

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Umum Gojek

1. Profil Gojek

Gojek memulai perjalanannya pada tahun 2010 dengan layanan pertama kami yaitu pemesanan ojek melalui *call-center*. Pada tahun 2015, Gojek berkembang pesat setelah meluncurkan sebuah aplikasi dengan tiga layanan, yaitu: GoRide, GoSend, dan GoMart. Sejak saat itu, laju Gojek semakin cepat dan terus beranjak hingga menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara.⁶⁰

Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim, warga negara Indonesia lulusan Master of Business Administration dari Harvard Business School. Ide mendirikan Gojek muncul dari pengalaman pribadi Nadiem Makarim menggunakan transportasi ojek hampir setiap hari ke tempat kerjanya untuk menembus kemacetan di Jakarta. Saat itu, Nadiem masih bekerja sebagai Co-Founder dan Managing Editor Zalora Indonesia dan Chief Innovation Officer Kartuku. Pada tanggal 13 Oktober 2010, Gojek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih mengandalkan *call center* untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pada pertengahan 2014, berkat

⁶⁰ Gojek.com, diakses pada 10 Desember 2020

popularitas Uber kala itu, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Pada 7 Januari 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan IOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan call center.⁶¹

Lewat aplikasi Gojek, pengguna bisa mengakses lebih dari 20 layanan mulai dari transportasi, pesan antar makanan, belanja, pengiriman barang, pembayaran, pijat, sampai bersih-bersih rumah dan kendaraan. Selain itu, Gojek juga memberikan dampak bagi ekonomi sosial di Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Riset oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Indonesia, tahun 2018, melibatkan 6.732 responden di 9 kota di Indonesia, Gojek memberikan dampak ekonomi bagi Indonesia dengan menyumbang sekitar Rp44,2 triliun bagi perekonomian Indonesia pada akhir 2018. Beberapa penghargaan yang pernah diraih oleh Gojek yaitu⁶²:

- 24th Nikkei Asia Prize, kategori *Economy and Business Innovation*.
- *50 Companies that Changed The World* versi Fortune 2017.
- Gojek dengan fiturnya, Gopay dinobatkan sebagai Perusahaan Teknologi Finansial Paling Proaktif dalam

⁶¹ Wikipedia.org/wiki/GOJEK, diakses pada 29 Mei 2019

⁶² Gojek.com, diakses pada 10 Desember 2020

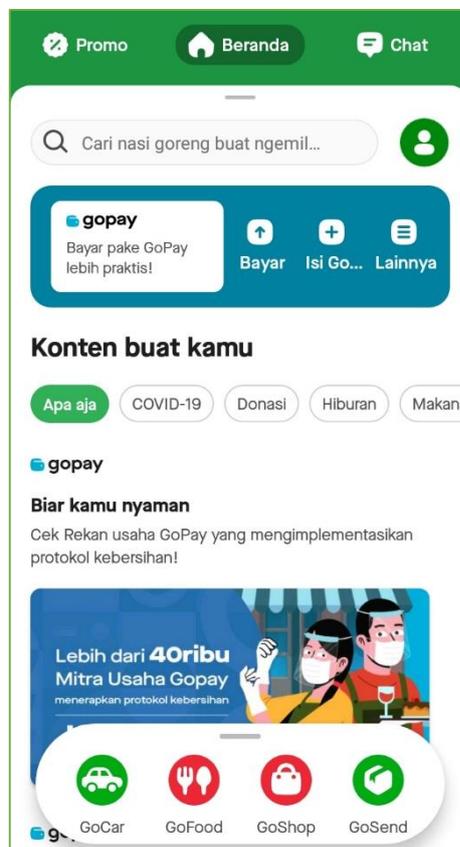
Mendukung Gerakan Nasional Non-Tunai tahun 2017 oleh Bank Indonesia.

- Rekor MURI-dunia sebagai jaringan pujasera usaha UMKM dengan lokasi terbanyak di Indonesia dan Dunia.

2. Fitur Aplikasi Gojek

Sebagai salah satu pelopor ojek daring yang ada di Indonesia, Gojek terus berkembang dan semakin melebarkan sayapnya hingga sekarang. Tidak hanya dalam bidang jasa transportasi, Gojek juga menawarkan fitur yang tidak kalah menarik yang dapat disesuaikan dengan keperluan para penggunanya.

Hingga sekarang, terhitung cukup banyak fitur yang dimiliki oleh perusahaan Gojek. Fitur-fitur tersebut yaitu Go-Ride, Go-Pay, Go-Send, Go-Car, Go-Food, Go-Box, Go-Pulsa, Go-Bills, Go-Shop, Go-Tix, Go-Deals, Go-Bluebird, Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, Go-Glam, Go-Daily, Go-Fix dan Go-Laundry. Para pengguna dapat menemukan berbagai fitur tersebut pada aplikasi yang sudah diinstal sebelumnya pada ponsel berbasis Android atau iOS.



Gambar 4.1

Tampilan halaman awal dari aplikasi Gojek

- a. GoRide yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan untuk memesan transportasi berupa sepeda motor

- b. GoCar yaitu fitur yang dapat digunakan untuk memesan layanan transportasi berupa mobil
- c. GoFood yaitu layanan pesan antar makanan secara *online*
- d. GoSend yaitu jasa pelayanan pengantaran barang atau dokumen
- e. GoMed yaitu fitur untuk penebusan resep atau pembelian obat-obatan secara *online* di apotek terpercaya dalam jaringan layanan aplikasi Halodoc
- f. GoMart yaitu layanan Gojek yang membantu penggunanya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari pada toko terdekat yang sudah bermitra dengan layanan Gojek.
- g. GoBluebird adalah fitur untuk pemesanan layanan taksi Blue Bird.
- h. GoBox adalah layanan pemesanan jasa pengangkutan barang dengan menggunakan mobil boks, pickup hingga truk.
- i. GoPulsa adalah fitur untuk pembelian pulsa dan paket data
- j. GoNearby merupakan fitur yang dapat digunakan untuk menghubungkan pengguna dengan gerai Go-Food yang menggunakan layanan Go-Pay
- k. GoTagihan adalah layanan untuk pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, BPJS dan berbagai tagihan lainnya secara daring dengan menggunakan sistem pembayaran via Gopay
- l. GoMassage merupakan fitur untuk memanggil jasa layanan pijat
- m. GoClean adalah layanan dari Gojek untuk memanggil jasa kebersihan baik itu untuk rumah, ruko, hingga apartemen

- n. GoFitness adalah bentuk kerjasama Gojek dengan Dogether, yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan untuk pemesanan tempat olahraga secara *online*
- o. GoShop merupakan fitur yang dapat digunakan untuk berbelanja keperluan secara *online*
- p. GoMall adalah sebuah fitur *e-commerce* dari gojek yang menyediakan berbagai produk, mulai dari kebutuhan pokok, gadget hingga fesyen dengan menggandeng dua layanan *e-commerce* yang cukup besar di Indonesia, yaitu JD.id dan Blibli
- q. GoTix sebuah fitur yang dapat digunakan untuk pembelian tiket secara *online*
- r. GoPlay yaitu sebuah fitur untuk menikmati layanan streaming atau download film dan serial TV terbaru dari Gojek melalui aplikasi GoPlay
- s. GoGames merupakan fitur khusus yang disediakan Gojek untuk melakukan pembelian berbagai item virtual dari game, serta menyajikan tip dan trik dalam bermain game
- t. GoNews adalah fitur dalam aplikasi yang menyajikan sejumlah berita terkini dalam lingkup area lokal maupun global
- u. GoGive merupakan fitur dari Gojek yang berkolaborasi dengan Kitabisa.com untuk melakukan donasi kepada mereka yang membutuhkan

- v. GoSure adalah fitur terbaru dari aplikasi Gojek yang menawarkan berbagai layanan asuransi mikro untuk melindungi pengguna dalam menjalankan aktivitas sehari-hari

B. Identifikasi Umum Iklan

1. Cari Kebaikan (2019)

Iklan ini berkisah tentang seseorang yang selalu merasa kesusahan ketika ingin berbuat kebaikan. Iklan ini menggunakan konsep naratif videografi, yang mana sepanjang iklan diisi oleh satu narasi diiringi dengan musik dan dengan adegan yang terus berjalan. Iklan ini juga disisipi unsur komedi sehingga cukup menggelitik.

Iklan dimulai dari *scene* pertama ketika seorang pria yang merupakan tokoh utama melihat ibunya yang sedang kelelahan membersihkan rumah ketika di bulan puasa. Karena merasa kasihan iapun membantunya dengan mendatangkan sebuah mobil kebersihan. Namun mobil tersebut malah menabrak pagar rumah dan membuat semuanya berantakan.

Kemudian adegan berlanjut dengan permasalahan yang berbeda. Si tokoh utama berniat ingin berbagi makanan untuk berbuka puasa kepada masyarakat di lingkungan sekitarnya. Namun solusi yang ia pilih malah memasak sendiri makanan untuk berbuka dengan menggunakan wajan berukuran raksasa agar dapat menampung makanan yang cukup untuk seluruh warga sehingga membuatnya kewalahan.

Iklan terus berlanjut, pada bagian selanjutnya sang tokoh utama dalam iklan berniat ingin membagikan bantuan kepada panti asuhan yang berjauhan setelah melihat sebuah artikel tentang panti asuhan yang memerlukan bantuan dari sebuah koran yang ia baca. Namun langkah yang ia ambil sama anehnya dengan sebelumnya, yakni dengan mengirimkan paket bantuan dengan menggunakan parasut yang diikatkan di atas paket paket yang ia kemas dan menjatuhkannya dari sebuah pesawat. Sehingga paket-paket tersebut bukan sampai ke tangan penerima namun malah jatuh di sebuah sungai.

Selanjutnya, ketika si tokoh utama berniat untuk mentransfer THR (Tunjangan Hari Raya), namun ternyata usahanya harus gagal karena panjangnya antrian dan seorang wanita paruh baya yang memonopoli mesin ATM untuk mengirim transfer ke sanak saudaranya. Wanita tersebut memegang sebuah buku kecil berisi penuh daftar orang yang akan menerima transfer darinya lengkap dengan nomor rekening mereka. Hal tersebut membuat para pengantri berdemo di luar ATM meski wanita tersebut menanggapi dengan cuek dan melanjutkan aktivitasnya.

Kemudian adegan selanjutnya menampilkan ayah dari si tokoh utama yang ingin ke pengajian dengan menggunakan sepeda motornya, namun ternyata ban sepeda motor ayahnya kempis sehingga si tokoh utama berinisiatif untuk menolong ayahnya agar bisa pergi ke pengajian. Tetapi ia malah membantu ayahnya dengan meniup ban

sepeda motor ayahnya dengan menggunakan selang, sehingga ban sepeda motor tersebut tak kunjung terisi anginnya dan perbuatannya menjadi sia-sia. Lalu di jelaskan dalam narasi pada iklan tersebut bahwa kebaikan itu tidak pernah salah, namun kebaikan dapat lebih mudah dilakukan dengan menggunakan aplikasi Gojek, berbarengan dengan munculnya narasi tersebut ditampilkan menu utama dari aplikasi Gojek dengan berbagai keberagaman fiturnya. Kemudian semua adegan yang berisi tentang usaha si tokoh utama untuk melakukan kebaikan diulang kembali namun dalam pelaksanaannya dengan menggunakan beragam fitur dari aplikasi Gojek. Pertama, untuk membantu ibu membersihkan rumah, si tokoh utama menggunakan fitur GoClean dengan mendatangkan seorang petugas untuk membersihkan rumah sehingga memudahkan pekerjaan ibunya. Kemudian si tokoh utama menggunakan fitur GoFood agar dapat memesan makanan untuk buka puasa bersama dengan masyarakat sekitar sehingga ia tak perlu lagi menggunakan wajan raksasa. Lalu untuk mengirim donasi kepada panti asuhan yang jaraknya cukup jauh, sang tokoh utama menggunakan fitur GoSend sehingga dapat memudahkannya dalam mengirim paket dan dapat sampai ke tangan penerima dengan aman dan selamat. Selanjutnya ia menggunakan fitur GoPay untuk mengirimkan THR kepada sanak saudaranya sehingga ia tidak perlu lagi mengantri untuk menggunakan mesin ATM. Terakhir ia memesan sebuah ojek dengan menggunakan fitur GoRide dari Gojek untuk mengantarkan

ayahnya ke pengajian. Pada bagian akhir iklan si tokoh utama di lempar-lemparkan oleh masyarakat dengan suka cita, kemudian pada lemparan yang terakhir tokoh utama tersebut melambung tinggi dan berubah menjadi logo Gojek.

Iklan ini cukup menarik karena berhasil mengkolaborasikan unsur komedi dan pesan dakwah sekaligus memperkenalkan berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi Gojek.

2. Hikayat Sang Musafir (2020)

Iklan yang menggunakan animasi bergaya komik *retro* ini memasukkan isu yang memang sedang menjadi trend ketika iklan tersebut ditayangkan, yaitu terkait dengan persebaran covid-19 yang memang tengah melanda hampir seluruh wilayah di berbagai belahan dunia. Iklan ini menghadirkan sesosok tokoh yang disebut dengan “Sang Musafir” yang mirip seperti pahlawan super untuk mengingatkan masyarakat agar terus berada di rumah dan menjaga jarak, namun tetap beribadah di rumah selama bulan Ramadhan.

Jalan cerita di mulai dengan ditampilkannya suasana perkampungan yang tenang, di mana warganya bersuka cita menyambut datangnya bulan Ramadhan dengan suasana yang khidmat. Namun salah satu dari mereka dikejutkan dengan sebuah siaran berita tentang covid-19 di mana semua orang dihimbau untuk tetap waspada dan menghindari keramaian.

Namun, tidak semua orang mengindahkan himbauan tersebut dan terlihat masih banyak dari mereka yang melakukan aktivitas di luar rumah di tengah keramaian tanpa menerapkan protokol kesehatan. Di tengah suasana tersebut, tiba-tiba muncul sosok pria yang turun dari langit dan menegur warga perkampungan tersebut untuk beribadah dari rumah.

Bukannya himbauan tersebut ditaati, para warga malah mengejarnya karena ingin bersalaman dengannya. Pria tersebut lalu panik dan lari menjauh dari kerumunan orang yang mengejarnya, hingga ia memanjat jauh ke atas sebuah *tower* listrik.

Ia kemudian berteriak mengingatkan warga yang mengerumuninya untuk tetap jaga jarak dan menggunakan masker. Warga yang kebingunganpun bertanya kepadanya bagaimana caranya beribadah sedangkan mereka dianjurkan untuk tetap berada di rumah. Pria yang dipanggil dengan sang musafir tersebut lalu menjelaskan bahwa ibadah bisa dilakukan di mana saja.

Ia lalu melompat kesana kemari, seakan-akan mengeluarkan jurus mematikan, hingga ia terduduk dan tidak mampu lagi melompat-lompat karena sakit *encok*. Kemudian pada sebuah bukit terukir kata “eBadah”.

Selanjutnya muncul seorang anak dari balik jendela rumahnya mempertanyakan penggunaan huruf “e” pada kata “eBadah” yang seharusnya menggunakan huruf “i” karena menurut anak tersebut kata yang benar adalah “ibadah”. Sang Musafir menyanggah dan

membenarkan penggunaan kata “eBadah” dengan memperjelas pelafalan dari kata tersebut.

Seorang wanita bertanya kepada Sang Musafir tentang apa itu eBadah. Sang Musafir lalu menjawab bahwa eBadah merupakan ibadah yang bisa dilakukan dari rumah dengan menggunakan aplikasi Gojek. Ia juga menjelaskan berbagai fitur yang bisa digunakan untuk menunjang pelaksanaan ibadah oleh warga, seperti berbagi sedekah untuk anak yatim dengan menggunakan fitur GoGive, atau jika mereka ingin berbagi hidangan untuk berbuka puasa ke kampung sebelah dapat menggunakan fitur Gofood. Sang Musafir juga menghimbau untuk menyisihkan sedikit rejeki untuk para driver yang sudah membantu mereka dalam pelaksanaan “eBadah”.

Pada bagian akhir sang Musafir mengatakan selalu ada jalan untuk beribadah di bulan Ramadhan meski dari rumah dan di tengah situasi pandemi virus corona dengan menggunakan aplikasi Gojek.

C. Narasi Iklan

1. Cari Kebaikan (2019)

Iklan ini menggunakan alur campuran, yaitu jalan cerita yang memadukan antara alur maju dan alur mundur. Alur cerita pada iklan ini dibuat melompat-lompat dan tidak berurutan sesuai dengan waktu kejadian. Pada iklan ini dialog dibuat sangat minim dan hanya diisi dengan narasi orang ketiga di luar cerita.

- Narasi: Banyak orang bilang berbuat baik itu susah.

- Pengen bantuin ibu yang kelelahan bersihin rumah di bulan puasa sewa mobil kebersihan, susah.
- Mau berbagi bukaan untuk warga sekitar, masak pakai wajan raksaasa, susah.
- Ingin bantu panti yang berjauhan, kirim pakai parasut, susah
- Pas mau transfer THR ke sanak saudara, nunggu antian lama, susah.
- Ayah mau ke pengajian bannya kempes, ditiup pakai selang, susah.
- Kebaikan memang tak pernah salah, namun bisa lebih mudah dengan aplikasi Gojek.
- Pak Ustad: Eits, untuk yang ini mohon adegan biasa saja, agar penonton mudah mencerna.
- Narasi: Bantu Ibu bersihin rumah pakai Go Clean, mudah.
- Pesan Go Food untuk buka bersama, mudah.
- Kirim sumbangan pakai Go Send, mudah.
- Kirim THR ke sanak saudara pakai Gopay, mudah.
- Pesan Go Ride untuk antar Ayah ke pengajian, mudah.
- Begitu banyak inspirasi kebaikan lainnya di aplikasi Gojek
- Pria: Gimana pak Ustaz apa adegannya sudah cukup informatif?
- Pak Ustaz: Ah, untuk ending bolehlah kasih lebay dikit
- Narasi: Mudah-mudahan membawa manfaat dan keberkahan, amin.

2. Hikayat Sang Musafir (2020)

Iklan ini menggunakan animasi bergaya komik *retro* dalam penggambaran tiap adegannya. Iklan ini juga menggunakan dubbing dengan suara yang unik sehingga menambah kesan komedi pada iklan tersebut. Berdasarkan jalan cerita, iklan ini menggunakan alur maju atau alur progresif, yaitu jalan cerita yang disajikan secara sistematis atau beraturan dari awal hingga akhir cerita.

- Narator: Iklan Gojek ini dibuat di rumah aja, sumpah beneran gak boong.
- Narator: Kisah ramadhan kali ini dibuka dengan suasana hikmat di bulan nan suci. Walau demikian Kadang cobaan datang tak diundang.
- Pembawa berita: Waspada virus corona dan hindari keramaian.
- Narator: Tapi kadang himbauan sulit untuk ditaati, sampai akhirnya dia datang.
- Sang Musafir: Berhenti, kalau mau beribadah, di rumah aja.
- Narator: Penduduk tak kuasa ingin bersalaman dengan sang musafir. Musafir panik, kabur semakin, jauh.
- Sang Musafir: Kalian harus jaga jarak dan pakai masker
- Penduduk: Lantas, gimana kita ibadahnya?
- Musafir: Ibadah bisa di mana aja.
- Narator: Kilat menyambar, Tanah berguncang, Satu per satu jurus maut menggetarkan bumi. Sampai, dia encok.

- Musafir: Saya nggak encok!
- Narator: dia encok.
- Lalu bukit terukir, “eBadah”
- Anak kecil: Salah itu pakai “e”
- Musafir: emang pake “e” tong.
- Anak: t-t-tapi..
- Musafir: bacanya, e-badah
- Ibu: a-a-apa iu eBadah?
- Musafir: Ibadah di rumah pakai Gojek.
- Mau ibadah sedekah, bisa dengan GoGive. Mau kirim bukaan ke kampung sebelah, bisa dengan Gofood. Jangan lupa sisihkan rejeki lebih untuk driver.
- Pasti ada jalan ibadah di rumah aja, pake Gojek.

D. Visualisasi dan Deskripsi Iklan

1. Cari Kebaikan (2019)

Narasi iklan Gojek versi Ramadhan dengan judul “Cari Kebaikan” yang di tayangkan pada tahun 2019 menceritakan tentang bagaimana seseorang selalu merasa sesuatu menjadi lebih sulit ketika hendak berbuat kebaikan. Si tokoh utama sangat ingin berbuat kebaikan namun selalu mempersulit dirinya dengan melakukan berbagai hal yang tidak perlu. Kemudian semua kesulitan yang tokoh utama alami ketika ingin melakukan memiliki solusi berupa penggunaan berbagai fitur aplikasi

Gojek yang dapat mempermudah segala kebaikan yang ingin dilakukannya. Dengan demikian, si tokoh utama dapat melakukan lebih banyak hal baik di bulan Ramadhan, sesuai dengan judul iklan yaitu cari kebaikan.

TABEL 4.1 VISUALISASI DAN DESKRIPSI IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

SCENE	STORY BOARD	VISUALISASI SKRIP	DIALOG
Shot 1		Bagian awal iklan dibuka dengan sebuah tulisan seperti sebuah parodi kutipan kata-kata mutiara yang isinya “ <i>Barangsiapa yang skip iklan ini, niscaya dia tidak dapat melihat iklan ini secara utuh.</i> ” Dengan latar belakang matahari terbenam dan dengan <i>background</i> berupa instrumen lagu berjudul Bila Waktu Telah Berakhir dari Opik.	-
Shot 2		Menampilkan logo utama dari Gojek	Narator : “ <i>banyak orang bilang berbuat baik itu susah</i> ”
Shot 3		Memperlihatkan ibu dari pria yang merupakan karakter utama dalam iklan ini, terlihat sedang kelelahan membersihkan rumah.	-

Shot 4		Pria yang karakter utama tersebut mengeluarkan ekspresi sedih yang terlihat dibuat-buat seraya melepas kacamatanya.	Narator : “ <i>Bersihkan rumah</i> ”
Shot 5		Sang ibu yang sedang membersihkan rumah terkejut melihat mobil kebersihan yang tiba-tiba datang.	Narator : “ <i>di bulan puasa, sewa mobil kebersihan,</i> ”
Shot 6		Sebuah mobil kebersihan datang tiba-tiba, dengan tokoh utama yang berdiri di depan bumper mobil. Mobil tersebut menabrak pagar rumah hingga roboh, kemudian dua ekor ayam terlihat terbang karena terkejut, dan salah satunya mendarat di wajah si tokoh utama. Pada bagian bawah iklan dituliskan <i>*Adegan berbahaya, jangan ditiru. *Tak ada hewan yang terluka dalam pembuatan iklan ini.</i>	Narator : “ <i>Susah.</i> ”
Shot 7		Terlihat banyak warga sekitar yang menyodorkan piring meminta makanan untuk berbuka puasa. Si pemeran utama menepuk jidatnya karena kebingungan.	Narator: “ <i>Mau berbagi bukaan untuk warga sekitar,</i> ”
Shot 8		Si pemeran utama memasak sendiri makanan untuk buka puasa warga sekitar yang tengah menunggu	Narator: “ <i>Masak pakai wajan raksasa,</i> ”

		seraya menyodorkan piringnya.	
Shot 9		Pengambilan gambar dari atas agar dapat memperlihatkan bentuk wajan raksasa secara keseluruhan.	Narator: “ <i>Susah.</i> ”
Shot 10		Pria tersebut tengah membaca koran, dalam adegan tersebut ditampilkan isi koran yang merupakan berita tentang sebuah panti asuhan yang tengah memerlukan bantuan.	Narator: “ <i>Ingin bantu panti yang berjauhan,</i> ”
Shot 11		Sebuah pesawat terlihat terbang melintasi angkasa sambil menjatuhkan banyak paket yang dilengkapi dengan parasut.	Narator: “ <i>Kirim pakai parasut</i> ”
Shot 12		Paket-paket yang dijatuhkan dari atas mendarat di tengah sungai sehingga rusak dan basah	Narator: “ <i>Susah</i> ”
Shot 13		Menampilkan seorang wanita paruh baya yang tengah berada di depan mesin ATM dengan memegang sebuah catatan bertuliskan “Daftar Transfer.” Pada adegan ini, kamera difokuskan pada catatan yang dipegang wanita tersebut.	Narator: “ <i>Pas mau transfer THR ke sanak saudara,</i> ”
Shot 14		Terlihat si karakter utama dan bersama para pengantri giliran lainnya seperti berdemonstrasi agar wanita tersebut cepat menyelesaikan	Narator: “ <i>Nunggu antrin lama,</i> ”

		kegiatannya di mesin ATM, dengan membawa tulisan berupa “ATM bukan milik pribadi”, “Kami juga butuh transfer”, Tolak Ngadem di ATM.”	
Shot 15		Wanita paruh baya tersebut terlihat tidak peduli dengan para pendemo dan tetap melanjutkan kegiatan transfer THR nya	Narator: “ <i>Susah.</i> ”
Shot 16		Si pria pemeran utama membantu ayahnya yg mau pergi ke pengajian sedangkan ban sepeda motornya kempes. Namun si pemeran utama malah mengisi ban tersebut dengan cara meniupnya dengan menggunakan selang.	Narasi: “ <i>Ayah mau ke pengajian, bannya kempes, ditiup pakai selang, susah.</i> ”
Shot 17		Si tokoh utama tergeletak di tanah karena kelelahan memompa ban dengan meniupnya menggunakan selang.	Narasi: “ <i>Kebaikan memang tidak pernah salah</i> ”
Shot 18		Sang pria mengambil ponselnya yang bersinar dan menampilkan interface aplikasi gojek pada layarnya.	Narasi: “ <i>Tapi bisa lebih mudah</i> ”
Shot 19		Menampilkan interface gojek dengan tangan-tangan yang menunjuk beragam fitur yang tersedia pada aplikasi tersebut.	Narasi: “ <i>Dengan aplikasi Gojek.</i> ”

Shot 20		Petugas goclean membersihkan rumah ibu si pemeran utama namun dengan adegan yang didramatisir, seperti melompat-lompat dan salto ketika menyapu.	-
Shot 21		Muncul sosok pak Ustadz datang dari mana yang menyarankan si petugas go clean untuk tidak melakukan adegan yang didramatisir agar penonton mudah memahami isi pesan yang ingin disampaikan.	Pak Ustadz: <i>“Eit untuk yang imi tolong adegannya biasa saja agar penonton mudah mencerna.”</i>
Shot 22		Adegan menjadi diputar balik atau <i>rewind</i> namun dengan menampilkan petugas go clean yang hanya membersihkan rumah tanpa adanya adegan yang lebih dramatis.	Narasi: <i>“Bantu ibu bersihin rumah pakai Goclean, mudah”</i>
Shot 23		Para <i>driver</i> gojek membagikan makanan yang dipesan dengan menggunakan fitur gofood kepada masyarakat yang akan melaksanakan buka puasa bersama.	Narasi: <i>“Pesen Gofood untuk buka bersama, mudah.”</i>
Shot 24		<i>Driver</i> gojek memberikan sebuah kotak berupa donasi yang dikirimkan oleh seseorang dengan menggunakan fitur gosend kepada pengurus panti asuhan.	Narasi: <i>“Kirim sumbangan pakai Gosend, mudah.”</i>

Shot 25		Menampilkan secara <i>close-up</i> sebuah pesan notifikasi bahwa bertambahnya saldo gopay yang dikirim oleh seseorang yang bernama Ijong sebesar Rp. 500.000,00 dengan menggunakan fitur gopay.	Narasi: “ <i>Kirim THR</i> ”
Shot 26		Seluruh anggota keluarga terlihat bahagia ketika mendapatkan THR (Tunjangan Hari Raya) berupa saldo Gopay.	Narasi: “ <i>Ke sanak saudara pakai Gopay, mudah</i> ”
Shot 27		<i>Driver Gojek</i> Mengantarkan ayah si pemeran utama ke pengajian.	Narasi: “ <i>Pesan Goride untuk antar ayah ke pengajian, mudah</i> ”
Shot 28		Memperlihatkan sebuah ponsel yang tengah berada pada halaman awal aplikasi Gojek. Pada halaman tersebut ditampilkan sebuah fitur dari aplikasi terkait dengan inspirasi kebaikan yang berisi beragam daftar kebaikan yang bisa dilakukan dengan memanfaatkan fitur dari aplikasi Gojek.	Narasi: “ <i>Begitu banyak inspirasi kebaikan lainnya di aplikasi Gojek.</i> ”
Shot 29		Pria yang merupakan karakter utama tersebut tengah bercakap-cakap dengan pak Ustaz terkait dengan adegan-adegan sebelumnya pada iklan tersebut.	Pria: “ <i>Gimana pak Ustaz apakah adegannya sudah cukup informatif?</i> ” Pak Ustaz: “ <i>Untuk ending bolehlah kasih lebay dikit.</i> ”

Shot 30		Pria tersebut dilemparkan ke atas oleh masyarakat.	Narasi: “ <i>Mudah-mudahan membawa manfaat dan keberkahan</i> ”
Shot 31		Pria tersebut dilempar sangat tinggi hingga mencapai langit dan dibentuk menjadi animasi berupa logo Gojek.	Narasi: “ <i>Amin</i> ”

2. eBadah Ramadhan di Rumah Aja Pake Gojek (2020)

Narasi iklan Ramadhan Gojek pada Ramadan tahun 2020 kali ini bertepatan dengan kondisi dunia yang tengah di landa pandemi virus covid-19 yang mengharuskan seluruh umat muslim seluruh dunia yang terkena dampak virus tersebut beribadah dari rumah. Dengan menggunakan konsep animasi bergaya komik *retro*, pada iklan ini Gojek menghadirkan sesosok tokoh seperti pahlawan super yang di kenal dengan sebutan Sang Musafir yang mengingatkan masyarakat untuk melaksanakan segala bentuk ibadah dari rumah dengan memperkenalkan “eBadah”, yaitu ibadah secara elektronik.

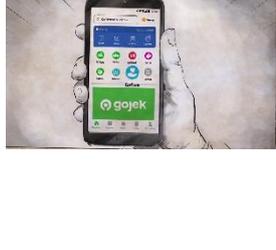
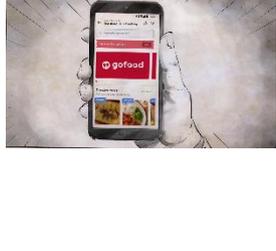
TABEL 4.2 VISUALISASI DAN DESKRIPSI IKLAN GOJEK HIKAYAT SANG MUSAFIR (2020)

SCENE	STORYBOARD	VISUALISASI SKRIP	DIALOG
Shot 1		Iklan diawali dengan sebuah tulisan dan narasi yang seirama, yaitu “Iklan Gojek ini dibuat di rumah aja, sumpah beneran	Narator : <i>“Iklan Gojek ini dibuat di rumah aja, sumpah beneran gak boong”</i>
Shot 2		Memperlihatkan gambar yang dibuat seperti pembuka sebuah film kartun bertajuk “Hikayat Sang Musafir”	-
Shot 3		Shot ini menampilkan suasana sebuah perkampungan yang tenang dan damai.	Narator: <i>“Kisah ramadhan kali ini dibuka dengan suasana hikmat..”</i>
Shot 4		Memperlihatkan sebuah keluarga kecil sedang memegang berbagai hidangan yang mereka siapkan untuk menyambut ibadah puasa.	Narator: <i>“Di bulan nan suci. Walau demikian..”</i>
Shot 5		Seorang wanita yang merupakan seorang ibu pada gambar selanjutnya menunjukkan ekspresi terkejut ketika melihat sebuah siaran berita	Narator: <i>“Kadang cobaan datang tak diundang”</i>
Shot 6		Seorang pembawa berita dari layar televisi memperingatkan masyarakat untuk waspada terhadap penyebaran covid-19 dan menghimbau	Pembawa berita: <i>“Waspada virus corona dan hindari keramaian.”</i>

		untuk menghindari keramaian.	
Shot 7		Pada <i>scene</i> ini terlihat warga perkampungan tersebut mengindahkan peringatan dan tetap beraktivitas seperti biasa di luar rumah.	Narator: <i>“Tapi kadang himbauan sulit untuk ditaati, sampai akhirnya dia datang.”</i>
Shot 8		Tiba-tiba muncul sosok pria yang turun dari langit dengan memakai peci, baju koko dan sarung ditambah dengan sebilah tongkat yang ia pegang dan selendang yang melingkar di wajahnya, menutupi hidung dan mulutnya.	Sang Musafir: <i>“Berhenti, kalau mau beribadah, di rumah aja.”</i>
Shot 9		Sang Musafir tiba-tiba dikerumuni oleh warga yang ingin bersalaman dengannya.	Narator: <i>“Penduduk tak kuasa ingin bersalaman dengan sang musafir”</i>
Shot 10		Sang musafir terlihat berlari dengan sangat kencang untuk menghindari kejaran warga.	Narator: <i>“musafir panik”</i>
Shot 11		Sang musafir akhirnya naik ke sebuah <i>tower</i> listrik untuk menghindari kerumunan.	Narator: <i>“Kabur semakin, jauh”</i>
Shot 12		Musafir terlihat mencoba menenangkan warga dan memperingatkan mereka untuk menjaga jarak dan menggunakan masker.	Sang Musafir: <i>“Kalian harus jaga jarak dan pakai masker”</i>

Shot 13		Warga kemudian menggunakan masker, mereka juga bertanya kepada sang musafir bagaimana cara mereka beribadah kalau banyak sekali batasan yang harus mereka taati.	Penduduk: <i>“Lantas, gimana kita ibadahnya?”</i>
Shot 14		Gambar memperlihatkan visual dari sang musafir yang tengah memegang sebuah tongkat yang digambarkan mengeluarkan percikan cahaya kilat.	Musafir: <i>“Ibadah bisa di mana aja”</i>
Shot 15		Musafir lalu melompat seakan-akan mau mengeluarkan sebuah jurus rahasia.	Narator: <i>“Kilat menyambar”</i>
Shot 16		Musafir seakan-akan mengayunkan tongkatnya untuk memukul sesuatu.	Narator: <i>“Tanah berguncang”</i>
Shot 17		Visual pada gambar memperlihatkan sang musafir yang seakan-akan bergerak dengan cepat dan memukulkan tongkatnya ke sana kemari.	Narator: <i>“Satu per satu jurus maut menggetarkan bumi”</i>
Shot 18		Setelah melompat ke sana kemari, sang Musafir mendarat dengan pose duduk sementara satu kakinya berada di depan.	Narator: <i>“Sampai, dia encok”</i> Musafir: <i>“Saya nggak encok!”</i> Narator: <i>“dia encok.”</i>

Shot 19		Memperlihatkan sebuah lereng bukit yang di atasnya diukir tulisan eBadah oleh sang Musafir.	Narator: “ <i>Lalu bukit terukir, eBadah</i> ”
Shot 20		Seorang anak kecil muncul dari jendela dan mempertanyakan huruf “e” yang ada pada tulisan tersebut kepada sang musafir.	Anak: “ <i>salah itu pakai “e”</i> ”
Shot 21		Sang musafir membenarkan keberadaan huruf e pada tulisan tersebut.	Musafir: “ <i>emang pake “e” tong</i> ”
Shot 22		Sang anak dengan teragak-gagap ingin menyanggah perkataan sang musafir namun tidak sempat karena dipotong oleh sang musafir.	Anak: “ <i>t-t-tapi..</i> ”
Shot 23		Sang musafir menjelaskan cara membaca tulisan tersebut.	Musafir: “ <i>bacanya, e-badah</i> ”
Shot 24		Seorang wanita yang tengah berdiri di depan jendela bersama keluarganya bertanya kepada sang musafir tentang eBadah.	Ibu: “ <i>a-a-apa iu eBadah?</i> ”
Shot 25		Tangan sang Musafir di-close up dan terlihat ia sedang memegang sebuah ponsel seraya menunjukkan tampilan <i>interface</i> aplikasi Gojek yang berada di layar ponselnya.	Musafir: “ <i>Ibadah di rumah pakai Gojek</i> ”

Shot 26		Gambar memperlihatkan sebuah panti asuhan yang bernama “Panti Asuhan Baroqah”	Musafir: “ <i>Mau ibadah sedekah</i> ”
Shot 27		Masih meng- <i>close up</i> tangannya, sang musafir memperlihatkan salah satu fitur Gojek, yaitu GoGive yang logonya sedikit membesar.	Musafir: “ <i>bisa dengan GoGive</i> ”
Shot 28		Gambar memperlihatkan petugas Gofood yang mengangkut banyak plastik berisikan makanan dari sebuah rumah makan	Musafir: “ <i>Mau kirim bukaan</i> ”
Shot 29		Menampilkan gambar yang terlihat seperti peta rute yang harus dituju oleh <i>driver</i> untuk dapat sampai ke kampung sebelah.	Musafir: “ <i>ke kampung sebelah, bisa dengan..</i> ”
Shot 30		Pada bagian ini layar ponsel sang musafir kembali di <i>close-up</i> dengan menampilkan <i>interface</i> dari salah satu fitur layanan Gojek, yaitu Gofood.	Musafir: “ <i>Gofood</i> ”
Shot 31		Sang musafir dengan memegang ponselnya yang bercahaya mengingatkan untuk menyisihkan uang untuk memberikan uang tips kepada <i>driver</i>	Musafir: “ <i>Jangan lupa sisihkan rejeki lebih..</i> ”
Shot 32		Layar ponsel sang musafir kembali diclose-up dengan memperlihatkan tampilan feedback dan pemberian uang tips	Musafir: “ <i>untuk driver</i> ”

		bagi driver, dengan meng <i>highlight</i> nominal Rp. 100.000	
Shot 33		Sang Musafir ikut berkendara dengan para <i>driver</i> Gojek dengan memijakkan kakinya di atas motor dudu <i>driver</i> Gojek dan berpose <i>split</i> .	Musafir: “ <i>Pasti ada jalan ibadah di rumah aja, pake Gojek.</i> ”
Shot 34		Bagian akhir iklan menampilkan logo Gojek dengan slogan pada iklan kali ini, yaitu “ <i>pasti ada jalan</i> ” dengan memasukkan himbauan untuk melindungi keluarga dengan tetap berada di rumah.	Musafir: “ <i>tung tuururung tung tung tung tung</i> ”

E. Analisis Iklan dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes

1. Cari Kebaikan (2019)

Pada iklan ini, pihak pengiklan secara keseluruhan menggunakan mitos terkait dengan kebaikan terkait dengan berbuat kebaikan selama bulan Ramadhan yang diyakini oleh masyarakat akan mendatangkan pahala yang berlipat ganda. Dengan menyisipkan nilai-nilai terkait dengan kebaikan tersebut, pengiklan dalam iklannya memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa kebaikan di bulan Ramadhan dapat lebih mudah dilakukan dengan menggunakan beragam fitur yang dimiliki oleh aplikasi Gojek.

a. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada *Scene 2*

1) Menjaga Kebersihan

TABEL 4.3 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 2*
IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.09-00.00.10  (Tidak ada narasi/dialog)	Tokoh utama pada adegan ini terlihat mengeluarkan ekspresi meringis karena melihat ibunya yang sedang menyapu rumah dan terlihat kelelahan sambil menyeka keringat di wajahnya. Sehingga si tokoh utama berinisiatif untuk menyewa mobil kebersihan untuk membantu ibunya.	<i>Long Shot (LS)</i>
00.00.11-00.00.13  Narator: Pengen bantuin ibu yang kelelahan ..		<i>Medium Close Up (MCU)</i>
00.00.14-00.00.16  Narator: bersihin rumah di bulan puasa,sewa mobil kebersihan..		<i>Long Shot (LS)</i>
00.00.17-00.00.20  Narator: susah.		<i>Long Shot (LS)</i>
Denotasi	Si tokoh utama merasa kasihan melihat ibunya terlihat kelelahan membersihkan rumah di saat bulan Ramadhan.	

	<p>Kemudian ia berinisiatif membantu ibunya untuk membersihkan rumah dengan cara memanggil mobil kebersihan. Pada adegan selanjutnya si tokoh utama datang dengan menaiki mobil kebersihan yang pada akhirnya malah menabrak pagar rumahnya.</p>
Konotasi	<p>Adegan ini menunjukkan bahwa ibu dari pria yang merupakan tokoh utama tersebut merasa perlu menjaga kebersihan rumah, terutama saat bulan Ramadhan. Karena menjaga kebersihan merupakan suatu hal yang dianjurkan dalam Islam. Allah SWT sangat menyukai kebersihan, bahkan disebutkan dalam sebuah hadits bahwa kebersihan merupakan separuh dari keimanan, sebagaimana hadits nabi SAW:</p> <p>عَنْ أَبِي مَالِكٍ الْحَارِثِ بْنِ عَاصِمٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الطُّهُورُ شَطْرُ الْإِيمَانِ (رواه مسلم)</p> <p>“Dari Abi Malik Al-harits bin ‘Ashim Al-Asy’ari RA Berkata: Telah bersabda Rasulullah SAW: Kebersihan separuh dari keimanan.”⁶³</p>
Mitos	<p>Dalam agama Islam menjaga kebersihan adalah sesuatu yang sangat dianjurkan. Karena selain untuk beribadah menjaga kebersihan juga memberikan dampak baik dari sisi kesehatan dan terhindar dari berbagai penyakit. Selain itu, lingkungan yang bersih juga berpengaruh terhadap kesehatan mental. Sebagaimana dilansir dari situs halaman The United Nations Environment Programme, lingkungan yang baik dan sehat memiliki manfaat besar bagi kesehatan mental seseorang. Udara yang bersih, air yang bersih, serta ruang hijau dan sanitasi dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang yang tentunya dapat membuat seseorang terhindar dari ketidaksehatan mental.⁶⁴</p>

Komodifikasi pesan dakwah pada *scene* 2 tersebut memberikan pemahaman kepada penonton iklan bahwa menjaga kebersihan itu merupakan sesuatu hal yang dianjurkan dalam

⁶³ Imam An-Nawawi, *Matan Hadits Arba'in An-Nawawi*, (Solo: Insan Kamil, 2013), h. 15

⁶⁴ *Pentingnya Menjaga Lingkungan Untuk Kesehatan*, www.halodoc.com/artikel/pentingnya-menjaga-lingkungan-untuk-kesehatan, diakses pada 10 Oktober 2020

agama Islam. Penempatan adegan tentang menjaga kebersihan adalah sebuah sistem mitis, dengan pesan yang ditampilkan pada sebuah iklan bertemakan Islami, adegan tersebut mengandung konotasi bahwa dengan hadirnya salah satu fitur Gojek yang bernama Goclean di tengah masyarakat, dapat memudahkan masyarakat yang merasa kerepotan untuk menjalankan anjuran tersebut, seperti digambarkan lewat sang anak yang sampai memanggil mobil kebersihan untuk memenuhi anjuran menjaga kebersihan tersebut serta narasi yang ditampilkan di waktu bersamaan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah berupa akhlak terhadap diri sendiri tersebut dikomodifikasikan sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian dan minat audiens sehingga menjadi suatu komoditas untuk mendapat keuntungan.

2) Membantu Orang Tua

TABEL 4.4 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 2* IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.09-00.00.10 	Tokoh utama pada adegan ini terlihat mengeluarkan ekspresi meringis karena melihat ibunya yang sedang menyapu rumah dan terlihat kelelahan sambil menyeka keringat di wajahnya. Sehingga si tokoh utama berinisiatif menyewa	<i>Long Shot (LS)</i>

<p>(Tidak ada narasi/dialog)</p> <p>00.00.11-00.00.13</p>  <p>Narator: Pengen bantuin ibu yang kelelahan ..</p> <p>00.00.14-00.00.16</p>  <p>Narator: bersihin rumah di bulan puasa,sewa mobil kebersihan..</p> <p>00.00.17-00.00.20</p>  <p>Narator: susah.</p>	<p>mobil kebersihan untuk membantu ibunya.</p>	<p><i>Medium Close Up (MCU)</i></p> <p><i>Long Shot (LS)</i></p> <p><i>Long Shot (LS)</i></p>
<p>Denotasi</p>	<p>Si tokoh utama merasa kasihan melihat ibunya terlihat kelelahan membersihkan rumah di saat bulan Ramadhan. Kemudian ia berinisiatif membantu ibunya untuk membersihkan rumah dengan cara memanggil mobil kebersihan. Pada adegan selanjutnya si tokoh utama datang dengan menaiki mobil kebersihan yang pada akhirnya malah menabrak pagar rumahnya.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Dalam adegan tersebut, si Tokoh utama merasa kasihan melihat ibunya sendirian membersihkan rumah di bulan Ramadhan seraya menyeka keringat yang adai di wajahnya karena kelelahan. Kemudian sang anak yang</p>	

	<p>merupakan tokoh utama dari iklan tersebut membantu ibunya untuk membersihkan rumah walaupun dengan cara yang kurang tepat.</p> <p>Dalam agama Islam sendiri diperintahkan berbuat baik kepada orang tua, cukup banyak dalil-dalil baik berupa ayat Al-Qur'an maupun hadits Nabi SAW terkait hal tersebut, salah satunya dalam Q.S. al-Ankabut /29:8.</p> <p>وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حُسْنًا وَإِنْ جَاهَدَاكَ لِتُشْرِكَ بِي مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ فَلَا تُطِعْهُمَا إِلَيَّ مَرْجِعُكُمْ فَأُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ</p> <p>“Kami telah mewasiatkan (kepada) manusia agar (berbuat) kebajikan kepada dua orang tuanya. Jika keduanya memaksamu untuk mempersekutukan-Ku dengan sesuatu yang engkau tidak mempunyai ilmu tentang itu, janganlah engkau patuhi keduanya. Hanya kepada-Ku kamu kembali, lalu Aku beritahukan kepadamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”⁶⁵</p>
Mitos	<p>Penempatan adegan si tokoh utama yang membantu orang tuanya ini mengisyaratkan bahwa berbuat kebaikan dapat dimulai dengan membantu orang-orang disekitar kita, terutama Ibu yang merupakan orang tua kita.</p>

Komodifikasi pesan dakwah tentang membantu orang tua tersebut memberikan pemahaman kepada audiens bahwa membantu orang tua merupakan hal yang mulia dan diperintahkan dalam agama Islam. Sang tokoh utama digambarkan sebagai anak yang berbakti kepada orang tuanya, karena ia berniat untuk membantu orang tuanya yang sedang kelelahan meski dengan cara yang kurang tepat. Gojek dengan salah satu fiturnya yaitu Goclean digambarkan sebagai sebuah sarana yang dapat digunakan untuk mendukung orang untuk

⁶⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) Hal. 572

berbakti kepada orang tua, yaitu dengan cara memanggil petugas Go-Clean untuk membantu ibu membersihkan rumah.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah berupa akhlak tersebut dikomodifikasikan sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian dan minat audiens sehingga menjadi suatu komoditas untuk mendapat keuntungan.

b. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada *Scene 3*

1) Berbagi Hidangan Untuk Berbuka Puasa

TABEL 4.5 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 3*
IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.21-00.00.23  Narator: Mau berbagi bukaan untuk warga sekitar	Tokoh utama pada adegan ini terlihat ingin berbagi hidangan untuk berbuka puasa, namun kemudian ia bertepuk jidat karena melihat jumlah warga yang menunggu hidangan dan ia tidak tahu bagaimana cara menyajikan makanan dalam jumlah yang banyak. Pada adegan selanjutnya ia dengan menggunakan wajan raksasa untuk memasak dalam jumlah yang besar sendirian.	<i>Objective Camera Angle.</i>
00.00.23-00.00.24  Narator: masak pakai wajan raksasa..		<i>Long Shot (LS)</i>

<p>00.00.25-00.00.26</p>  <p>Narator: susah.</p>		<p><i>Very Long Shot</i></p>
<p>Denotasi</p>	<p>Si tokoh utama ingin berbagi makanan untuk berbuka puasa untuk masyarakat sekitar namun bingung bagaimana ia harus menyediakan makanan sebanyak itu, sehingga ia memutuskan untuk memasak sendiri dengan menggunakan wajan raksasa.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Berbagi makanan kepada orang-orang untuk berbuka puasa adalah suatu anjuran dalam Islam yang memiliki ganjaran sangat besar, sebagaimana sebuah hadits: Dari Zaid bin Khalid Al-Juhani <i>radhiyallahu ‘anhu</i> ia berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda: مَنْ فَطَّرَ صَائِمًا كَانَا لَهُ مِمَّنْ أُجْرُهُ غَيْرَ أَنَّهُ لَا يَنْقُصُ مِنْ أَجْرِ الصَّائِمِ شَيْئًا “Siapa yang memberi makan orang yang berpuasa, maka baginya pahala seperti orang yang berpuasa tersebut tanpa mengurangi pahala orang yang berpuasa itu sedikitpun juga” (HR. Tirmidzi no. 807, Ibnu Majah no. 1746, dan Ahmad 5:192).⁶⁶</p>	
<p>Mitos</p>	<p>Sangat banyak orang yang membutuhkan di sekitar kita, seperti orang fakir dan miskin yang mereka tidak mampu untuk sekedar membeli hidangan yang lebih pantas sebagai menu berbuka puasa mereka. Sehingga memberikan hidangan untuk berbuka puasa dapat membantu golongan-golongan tersebut untuk memenuhi kualitas hidupnya di bulan ramadhan.</p>	

Menggunakan pesan dakwah berupa ibadah, pihak pengiklan mengemas adegan tersebut sedemikian rupa sehingga dapat memberikan pemahaman kepada para *audiensnya*, memberi hidangan untuk berbuka puasa bagi orang yang berpuasa

⁶⁶ Muhammad Abduh Tuasikal, *Bersedekah Saat Ramadhan dan Masa Sulit Pandemi Corona*, <http://rumaysho.com/24122-bersedekah-saat-ramadhan-dan-masa0sulit-pandemi-corona.html>, diakses pada 10 Oktober 2020

merupakan suatu kebaikan yang memiliki nilai yang sangat besar di sisi Allah SWT. Namun bagi kebanyakan orang sangat sulit untuk menyediakan hidangan terutama dalam jumlah besar, sehingga hadirnya fitur Go Food dari Gojek dapat memberikan kemudahan bagi mereka yang ingin memberikan hidangan untuk orang berbuka puasa karena dengan fitur tersebut, penggunaanya dapat memilih hidangan apa yang akan dibelinya dan berapa besar jumlahnya dengan mudah.

2) Saling Membantu

TABEL 4.6 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 3* IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.21-00.00.23  Narator: Mau berbagi bukaan untuk warga sekitar	Si tokoh utama mengaduk makanan pada wajan raksasa sendirian dengan sebuah pengayuh besar, sedangkan yang lainnya menatapnya sambil masing-masing menyodorkan piring kosong dan membuat suasana gaduh.	<i>Objective Camera Angle</i>
00.00.23-00.00.24  Narator: masak pakai wajan raksasa..		<i>Long Shot (LS)</i>
00.00.25-00.00.26 		<i>Very Long Shot</i>

Narator: susah.		
Denotasi	Ketika si tokoh utama memasak sendirian hidangan untuk berbuka puasa menggunakan wajan raksaasa dan berusaha keras untuk mengaduk masakan tersebut dengan pengayuh besar, warga sekitar hanya berdiri dengan masing-masing memegang sebuah piring kosong dan menciptakan suasana gaduh karena menunggu hidangan tersebut siap.	
Konotasi	<p>Konsep yang ingin di sampaikan dalam iklan ini yaitu sebuah pesan dakwah terkait dengan tolong menolong sesama manusia. Yang mana sebagai makhluk sosial, manusia diperintahkan untuk saling menolong sesamanya terutama dalam hal kebaikan, yang mana pada cuplikan adegan tersebut masyarakat tidak terlihat menolong si tokoh utama yang tengah bersusah payah memasak makanan untuk berbuka puasa banyak orang dan hanya berdiri menyodorkan piring sambil membubut suara gaduh. Terkait hal ini Allah SWT sudah menegaskannya sebagaimana dalam Q.S. al-Ma'idah/5:2</p> <p>... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ</p> <p><i>"Dan tolong-menolonglah kamu dalam(mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksa-Nya"</i>⁶⁷</p>	
Mitos	Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki sifat saling membutuhkan dan memiliki ketergantungan antara satu dengan yang lainnya, sehingga diperlukannya sifat saling tolong menolong sesama manusia. Secara sederhana, saling tolong menolong memiliki manfaat yaitu dapat meringankan pekerjaan yang berat dan mempersingkat waktu pengerjaannya, serta mempererat rasa persaudaraan antara sesama.	

⁶⁷ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 143

Dengan mengemas pesan dakwah akhlak berupa saling tolong menolong sesama makhluk, pengiklan ingin memberikan pemahaman diperlukannya sifat saling tolong menolong sesama manusia. Sebagaimana dalam adegan tersebut, karena tidak adanya kemauan untuk saling tolong menolong, maka pengerjaan pembuatan hidangan yang dilakukan oleh si tokoh utama menjadi lebih berat dan dapat memakan lebih banyak waktu serta tenaga. Sehingga berdasarkan fenomena tersebut, hadirnya fitur Gofood pada aplikasi Gojek dapat membantu meringankan dan mempersingkat waktu serta tenaga yang diperlukan untuk menyajikan hidangan bagi orang yang berpuasa.

c. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada *Scene 4*

1) Berbagi Dengan Anak Yatim

TABEL 4.7 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 4*
IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	<i>Type of Shot</i>
00.00.28-00.00.30  Narator: Ingin bantu panti yang berjauhan,	Si tokoh utama ingin berbuat kebaikan berupa berbagi dengan panti asuhan setelah ia lihat di koran yang ia baca sebuah panti asuhan sedang memerlukan bantuan, namun panti asuhan itu berada jauh dari tempat tinggalnya dengan mengirimkan bantuan tersebut menggunakan pesawat	<i>Close Up (CU)</i>

Mitos	Menuru KBBI, anak yatim adalah tidak memiliki ayah atau ibu lagi (karena ditinggal mati) ⁶⁸ . Dalam istilah <i>syara'</i> , sebagaimana perkataan Imam as-Syairazi as-Syafi'i dalam al-muhaddzab, <i>yang dimaksud dengan anak yatim adalah seorang yang tidak punya bapak sedang dia belum baligh. Setelah baligh maka orang tersebut tak disebut yatim.</i> Panti asuhan adalah sebuah lembaga kesejahteraan sosial yang menampung dan memelihara anak-anak yatim serta anak terlantar. Karena sifatnya yang nirlaba, tentu sebuah lembaga panti asuhan memerlukan bantuan baik dari pemerintah maupun dari para donatur untuk memenuhi kebutuhan anak-anak yang berada dalam lindungan lembaga tersebut.
-------	--

Pada *scene* ini, pengiklan memberikan pemahaman bahwa menyantuni anak yatim merupakan perbuatan yang sangat terpuji dan memiliki nilai yang besar di sisi Allah SWT dan Rasul-Nya, terlebih lagi sebuah panti asuhan merupakan lembaga nirlaba yang menampung sekumpulan anak yatim, tentu memerlukan bantuan yang cukup besar untuk menghidupi anak-anak tersebut baik dalam bentuk dana berupa uang maupun bantuan materi lainnya. Pada *scene* iklan tersebut, Gojek dengan fitur Gosend hadir untuk membantu masyarakat menyalurkan bantuan kepada panti asuhan yang jaraknya tidak dekat.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah berupa ibadah tersebut dikemas sedemikian rupa menjadi sebuah komodifikasi yang dapat mendatangkan keuntungan, dengan mengisyaratkan bahwa salah satu fitur Gojek tersebut dapat

⁶⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id>, diakses pada 28 Mei 2020

membantu penggunaanya untuk beribadah dengan cara mengirimkan bantuan kepada panti asuhan yang jauh lokasinya.

d. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada *Scene 5*

1) Memberi Hadiah/Hibah

TABEL 4.8 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 5*
IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.34-00.00.36  Narator: Pas mau transfer THR ke sanak saudara..	Adegan tersebut seorang wanita paruh baya terlihat memegang daftar panjang nomor rekening sanak saudaranya untuk ia kirimkan uang Tunjangan Hari Raya (THR).	<i>Objective camera angle</i>
00.00.36-00.00.38  Narator: Nunggu antrian lama..		<i>Long Shot (LS)</i>
00.00.39-00.00.41  Narator: susah		<i>Knee Shot (KS)</i>

Denotasi	Seorang wanita paruh baya memegang sebuah daftar panjang nomor rekening yang akan ia kirim THR (Tunjangan Hari Raya) satu per satu, sedang diluar para pengantri berdemonstrasi di tengah guyuran hujan.
Konotasi	Istilah THR sendiri mulai dikenal pada tahun 1994, berdasarkan peraturan Menteri Tenaga Kerja RI Nomor Per-04/Men/1994 mengenai Tunjangan Hari Raya Keagamaan bagi pekerja di perusahaan. Dalam Islam, THR sama seperti hibah atau hadiah, yakni hukumnya boleh atau sah-sah saja.
Mitos	Berbagi THR (Tunjangan Hari Raya) merupakan hal yang sudah membudaya di tengah masyarakat Indonesia ketika musim lebaran tiba. Lebaran atau hari raya idul fitri merupakan hari yang perlu disambut dengan suka cita, namun masih banyak orang yang tidak berkecukupan dan tidak mampu merayakan lebaran dengan layak, sehingga dengan adanya budaya berbagi THR tersebut, mereka yang memiliki kemampuan yang kurang dapat turut merayakan manisnya hari raya dengan penuh suka cita.

Pengiklan pada *scene* ini ingin memberikan pemahaman bahwa ber kirim THR merupakan hal yang sudah membudaya dalam masyarakat indonesia, dalam Islam sendiri, THR dapat dikategorikan sebagai hibah dan tentu bernilai pahala. Namun karena keterbatasan jarak dan hal lainnya membuat masyarakat kesulitan untuk saling berbagi. Gojek dengan fitur Gopay yang terdapat di dalamnya diposisikan sebagai *problem solver* bagi berbagai permasalahan tersebut. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dipahami bahwa pesan dakwah berupa ibadah tersebut dikemas sedemikian rupa dalam bentuk sebuah adegan dalam iklan agar dapat menarik perhatian minat audiens sehingga menjadi suatu komoditas untuk mendapat keuntungan.

e. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada *Scene 6*

TABEL 4.9 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 6*
IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	Type of Shot
<p>00.00.41-00.00.47</p>  <p>Narator: Ayah mau ke pengajian, bannya kempes dituip pakai selang, susah.</p>	<p>Si tokoh utama berusaha membantu ayahnya memompa ban karena ban sepeda motor yang akan ayahnya gunakan untuk pergi ke pengajian kempes. Namun ia menggunakan cara yang kurang tepat yaitu dengan meniupnya menggunakan selang sehingga meski ia bersusah payah meniupnya bannya tak kunjung terisi. Si tokoh utama terlihat terbaring letih di tanah karena setiap ia ingin melakukan kebaikan selalu mengalami masalah karena cara yang ia gunakan tidak tepat. Lalu pada akhirnya ia menggunakan aplikasi Gojek sebagai aplikasi dengan berbagai fitur yang dapat membantunya melakukan kebaikan.</p>	<i>Long Shot (LS)</i>
<p>00.00.48-00.00.52</p>  <p>Narator: Kebaikan memang tidak pernah salah</p>		<i>Long Shot (LS)</i>
<p>00.00.52-00.00.54</p>  <p>Narator: namun bisa lebih mudah dengan..</p>		<i>Medium Close Up</i>

<p>00.00.54-00.00.55</p>  <p>Narator: Aplikasi Gojek.</p>		<p><i>Close Up (CU)</i></p>
<p>Denotasi</p>	<p>Si tokoh utama kelelahan menyetop ban sepeda motor ayahnya yang kempes ketika ingin kepengajian. Ia lalu mengambil ponselnya dan membuka aplikasi Gojek lalu kamera meng-<i>close up</i> layar ponselnya dan memperlihatkan berbagai fitur yang tersedia di dalamnya.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Berbuat kebaikan di bulan Ramadhan dapat mendatangkan pahala yang berlipat ganda. sebagaimana dalil berupa hadits qudsi berikut: Dari Abu Hurairah RA, Rasulullah SAW bersabda, كُلُّ عَمَلٍ ابْنِ آدَمَ يُضَاعَفُ الْحَسَنَةُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا إِلَى سَبْعِمِائَةٍ ضِعْفٍ قَالَ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ إِلَّا الصَّوْمَ فَإِنَّهُ لِي وَأَنَا أَجْزَى بِهِ يَدْعُ شَهْوَتَهُ وَطَعَامَهُ مِنْ أَجْلِى لِلصَّائِمِ فَرْحَتَانِ فَرْحَةٌ عِنْدَ فِطْرِهِ وَفَرْحَةٌ عِنْدَ لِقَاءِ رَبِّهِ. وَلِخُلُوفٍ فِيهِهِ أَطْيَبُ عِنْدَ اللَّهِ مِنْ رِيحِ الْمِسْكِ</p> <p>“Setiap amalan kebaikan yang dilakukan oleh manusia akan dilipatgandakan dengan sepuluh kebaikan yang semisal hingga tujuh ratus kali lipat. Allah ta’ala berfirman, “Kecuali amalan puasa. Amalan puasa tersebut adalah untuk-Ku. Aku sendiri yang akan membalasnya. Disebabkan dia telah meninggalkan syahwat dan makanan karena-Ku. Bagi orang yang berpuasa akan mendapatkan dua kebahagiaan ketika ia berbuka dan kebahagiaan ketika ia berjumpa dengan Rabbnya. Sungguh bau mulut orang yang berpuasa lebih harum di sisi Allah daripada bau minyak kasturi.” (HR. Bukhari no. 1904, 5927 dan Muslim no. 1151).⁶⁹</p>	
<p>Mitos</p>	<p>Berbuat kebaikan sangat dianjurkan di bulan Ramadhan, namun selalu saja terdapat berbagai halangan dan rintangan yang menghambat terlaksananya kebaikan kebaikan. Baik dari niat, kurangnya tenaga maupun materi. Sehingga muncul aplikasi gojek yang</p>	

⁶⁹ Muhammad Abduh Tuasikal, *Pahala Amalan di Bulan Ramadhan 1000x lipat Dibanding Bulan Lain, Benarkah?*, <http://rumaysho.com/11279-pahala-amalan-di-bulan-ramadhan-1000-kali-lipat-dibanding-bulan-lain-benarkah.html>, diakses pada 10 Oktober 2020

	menghadirkan berbagai macam fitur yang dapat mendukung para penggunanya untuk berbuat kebaikan. Selain itu terdapat pula berbagai inspirasi kebaikan yang dapat mendorong para penggunanya turut ikut dalam berbuat kebaikan di bulan Ramadhan.
--	---

Pada *scene* ini, dengan memasukkan pesan dakwah tentang ibadah, pihak pengiklan memberikan pemahaman tentang berbuat kebaikan merupakan hal yang baik dan amat dianjurkan terutama pada bulan suci Ramadhan. Namun terdapat berbagai kendala yang mungkin akan dialami oleh masyarakat ketika hendak berbuat kebaikan sehingga Gojek menghadirkan berbagai fitur sebagaimana yang ditampilkan pada adegan ini. Berbagai fitur gojek yang ditampilkan dalam iklan tersebut merupakan fitur-fitur yang berkaitan dengan ibadah yang sangat umum dilakukan masyarakat di bulan Ramadhan. Iklan ini ingin menampilkan citra bahwa Gojek dapat mendorong masyarakat untuk berbuat kebaikan serta memfasilitasi masyarakat dengan berbagai fitur yang ia tawarkan.

f. Makna Denotasi Konotasi dan Mitos pada *Scene 7*

TABEL 4.10 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 7*
IKLAN GOJEK CARI KEBAIKAN (2019)

Penanda	Petanda	<i>Type of Shot</i>
00.00.57-00.01.02	Seorang wanita petugas Goclean melompat-lompat saat membersihkan rumah dengan	<i>Long Shot (LS)</i>

 <p>(Tidak ada narasi/dialog)</p> <p>00.00.60-00.01.18</p>  <p>Pak Ustadz: <i>“Eit untuk yang ini tolong adegannya biasa saja agar penonton mudah mencerna.”</i></p> <p>00.01.07-00.01.11</p>  <p>Narator: Bantu ibu bersihin rumah pakai Goclean, mudah</p>	<p>memegang sapu seakan sedang mengeluarkan jurus beladiri, lalu datang pak Ustadz menepuk bahunya dan memberitahunya agar melakukan adegan dengan cara biasa saja dan tidak berlebihan agar penonton dapat mencerna pesan yang mereka sampaikan.</p>	<p><i>Long Shot (LS)</i></p> <p><i>Long Shot (LS)</i></p>
<p>Denotasi</p>	<p>Petugas Goclean membersihkan rumah seraya melakukan gerakan salto dan melompat-lompat, lalu datang pak Ustadz menegurnya agar tidak melakukan adegan yang berlebihan agar pesan yang ingin disampaikan dapat dicerna.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Gerakan yang dilakukan si petugas Goclean dalam adegan tersebut merupakan gerakan yang berlebihan dan tidak menyiratkan pesan apapun dalam adegan tersebut. Sehingga salah satu karakter yang berpakaian muslim lengkap sebagaimana penampilan seorang Ustadz dalam pemahaman masyarakat Indonesia menegur petugas</p>	

	tersebut agar adegan yang dilakukan tidak sia-sia dan pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami oleh para <i>audiens</i> iklan.
Mitos	<p>Hal yang berlebihan dan dibuat-buat merupakan salah satu hal yang dapat menghambat tersampainya pesan yang ingin ditujukan oleh komunikator kepada komunikan sehingga dapat menimbulkan pemaknaan berbeda dari apa yang diinginkan pengirim pesan. Begitupula dalam berdakwah, seorang da'i dituntut agar menyesuaikan materi dakwah dan bahasa yang ia gunakan dalam menyampaikan pesan dakwahnya sesuai dengan sasaran dakwah yang ia tuju sehingga tidak menimbulkan kesalahan dalam penafsiran pesan. Sebagaimana Firman Allah dalam Q.S. Ibrahim/14 : 4</p> <p>وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ</p> <p><i>“Kami Tidak mengutus seorang Rasulpun, kecuali dengan bahasa kaumnya agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka, Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki (karena kecenderungannya untuk sesat), dan memberi petunjuk kepada siapa yang dia kehendaki (berdasarkan kesiapannya untuk menerima petunjuk). Dia yang Mahaperkasa lagi Mahabijaksana”⁷⁰</i></p>

Komodifikasi pesan dakwah pada *scene* ini memberikan pemahaman bahwa cara penyampaian yang dilebih-lebihkan merupakan hal yang sia-sia karena memiliki kemungkinan akan terjadinya miskomunikasi antara komunikator dengan komunikan, terutama dalam proses penyampaian pesan dakwah yang akan berakibat fatal jika *mad'u* hanya memahami sebagian dari materi dakwah sehingga memungkinkan akan terjadi penyelewengan dalam

⁷⁰ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 354

implementasi pesan dakwah tersebut. Dengan gambaran tersebut pula, pengiklan ingin memberikan pemahaman bahwa Gojek tidak melebih-lebihkan penggambaran berbagai manfaat dari fitur yang mereka sediakan bagi para penggunanya dalam iklan tersebut.

Pengiklan pada *scene* ini mengemas pesan dakwah berupa akhlak, tentang dalam menyampaikan sesuatu tidak boleh berlebihan menjadi suatu komodifikasi yang memiliki nilai jual, dengan mengisyaratkan bahwa berbagai manfaat fitur yang ditampilkan oleh pihak pengiklan benar adanya dan tidak dilebih-lebihkan, sehingga dengan berbagai fitur tersebut pihak pengiklan dapat menarik minat mitra mereka untuk menggunakan berbagai kemanfaatan dari fitur-fitur pada aplikasi Gojek.

2. Hikayat Sang Musafir (2020)

Pada iklan ini, pengiklan secara keseluruhan menggunakan mitos terkait dengan ibadah. Bagi masyarakat muslim melakukan ibadah selama bulan Ramadhan merupakan sebuah keniscayaan karena nilai ibadah dilipatgandakan oleh Allah SWT selama bulan Ramadhan. Namun karena situasi pandemi *covid-19* masyarakat terpaksa harus melakukan pembatasan sosial yang berdampak terambatnya kegiatan ibadah masyarakat selama bulan Ramadhan. Gojek dalam iklannya menyisipkan berbagai pesan terkait dengan kewajiban ibadah dan himbauan untuk melakukan pembatasan sosial selama situasi pandemi, kemudian pihak Gojek menawarkan

berbagai fitur yang dapat membantu masyarakat untuk tetap beribadah selama bulan Ramadhan tanpa melupakan himbauan untuk menaati protokol kesehatan.

a. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Pada *Scene* 1

1) Bersuka Cita Menyambut Datangnya Bulan Ramadhan

TABEL 4.11 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE*

1 IKLAN GOJEK HIKAYAT SANG MUSAFIR (2020)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.05-00.00.08  Narator: Kisah Ramadhan kali ini dibuka dengan suasana hikmat	Sebuah perkampungan yang diisahkan di dalam iklan tersebut merupakan sebuah kampung yang damai dan tenang. Setiap keluarga pada kampung tersebut menyambut kedatangan bulan Ramadan dengan penuh hikmat dan suka cita.	<i>Long Shot (LS)</i>
00.00.08-00.00.10  Narator: di bulan nan suci		<i>Long Shot (LS)</i>
Denotasi	Adegan tersebut memperlihatkan sebuah perkampungan yang memiliki suasana tenang dan asri, yang berada di lereng sebuah pegunungan. Pada kampung tersebut, para warganya terlihat bersuka cita menyambut datangnya bulan suci Ramadhan.	
	Sebagai seorang muslim, hendaknya menyambut datangnya bulan suci Ramadhan dengan hati yang	

Konotasi	<p>gembira dan penuh suka cita. Rasa gembira tersebut datang karena banyaknya kebaikan, kemuliaan serta keutamaan yang tidak akan ditemukan pada bulan lain selain bulan Ramadhan, sebagaimana dalam hadits berikut:</p> <p>قَدْ جَاءَكُمْ رَمَضَانُ، شَهْرٌ مُبَارَكٌ وَافْتَرَضَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ صِيَامَهُ، تُفْتَنُ فِيهِ أَبْوَابُ الْجَنَّةِ، وَتُغْلَقُ فِيهِ أَبْوَابُ الْجَحِيمِ، وَتُغْلَقُ فِيهِ الشَّيَاطِينُ، فِيهِ لَيْلَةٌ خَيْرٌ مِنْ أَلْفِ شَهْرٍ، مَنْ حُرِمَ خَيْرَهَا فَقَدْ حُرِمَ</p> <p><i>“Telah datang kepada kalian Ramadhan, bulan yang diberkahi. Allah mewajibkan atas kalian berpuasa padanya. Pintu-pintu Jahim (neraka) ditutup. Setan-setan dibelenggu. Di dalamnya terdapat sebuah malam yang lebih baik dibandingkan 1000 bulan. Siapa yang dihalangi dari kebaikannya, maka sungguh ia terhalangi.”</i> (HR. Ahmad)⁷¹</p>
Mitos	<p>Dipertemukannya dengan bulan Ramadhan merupakan sebuah karunia dan rahmat yang teramat besar dari Allah bagi ummat muslim karena begitu banyaknya keutamaan yang terkandung di dalamnya, sehingga hendaklah ummat muslim bergembira karenanya, sebagaimana firman Allah dalam QS. Yunus /10:58</p> <p>قُلْ بِفَضْلِ اللَّهِ وَبِرَحْمَتِهِ فَبِذَلِكَ فَلْيَفْرَحُوا هُوَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ</p> <p><i>Katakanlah (Nabi Muhammad), “Dengan karunia Allah dan rahmat-Nya itu, hendaklah mereka bergembira. Itu lebih baik daripada apa yang mereka kumpulkan.”</i>⁷²</p> <p>Rasa kegembiraan terhadap datangnya bulan suci Ramadhan tersebut hendaknya diwujudkan dengan mengerjakan lebih banyak kebaikan serta amal ibadah selama bulan tersebut agar mendapatkan ridha Allah SWT.</p>

Adegan ini mengisyaratkan bahwa sebagaimana masyarakat yang bersuka cita menyambut datangnya bulan suci Ramadhan seperti yang digambarkan dalam iklan tersebut, seluruh umat muslim juga hendaknya turut bergembira dalam

⁷¹ HR. Ahmad dalam Al-Musnad (2/385) dinilai shahih oleh Al-Arna'uth dalam Takhrijul Musnad (8991)

⁷² Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 296

menyambut datangnya bulan suci ini. Rasa gembira dengan datangnya bulan suci Ramadhan diharapkan dapat memotivasi umat muslim agar berbuat lebih banyak kebaikan dan amal ibadah. Dengan memproduksi iklan bertemakan bulan Ramadhan, pengiklan ingin menyampaikan kepada para audiens bahwa pihak pengiklan turut merayakan kebahagiaan umat muslim menyambut datangnya bulan suci Ramadhan dan juga mendorong serta memfasilitasi umat muslim agar berbuat lebih banyak kebaikan di bulan yang suci ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami dengan menggunakan pesan dakwah berupa akhlak dalam menyambut bulan ramadhan, pihak pengiklan ingin menarik minat masyarakat untuk menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh Gojek dalam menjalani keseharian mereka.

2) Bersabar dalam Menghadapi Cobaan

TABEL 4.12 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 1* IKLAN GOJEK HIKAYAT SANG MUSAFIR (2020)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.11-00.00.13 	Wanita yang merupakan seorang ibu dalam keluarga tersebut ternganga dan mengeluarkan ekspresi terkejut ketika mendengar berita yang disiarkan oleh salah satu stasiun televisi tentang persebaran virus corona.	<i>Medium Close Up (MCU)</i>

<p>Narator: Walau demikian, kadang cobaan datang tak diundang.</p> <p>00.00.14-00.00.16</p>  <p>Pembawa Berita: Waspada virus corona dan hindari keramaian</p>		<p><i>Medium Close Up (MCU)</i></p>
<p>Denotasi</p>	<p>Sang ibu pada adegan tersebut terlihat terkejut ketika sebuah stasiun televisi menayangkan sebuah berita terkait persebaran virus corona dan menyampaikan anjuran untuk menghindari keramaian.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Dalam adegan tersebut, sang ibu merasa terkejut karena datangnya cobaan berupa sebuah wabah penyakit yang datang di tengah suasana khidmat menyambut bulan ramadhan.</p> <p>Musibah atau cobaan merupakan takdir yang datang dari Allah SWT, hanya Dia yang mengetahui tentang hal tersebut. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah/2:155</p> <p>وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ</p> <p><i>Kami pasti akan mengujimu dengan sedikit ketakutan dan kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Sampaikanlah (wahai Nabi Muhammad,) kabar gembira kepada orang-orang sabar.</i>⁷³</p> <p>Sebagaimana QS. Al-Baqarah/2:155, Covid-19 musibah yang menimpa umat manusia di berbagai belahan dunia sebagaimana sekarang ini merupakan sebuah cobaan yang datang dari Allah SWT dan hendaknya umat manusia dapat menghadapinya dengan penuh kesabaran.</p>	

⁷³ *Ibid.*, hal. 31

Mitos	<p>Virus corona adalah virus yang menyerang sistem pernafasan, dapat menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernafasan, infeksi paru-paru yang berat hingga kematian. Diketahui virus ini sudah mewabah di Wuhan, China sejak bulan Desember 2019.⁷⁴ Hingga saat ini, virus ini sudah menginfeksi lebih dari 33 juta jiwa masyarakat dunia.⁷⁵</p> <p>Penyebaran virus corona atau dikenal dengan istilah <i>Covid-19</i> ini dapat dimaknai sebagai musibah yang merupakan sebuah keniscayaan yang harus dihadapi oleh seluruh umat manusia. Wabah yang tengah melanda dan melucuti segala aspek kehidupan masyarakat sebagaimana sekarang ini merupakan sebuah ujian atas keimanan dan sebuah keniscayaan, karena pada hakikatnya dalam hidup pasti akan diuji dengan berbagai persoalan.</p>
-------	---

Menggunakan pesan dakwah berupa akhlak, pada adegan tersebut pengiklan ingin memberikan pemahaman bahwa covid-19 yang sekarang tengah mewabah di seluruh penjuru dunia adalah sebuah cobaan yang dapat datang kapan saja tanpa ada yang mengundang, sebagaimana yang disampaikan narator pada adegan tersebut. Dengan demikian sebagaimana isi adegan ini, pengiklan ingin menampilkan keikutsertaan layanan Gojek dalam menyuarkan bahaya covid-19 serta pencegahannya.

b. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada *Scene 2*

1) Menjaga Kesehatan

⁷⁴ *Invormasi Tentang Virus Corona (COVID 19)*, Promkes.kemkes.go.id/informasi-tentang-virus-corona-novel-coronavirus, diakses pada 29 september

⁷⁵ News.google.com, diakses pada 29 september

TABEL 4.13 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 2*
IKLAN GOJEK HIKAYAT SANG MUSAFIR (2020)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.16-00.00.21  Narator: Namun terkadang himbauan sulit untuk ditaati. Sampai akhirnya, dia datang.	Masyarakat sudah mengetahui tentang covid-19 mengindahkan himbauan untuk menghindari beraktivitas di luar rumah dan masih berbondong-bondong keluar rumah berada di tempat keramaian untuk turut merayakan euforia menyambut datangnya bulan suci Ramadhan.	<i>Very Long Shot</i>
Denotasi	Pada adegan tersebut masyarakat di kampung tersebut terlihat beraktivitas di luar rumah dengan penuh sukacita karena datangnya bulan suci Ramadhan. Namun dengan demikian mereka mengindahkan himbauan untuk menghindari keramaian.	
Konotasi	Menaati protokol kesehatan yang telah ditetapkan, seperti di antaranya menjaga jarak dengan orang lain dan menggunakan masker ketika berada di luar rumah merupakan salah satu upaya untuk meminimalisir penyebaran virus corona. Dalam Islam, menjaga kesehatan merupakan hal yang diperintahkan bagi seluruh umat muslim. Salah satunya yaitu pada QS. Al-Baqarah/2:195 وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ <i>Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.</i> ⁷⁶ Dalam beberapa riwayat, ayat ini turun berkenaan dengan nafkah. Namun, pada ayat tersebut juga terdapat larangan untuk tidak menjatuhkan diri sendiri ke dalam kebinasaan, yang mana dapat dimaknai dengan melakukan hal-hal yang dapat merugikan diri sendiri, salah satunya yaitu	

⁷⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal.40

	tidak menaati protokol kesehatan karena dapat membahayakan diri sendiri dan orang di sekitar.
Mitos	Dalam ushul fiqih, terdapat sebuah kaidah yang disebut dengan <i>la dharara wala dhirara</i> , yang artinya tidak memberi mudharat kepada diri sendiri serta orang lain. Dalam kasus ini (covid-19), masyarakat dituntut untuk menaati protokol kesehatan dan beribadah dari rumah agar tidak membahayakan diri sendiri dan orang disekitar meski dalam ajaran agama Islam terdapat kewajiban untuk mendirikan solat secara berjamaah, bahkan MUI telah menerbitkan fatwa nomor 14 Tahun 2020 terkait dengan Penyelenggaraan Ibadah dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19 ⁷⁷ . Di tengah situasi pandemi covid 19, beribadah secara berjamaah rentan menjadi media penularan virus corona. Sehingga, dengan berpegang pada kaidah tersebut di atas maka umat muslim perlu menaati protokol kesehatan dengan melakukan pembatasan sosial serta beribadah dari rumah agar tidak membuat diri kita maupun orang lain mendapatkan <i>mudharat</i> berupa terkena penyakit.

Pada adegan tersebut, pengiklan ingin memberikan pemahaman bahwa diperlukannya *social distancing* dalam situasi pandemi *covid-19* ini meski di tengah bulan suci Ramadhan yang merupakan bulan suci umat Muslim. Dalam iklan, digambarkan sebuah realitas bahwa masih banyak masyarakat yang abai dengan himbauan untuk *social distancing* dan tetap menjalani rutinitas sebagaimana hari-hari biasanya. Sehingga pada kesempatan ini, dengan menyisipkan pesan dakwah yang merupakan akhlak terhadap diri sendiri berbentuk kedisiplinan dalam menaati protokol kesehatan untuk menjaga diri dari covid-

⁷⁷ Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa No 14 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19, h. 6

19, pengiklan turut menyuarakan himbauan tentang *social distancing* sekaligus menawarkan solusi dengan menggunakan layanan Gojek selama menjalani pembatasan sosial.

2) Memberikan Contoh yang Baik

TABEL 4.14 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 2* IKLAN GOJEK HIKAYAT SANG MUSAFIR (2020)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.16-00.00.21  Narator: Namun terkadang himbauan sulit untuk ditaati. Sampai akhirnya, dia datang.	Sang musafir datang dengan cara dramatis, seakan turun dari langit. Kemudian memperingatkan masyarakat agar berhenti dan melakukan aktivitas peibadatan di rumah saja. Namun ia malah dikejar oleh segerombolan warga yang ingin bersalaman dengannya. Demi menjaga diri dan mengikuti protokol kesehatan, musafir lari menjauhi kerumunan warga hingga akhirnya ia naik ke sebuah menara listrik. Lalu ia memperingatkan warga untuk menjaga jarak serta menggunakan masker.	<i>Very Long Shot</i>
00.00.22-00.00.24  Musafir: Berhenti, kalau mau beribadah di rumah aja.		<i>Knee Shot</i>
00.00.24-00.00.26		<i>Long Shot</i>

		
<p>Narator: Penduduk tak kuasa ingin bersalaman dengan,</p> <p>00.00.27-00.00.28</p>		<p><i>Knee Shot</i></p>
		
<p>Narator: sang Musafir. Musafir panik</p> <p>00.00.28-00.00.30</p>		<p><i>Very Long Shot</i></p>
		
<p>Narator: Kabur semakin, jauh.</p> <p>00.00.30-00.00.32</p>		<p><i>Close Up</i></p>
		
<p>Musafir: Kalian harus jaga jarak dan pakai masker</p> <p>00.00.33-00.00.35</p>		<p><i>Long Shot</i></p>
		

<p>Penduduk: Lantas, gimana kita ibadahnya?</p>		
<p>Denotasi</p>	<p>Ketika masyarakat perkampungan tersebut tengah bersuka cita menyambut datangnya bulan suci dengan memadati jalanan, seorang pria yang dipanggil dengan nama sang Musafir datang seperti turun dari langit dan memperingatkan masyarakat untuk jaga jarak dan menggunakan masker. Namun masyarakat tak dapat menahan keinginan untuk bersalaman dengan sang musafir. Musafir yang panik lalu berlari kencang menjauhi kerumunan hingga ia memanjat sebuah menara listrik. Kemudian dari atas sana ia mengingatkan agar masyarakat selalu menjaga jarak dan menggunakan masker.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Dalam berdakwah diperlukan sebuah keteladanan. Kesuksesan sebuah dakwah tidak hanya dengan mengandalkan retorika, namun pula harus diseimbangkan dengan perkataan dan perbuatan oleh da'i atau sang juru dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat (255:2005), dalam berkomunikasi yang berpengaruh bukan hanya apa yang dikatakan, namun juga keadaan diri sendiri. Allah juga sudah memperingatkan terkait hal tersebut sebagaimana dalam firman-Nya QS. As-Saff /61:2-3</p> <p>يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لِمَ تَقُوْلُوْنَ مَا لَا تَفْعَلُوْنَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللّٰهِ اَنْ تَقُوْلُوْا مَا لَا تَفْعَلُوْنَ</p> <p><i>Wahai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Seangat</i></p>	

	<p><i>bersarlah kemurkaan di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan.</i>⁷⁸</p> <p>Dalam iklan tersebut, sang musafir yang mengambil peran sebagai orang yang berdakwah memperingatkan dan memperingatkan masyarakat sudah menerapkan apa yang ia katakan, yaitu dengan menggunakan masker dan menjaga jarak serta menghindari kerumunan untuk meminimalisir penyebaran virus corona.</p>
Mitos	<p><i>Role model</i> merupakan sebuah pendekatan yang dapat dilakukan dalam hal pemberian edukasi terhadap masyarakat mengenai pencegahan persebaran covid-19. <i>Role model</i> sendiri secara sederhana dapat diartikan sebagai keteladanan. Seseorang yang menempati posisi sebagai teladan tersebut dapat dari berbagai kalangan, baik itu pemuka agama, pemuka adat, bahkan selebritas. Terkait dengan pencegahan penyebaran covid-19, di tengah masyarakat diperlukan sosok panutan yang memiliki pengaruh yang besar untuk dapat memberikan keteladanan dan mengedukasi masyarakat terkait bahaya covid-19. Sebagaimana dalam iklan tersebut, pihak pengiklan menghadirkan sosok sang Musafir sebagai sosok yang dihormati oleh masyarakat untuk memberikan edukasi terhadap mereka terkait dengan protokol kesehatan.</p>

Pada adegan ini pengiklan memberikan pemahaman bahwa dalam ber *amar makruf nahi munkar* tidak hanya dilakukan dengan perkataan atau nasihat semata, namun juga dengan aksi nyata dalam bentuk keteladanan dari sang juru dakwah. Pengiklan menunjukkan hal tersebut dengan menghadirkan sosok karakter sang musafir dalam iklan, yang memberikan contoh baik dalam menasihati masyarakat untuk menaati protokol kesehatan dan beribadah dari rumah. Bentuk komodifikasi dalam adegan ini

⁷⁸ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 814

yaitu dengan menampilkan pesan dakwah akhlak berupa keteladanan, pengiklan menghadirkan sosok sang musafir yang menjadi suri tauladan bagi masyarakat dalam menaati peraturan protokol kesehatan, sekaligus turut menawarkan produk layanannya yang merupakan sebuah solusi dalam mengurangi kontak langsung ketika terjadi pembatasan sosial, terutama dalam melakukan kebaikan atau ibadah di bulan Ramadhan.

3) Beribadah di Mana Saja

TABEL 4.15 MAKNA DENOTASI, KONOTASI DAN MITOS PADA *SCENE 2* IKLAN GOJEK HIKAYAT SANG MUSAFIR (2020)

Penanda	Petanda	Type of Shot
00.00.31-00.00.32  Musafir: Kalian harus jaga jarak dan pakai masker	Ketika sang Musafir lari dari kejaran warga masyarakat, ia berlari dari kerumunan menaiki sebuah menara listrik, lalu menyuruh warga tersebut agar menjaga jarak dan menggunakan masker. Kemudian warga bertanya kepadanya bagaimana cara beribadah jika mereka harus menjaga jarak. Lalu sang musafir menjawab ibadah bisa di mana saja.	<i>Medium Shot (MS)</i>
00.00.33-00.00.35 		<i>Group Shot</i>

<p>Warga: Lantas, gimana kita ibadahnya?</p> <p>00.00.36-00.00.38</p>  <p>Musafir: Ibadah bisa, di mana aja!</p>		<p><i>Close Up (CU)</i></p>
<p>Denotasi</p>	<p>Pada adegan ini, sang musafir berlari menghindari kerumunan untuk menaati protokol kesehatan, hingga ia menaiki sebuah menara listrik. Ia lalu menyuruh warga masyarakat untuk menjaga jarak dan selalu menggunakan masker. Lalu, masyarakat yang kebingungan bertanya kepada sang musafir bagaimana caranya beribadah jika mereka harus menaati protokol kesehatan dengan cara menghindari dari kerumunan, dan menjaga jarak. Lalu dengan lantang sang musafir meneriakkan, ibadah bisa di mana saja.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Setiap bagian dari dunia ini adalah tempat untuk beribadah kepada Allah. Sehingga ketika berada di manapun dan dalam situasi apapun, kewajiban beribadah itu tetap ada dan tidak ada alasan bagi seorang muslim untuk meninggalkan ibadah khususnya ibadah shalat. Hal ini dijelaskan dalam sebuah hadits Nabi SAW:</p> <p>حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عُمَرَ وَابْنُ عَمَّارٍ الْحُسَيْنِيُّ بْنُ حَرْبِثِ الْمَرْوَزِيُّ قَالَا حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ عَمْرِو بْنِ يَحْيَى عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْأَرْضُ كُلُّهَا مَسْجِدٌ إِلَّا الْمَقْبِرَةَ وَالْحَمَّامَ</p> <p><i>“telah menceritakan kepada kami Ibnu Abu Umar dan Abu ‘Ammar Al Husain bin Huraitis Al Marwazi. Keduanya berkata; telah bercerita kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari ‘Amru bin Yahya dari ayahnya dari Abu Sa’id Al Khudri ia berkata; "Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, "Bumi ini seluruhnya adalah masjid kecuali kuburan dan kamar mandi.”</i></p> <p>Pada iklan tersebut digambarkan suasana pandemi yang membuat kegiatan ibadah terhambat karena masyarakat diharuskan menerapkan protokol kesehatan. Namun</p>	

	bukan berarti kegiatan peribadatan harus dihentikan karena sejatinya beribadah bisa di mana saja.
Mitos	<p>Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ibadah berarti perbuatan atau pernyataan bakti terhadap Allah atau Tuhan yang didasari oleh peraturan agama.⁷⁹ Ibadah dalam agama Islam, sebagaimana yang didefinisikan oleh Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah dalam kitab Al-Ubudiyyah, yaitu <i>“suatu istilah yang mencakup semua yang Allah cintai dan Allah ridhai, baik ucapan atau perbuatan, yang lahir (tampak) maupun yang batin (tidak tampak).</i></p> <p>Dalam Islam sendiri, secara garis besar ibadah terbagi menjadi dua jenisnya, yaitu ibadah mahdah yang merupakan jenis ibadah yang segala pelaksanaannya sudah dijelaskan dalam Al-Qur’an maupun Hadits serta ibadah ghairu mahdah yang tata cara pelaksanaannya tidak diatur secara terperinci, misalnya belajar, tolong menolong dan bermuamalah. Karenanya, selain ibadah yang memang sudah diterangkan seperti shalat dan berpuasa, terdapat banyak jenis ibadah yang dikategorikan sebagai ghairu mahdah. Sehingga sebagaimana dalam iklan disebutkan bahwa beribadah bisa di mana saja, karena ibadah tidak hanya berupa ibadah mahdah, namun juga ghairu mahdah sehingga meski dalam situasi pandemi covid-19 di bulan Ramadhan, tidak ada alasan untuk tidak memperbanyak ibadah bagi umat muslim.</p>

Pada adegan ini, pengiklan ingin memberikan pemahaman meski dalam situasi pandemi di bulan Ramadhan, umat Islam harus tetap meningkatkan ibadah mereka. Ibadah pun terdapat beragam jenisnya, bersedekah dan berbagi hidangan buka puasapun juga termasuk ibadah. Sehingga dengan demikian, Gojek mengisyaratkan bahwa berbagai fitur yang ia miliki dapat

⁷⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id>, diakses pada 9 November 2020

membantu masyarakat dalam melaksanakan berbagai ibadah selama bulan suci Ramadhan.