah untuk menunaikan ibadah haji dengan menggunakan kapal laut, akan menghabiskan waktu hingga enam bulan di Aceh Darussalam sebelum mereka melintasi Samudera Hindia. Selain itu, ada banyak kesamaan diantara Aceh dan Mekkah pada saat itu, dimana seluruh penduduk lokal kedua kota ini menganut agama Islam dan memiliki hukum dan budaya yang berlandaskan syariat Islam. Namun, pada saat ini masyarakat Aceh telah bercampur dengan pemeluk agama lain, meskipun mayoritas masyarakat menganut agama Islam. Oleh karena itu, di provinsi ini terdapat banyak sekali masjid sebagai tempat beribadah umat Islam.

Molly E. Holzchlag (Sriwitari, 2014) mengatakan bahwa warna putih merepresentasikan suatu hal yang suci dan bersih. Dinding masjid yang tampak pada gambar 1 dicat dengan warna putih dan hal itu menunjukkan bahwa masjid sebagai tempat ibadah umat Islam yang religius dan suci.

Melakukan ibadah Sholat dalam aturan agama Islam diwajibkan memakai pakaian Sholat seperti mukena dan gamis syar’i bagi wanita dan kupluk bagi pria. Mukena yang digunakan *talent* dalam gambar 1 terlihat berwarna putih yang bermakna suci dan bersih. Sehingga, hal itu menjadi sebuah representasi bahwa untuk melakukan ibadah Sholat setiap orang harus dalam keadaan suci dan bersih. Suasana religius melekat pada

pemakainya sehingga memiliki kesan spiritual yang kuat.

*A place that makes you restful in the midst of people who live in religious harmony.* Harmoni adalah pernyataan selera, tindakan, ide, minat, ritme dan gerakan. Sehingga, kalimat tersebut menjadi sebuah representasi terhadap ritme yang merujuk pada segala tindakan masyarakat Aceh yang diatur dalam syariat Islam sebagai otonomi daerah. Semua peraturan tentang budaya dan tindakan membuat semua orang yang berada di dalamnya baik pribumi maupun wisatawan dapat hidup rukun, tenang dan damai tanpa adanya konflik.

Pada gambar 3 terlihat ayah dan kedua anaknya memakai kaos dan pemilihan baju terhadap para *talent* dianggap tepat karena fungsi kaos bisa menjadi busana bersantai, terutama saat berwisata ke alam seperti Pantai. Warna putih pada baju yang dikenakan oleh ayah bermakna suci yang mencerminkan ketakwaan dan kemurnian cinta dan kasih sayang kepada keluarganya. Hal ini juga diperkuat dengan ekspresi ayah yang terlihat senyum bahagia ketika berlibur bersama keluarga. Sedangkan, warna merah pada baju yang dikenakan oleh kedua anak bermakna kehangatan dan kasih sayang (Sriwitari, 2014). Hal itu menjadi refleksi dari kehangatan dan cinta kepada kedua orangtua dan daerah di mana mereka berada, yaitu Aceh itu sendiri.

Pada gambar 3 *talent* ayah dipilih untuk mengenakan celana kargo panjang sebab jenis celana ini memungkinkan pemakainya bergerak bebas. Begitu pula halnya dengan para pendaki dan petualang banyak yang menggunakan jenis celana ini karena tekstur bahannya yang ringan dan nyaman. Warna coklat pada celana kargo ayah dan kedua anaknya memiliki arti kenyamanan yang mencerminkan bahwa keluarga pada gambar 3 merasa sangat nyaman dan senang ketika berlibur di salah satu Pantai di daerah Aceh.

Pemilihan celana panjang pada *talent* ayah juga tanpa alasan. Jika mengingat provinsi Aceh merupakan daerah dengan otonomi pemerintahan sendiri yang berbeda dengan provinsi lainnya di Indonesia, maka dalam hal pemilihan busana baik laki-laki maupun wanita juga tidak luput dari peraturan syariat Islam yang melandasinya. Bagi laki-laki dan perempuan dewasa yang sudah memasuki fase pubertas dan *aqil baligh* (sudah menanggung dosa sendiri) wajib hukumnya untuk menutup aurat agar tidak

mengundang syahwat lawan jenis dan sebagai alat pelindung diri. Aurat kaum laki-laki berada diantara pusar dan lutut, sedangkan perempuan berada di seluruh tubuhnya kecuali telapak tangan dan wajah. Hal itu lah yang mendasari *talent* ayah menggunakan celana panjang meskipun berada di pantai.

Begitu pula halnya dengan *talent* ibu pada gambar 3 yang mengenakan baju gamis ketika berada di pantai. Gamis adalah kemeja panjang dan longgar serta menutupi seluruh tubuh pemakainya. Dalam budaya berbusana di Aceh, kaum perempuan lah yang paling diperhatikan aturannya. Perempuan harus memakai pakaian yang menutupi auratnya dan yang paling utama adalah rambut. Kaum perempuan di Aceh diwajibkan mengenakan hijab serta pakaian longgar yang tidak membentuk bagian tubuh ketika beraktivitas di ruang publik. Hal ini pula lah yang menjadi acuan *talent* ibu dalam menggunakan gamis ketika berada di pantai. Pantai merupakan tempat rekreasi dan relaksasi dengan pengunjungnya yang tampil dengan nyaman. Pada umumnya setiap wisatawan yang datang ke pantai memakai baju dan celana renang yang mudah dan bebas untuk bergerak. Warna hijau pada baju dan hijab *talent* ibu bermakna kealamian (Sriwitari, 2014). Hal ini berkaitan dengan aktivitas di alam terbuka seperti pantai yang ditampilkan dalam gambar 3. Regulasi berbusana bagi anak-anak yang belum *aqil baligh* tidak diperhatikan begitu ketat seperti kalangan orang dewasa. Anak-anak masih diberikan kebebasan dalam memilih pakaian yang ingin dikenakan, meskipun tetap dalam konteks pakaian yang sopan. Oleh karena itu, *talent* kedua anak pada gambar 3 memakai celana pendek ketika berada di pantai.

*Talent* nelayan juga dipilih untuk mengenakan pakaian kemeja santai ketika sedang melaut dan hal ini dianggap tepat karena busana tersebut terlihat nyaman dan memudahkan penggunaanya dalam bekerja. Warna baju *talent* nelayan adalah putih. Sama seperti penjelasan sebelumnya mengenai warna putih yang bermakna suci, bersih dan simbol dari kehati-hatian (Sriwitari, 2014). Sifat kehati-hatian pada warna putih tersebut dapat ditujukan kepada tampilan nelayan yang tampil berhati-hati dan terampil dalam melakukan pekerjaannya menjala ikan di laut.

Tidak hanya kemeja, *talent* nelayan juga mengenakan celana panjang hitam sama seperti *talent* ayah sebelumnya. Penggunaan celana panjang

dianggap sebagai busana lintas gender, artinya baik perempuan maupun laki-laki boleh menggunakannya. Selain itu, celana juga digunakan untuk lintas kelas sosial dimana tidak ada larangan bagi setiap kelas sosial untuk dapat mengenakannya. Celana tidak mengenal usia dimana pemakainya tidak terbatas pada anak-anak hingga dewasa dan celana tidak mengenal acara khusus. Penggunaanya dapat berkisar dari momen santai hingga formal. Oleh karena itu, celana bersifat universal dan menyeluruh ke segala aspek kehidupan manusia, sehingga pemilihan celana panjang pada *talent* nelayan dianggap tepat karena tujuan pemakaiannya adalah untuk bekerja di laut yang sifatnya tidak formal.

Sementara itu, jika kita kembali mengulik tentang otonomi daerah yang khusus disematkan kepada provinsi Aceh tentang regulasi Syariat Islam mengenai gaya berbusana orang dewasa, konotasi dari pemilihan celana panjang oleh *talent* nelayan sama seperti *talent* ayah sebelumnya. Aturan di dalam agama Islam mewajibkan setiap orang dewasa yang sudah menanggung dosanya sendiri baik wanita maupun pria dituntut untuk menutup auratnya dengan pakaian yang layak dan nyaman. Sehingga, meskipun *talent* nelayan ditampilkan pada posisi sedang bekerja di laut, untuk merepresentasikan sebuah provinsi dengan nafas Islam yang kuat, maka gaya berbusana *talent* juga tidak luput dari perhatian para pengiklan.

Gaya berbusana muslim yang menjadi regulasi di provinsi Aceh tidak hanya sebatas pada kegiatan sehari-hari dan liburan saja, melainkan pada pertunjukan adat sekalipun. Pada gambar 5 dan 6 terlihat dua tarian adat Aceh yang berbeda, namun kesamaannya terletak pada penggunaan hijab bagi para penarinya. Hal yang unik terletak pada kedua *talent* turis mancanegara yang turut mengenakan selendang sebagai penutup kepala mereka meskipun masih masuk ke dalam kategori tidak menutup aurat secara maksimal. Sebab, setiap turis yang datang berkunjung ke Aceh baik muslim maupun non-muslim juga harus mengenakan pakaian yang sopan dan selendang agar bisa menghormati nilai keagamaan yang telah tertanam kuat di daerah tersebut.

### ***Symbolic***

Masjid dan busana Muslim merupakan bentuk simbolik yang menunjukkan bahwa provinsi Aceh identik atau dikenal dengan nafas Islam yang begitu kuat. Hal ini terkait dengan regulasi syariat Islam yang

melahirkan aktivitas dan budaya keislaman yang kokoh di tengah-tengah masyarakat dan turis mancanegara.

### ***Cultural***

Sebagai daerah yang berlandaskan syariat agama Islam yang membuat seluruh aspek kehidupan masyarakat harus sesuai dengannya, termasuk regulasi berbusana. Hal ini tentu menjadi suatu kearifan lokal yang mengandung unsur nilai keagamaan di dalamnya yang menjadi sebuah identitas sosial daerah dan masyarakat setempat. Budaya berpakaian bagi pria dan wanita dewasa diimplementasikan kedalam regulasi menutupi aurat untuk melindungi diri dari syahwat lawan jenis. Pakaian menutup aurat ini diperuntukkan tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya, melainkan juga di dalam pertunjukan adat daerah. Namun, peraturan mengenai budaya berpakaian ini lebih difokuskan kepada wanita dewasa, dimana mereka harus menutup auratnya dengan hijab dan baju yang longgar dan tidak membentuk lekuk tubuh. Hal ini sesuai dengan ucapan narator yang mengatakan *people who live in religious harmony*,

Konteks sosial yang ada nyatanya memberikan mitos tersendiri tentang harmonisasi masyarakat yang hidup di dalam regulasi agama Islam di daerah ini. Tidak semua perempuan di Aceh mengenakan hijab sebagai suatu aturan yang mengikat mereka. Bagi wanita yang non-muslim masih diperbolehkan tidak menggunakan hijab saat beraktivitas di luar rumah, namun tetap dalam koridor pakaian yang sopan dan tidak mengundang syahwat lawan jenis. Selain itu, tidak sedikit kaum Muslimah yang berani tidak mengenakan hijab saat beraktivitas di ruang publik dan menganggap hijab hanya sebagai “seragam” yang wajib dikenakan di tempat-tempat yang memang mengharuskan berbusana muslim.

### ***Semic***

Provinsi Aceh merupakan daerah yang berlandaskan dengan peraturan syariat Islam di dalamnya.

Iklan pariwisata Wonderful Indonesia edisi “*The Light of Aceh*” memuat pesan tentang kearifan lokal yang di dalamnya mengandung unsur nilai keagamaan. Pernyataan yang termuat di dalam iklan pada akhirnya menciptakan mitos yang mengarah pada nilai keagamaan itu sendiri. Adanya mitos bahwa provinsi Aceh merupakan daerah dengan aturan agama Islam yang menjadikan segala aktivitas manusia harus berlandaskan nafas Islam

yang kuat, salah satunya gaya berbusana muslim. Nyatanya, tidak semua orang terutama wanita yang tinggal di Aceh mengenakan busana muslim atau lebih tepatnya hijab. Wanita non-muslim diperbolehkan untuk tidak menggunakan hijab di ruang terbuka dan tidak sedikit Muslimah yang berani tidak mengenakan hijabnya ketika beraktivitas. Hal ini diperkuat dengan suatu penelitian yang berjudul “Kita Kan Beda!: Persamaan Remaja Perempuan Muslim dan Kristen di Langsa, Aceh” (Ansor, 2014a).

Penelitian tersebut menceritakan tentang pengalaman langsung peneliti terhadap pendisiplinan tubuh melalui penataan berbusana dengan adanya razia Wilayahul Hisbah atau Polisi Syariah dan Dinas Syariah Islam. Penggerebekan pakaian tidak hanya ditujukan untuk Muslimah saja, tetapi juga non-muslim karena beberapa gadis muda tertangkap dalam penyerangan di kota Langsa. Saat penggerebekan terjadi sebagian besar para gadis meyakinkan para petugas bahwa mereka merupakan kalangan non-muslim dengan menunjukkan kartu identitasnya. Namun, bagi yang tidak membawa kartu identitas harus rela menghentikan perjalanannya sejenak untuk menunggu pihak keluarga datang menjemput karena pakaiannya mereka dianggap tidak memenuhi standar peraturan syariat Islam di Aceh.

Kemudian, peneliti melanjutkan cerita pengalamannya dimana kalimat yang sering ia dengar dari remaja putri non-muslim di kota Langsa, diantaranya *kami berbeda dengan Muslimah* dan *kami non-muslim lho!* Kedua kalimat tersebut muncul sebagai reaksi atas penilaian subjektif mereka yang merasa diharuskan berpakaian yang sama seperti Muslimah. Penjelasan tersebut diperkuat dengan pernyataan Gubernur Aceh Zaini Abdullah yang secara terang-terangan menolak kewajiban berhijab bagi para non-muslim di Aceh, meskipun mereka tetap harus berpakaian sopan untuk taat dan patuh terhadap peraturan daerah tempat tinggal (Ansor, 2014).

Kontroversi aturan berbusana ini bersumber dari keistimewaan yang Pemerintah Pusat berikan kepada provinsi Aceh untuk diizinkan menerapkan regulasi syariat Islam melalui Undang Undang Nomor 18 Tahun 2001. Sehingga, keistimewaan tersebut memungkinkan pemerintah daerah untuk mengeluarkan peraturan daerah (Qanun) yang berisi pelaksanaan syariat Islam sebagai hukum positif dan hukum Islam yang akan diimplementasikan dalam kehidupan penduduknya. Pemerintah Aceh di tingkat provinsi telah mengeluarkan tujuh Qanun yang berkaitan dengan

penerapan syariat Islam, dimana Qanun ini lebih banyak membahas tentang persoalan pribadi individu dan hanya sedikit yang menyentuh problematika publik. Akibatnya, banyak pihak yang menganggap Qanun syariat Islam lebih condong kepada regulasi yang tidak terlalu signifikan. Hal yang membuat pertikaian ini semakin parah adalah banyaknya warga yang menjadi tersangka dalam penerapan Qanun itu sendiri (Shadiqin, 2010).

Penerapan syariat Islam di Aceh tidak luput dari komentar dan perhatian masyarakat luas, bahkan hingga persepsi mancanegara. Tentunya, sebagian besar masyarakat menganggap problematika yang terjadi di Aceh merupakan sebuah kebijakan yang bertentangan dengan nilai-nilai Hak Asasi Manusia dan demokrasi yang dijunjung tinggi oleh negara Indonesia.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah keinginan untuk menerapkan syariat Islam saja tidak cukup jika tidak memperhatikan berbagai aspek lainnya yang memiliki keterkaitan dan korelasi dengan pelaksanaan syariat Islam itu sendiri. Upaya menjaga kehidupan yang harmonis dan damai ini harus dilakukan dengan memperhatikan aspek yang lebih luas dan menyeluruh. Alhasil, berbagai kebijakan yang dikembangkan termasuk regulasi berbusana telah menimbulkan persoalan dan kontroversi di kalangan masyarakat. Kejadian ini sedikit banyaknya tentu akan memengaruhi kehidupan masyarakat di Aceh yang menimbulkan perubahan sosial.

Apa yang dikatakan narator pada adegan pertama iklan yaitu *A place that makes you feel restful in the midst of people who live in religious harmony*, mencerminkan ketenangan dan kedamaian diantara masyarakat hidup rukun beragama. Masyarakat seolah terbagi menjadi dua bagian; pro terhadap aturan yang ada dan kontra terhadap hukum setempat. Kemudian, secara sederhana dapat dilihat dari remaja putri yang berani tidak mengenakan hijab di ruang publik (Ansor, 2014).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa denotasi dalam iklan Wonderful Indonesia edisi "The Light of Aceh" meliputi gambar masjid, alam dan busana Muslim para *talents* dalam kehidupan sehari-hari, liburan dan pertunjukan adat tradisional.

Makna konotatif dalam iklan yaitu apa yang ditampilkan di dalam

iklan merupakan bagian dari kearifan lokal setempat yang telah ditumbuh kembangkan oleh para leluhur di masa lalu dan diwariskan kepada generasi penerus. Sehingga, apa yang telah diwariska tidak hilang begitu saja. Salah satu unsur kearifan lokal provinsi Aceh adalah peraturan syariat Islam dan salah satunya adalah regulasi berhijab bagi wanita yang telah menjadi identitas budaya masyarakat setempat.Regulasi ini tentu memberikan nilai kebaikan dan kesejahteraan bagi semua pihak.

Mitos yang terkandung di dalam iklan adalah masyarakat merasa tenang dan damai dalam harmonisasi agama.Sebab, nyatanya banyak orang yang secara diam-diam membuka hijabnya saat tidak ada razia dan menganggap hijab hanya sebagai “seragam” untuk acara tertentu dan menghindari razia.Semua elemen yang ditampilkan dalam iklan merupakan hasil konstruksi terhadap realitas yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansor, M. (2014a). "Kita Kan Bedal": Persamaan Remaja Perempuan Muslim dan Kristen di Langsa, Aceh. *Harmoni*, 13(2), 37–50.
- Ansor, M. (2014b). "Kita Kan Bedal: Persamaan Remaja Perempuan Muslim dan Kristen di Langsa, Aceh." *HARMONI*, 13(2), 2. <https://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/view/125/108>
- Ansor, M. (2014c). Kita Kan Bedal": Persamaan Remaja Perempuan Muslim dan Kristen di Langsa, Aceh. *HARMONI: JOURNAL MULTICULTURAL AND MULTIRELIGIOUS*, 13(2).
- Departemen Pendidikan Nasional. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA ACEH. (2016). *Branding Baru "The Light Of Aceh."* <https://disbudpar.acehprov.go.id/branding-baru-the-light-of-aceh/>.
- Juditha, C. (2015). Budaya Dalam Iklan : Analisis Semiotik Iklan So Nice Versi 'Slank Rame-Rame.' *Jurnal Walasuji*.
- Nasruddin. (2014). *Pengaruh Konflik GAM-RI Terhadap Kehidupan Beragama, Sosial dan Politik Rakyat Aceh (1976-2005)* [Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta]. <http://digilib.uin-suka.ac.id/11792/>
- Shadiqin, Ihsan, S. (2010). Islam dalam Masyarakat Kosmopolit: Relevankah Syariat Islam Aceh untuk Masyarakat Modern? *KONTEKSTUALITA: JURNAL PENELITIAN SOSIAL KEAGAMAAN*, 25(1).
- Sriwitari, Nyoman, N. & I. G. N. W. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. GRAHA ILMU.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi : Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (2nd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media. <http://www.mitrawacanamedia.com>

