

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tolak Angin merupakan salah satu produk yang di produksi oleh PT. Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul. Berawal dari industri rumahan di Yogyakarta pada tahun 1940, kemudian industri tersebut semakin berkembang dan menjadi perusahaan besar seperti sekarang ini. Awal berdirinya Sidomuncul yaitu pada tahun 1951 dengan menggunakan peralatan yang sederhana dalam proses pembuatan produknya, kemudian produknya diterima oleh masyarakat secara luas. Seiring perkembangannya, perusahaan tersebut menjadi perusahaan jamu dan farmasi yang baik dengan menggunakan teknologi yang mutakhir. Begitu juga dengan Tolak Angin Anak yang merupakan herbal masuk angin yang diproses di pabrik berstandar GMP (Good Manufacturing Practice) sehingga tetap terjaga kualitasnya. Produk ini juga sangat cocok untuk mengatasi gejala masuk angin pada anak-anak, dengan komposisi diantaranya, adas, kayu ules, daun cengkeh, jahe, bubali cornu dan madu. Tolak Angin Anak ini, sudah banyak dipercaya oleh para ibu yang memiliki anak dengan usia dibawah 12 tahun.

Tolak Angin, melakukan promosi produknya melalui salah satu media massa televisi dengan membuat iklan. Iklan yang paling efektif biasanya ditayangkan pada televisi, karena televisi mampu memberikan audio dan visual dari iklan tersebut, sehingga akan mempermudah publik dalam memahami sebuah iklan atau informasi seputar produk barang, jasa maupun sebuah pesan. Dengan

begitu, yang menjadi tujuan iklan tersebut tersampaikan. Iklan televisi disiarkan pertama kali yaitu tepatnya pada tanggal 1 Juli 1941 di Amerika Serikat. Sedangkan di Indonesia, iklan televisi mulai ditayangkan pada tanggal 1 Maret 1963 di TVRI. Iklan televisi merupakan sebuah rangkaian tayangan televisi yang dibuat dan berbayar untuk menyampaikan pesan dan memasarkan produk berupa barang atau jasa.

Iklan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena dalam kehidupan sehari-hari, semua orang akan selalu menemukan sebuah iklan, baik itu di media televisi, maupun media lainnya. Sebagian orang mungkin pernah merasa kesal dengan adanya iklan, namun tanpa disadari, iklan sangatlah berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari karena dengan melihat sebuah iklan, kita dapat menentukan atau memberikan keputusan terkait pembelian sebuah produk barang ataupun penggunaan sebuah jasa. Didalam sebuah iklan, terutama iklan di televisi yang memberikan audio dan visual dari sebuah iklan, akan menggambarkan bagaimana keunggulan dari sebuah produk yang ditawarkan, sehingga orang yang awalnya tidak mengetahui apa-apa tentang suatu produk, menjadi tahu dan bahkan bisa memutuskan untuk menggunakan produk tersebut atau tidak.

Dari banyaknya media, televisi merupakan salah satu media yang berpengaruh terhadap khalayak, karena televisi memberikan gambar yang bergerak, juga dilengkapi suara yang membuat khalayak menjadi tertarik untuk menontonnya. Televisi merupakan sebuah media telekomunikasi terkenal yang memiliki fungsi sebagai penerima suara beserta siaran gambar bergerak, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Televisi sekarang ini

merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh, karena dapat menjangkau masyarakat lebih luas sampai ke daerah terpencil dalam menyampaikan informasinya. Selain memberikan informasi dan hiburan, televisi juga menayangkan sebuah iklan produk maupun jasa. Pada sekarang ini, perusahaan produk ataupun jasa sudah banyak yang menggunakan iklan sebagai sarana promosi. Dibandingkan dengan media cetak, iklan di televisi akan membantu produk atau jasa lebih cepat dikenali oleh masyarakat.

Berbagai macam jenis iklan produk dari PT. Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul ditayangkan pada televisi, salah satunya produk Tolak Angin varian anak yaitu Iklan Tolak Angin Anak yang dibintangi oleh artis sekaligus ibu dan anak yaitu Lydia Kandou dan Nana Mirdad. Dalam iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou yang diproduksi pada tahun 2018 ini, memberikan nilai edukatif serta pesan yang baik dan mendalam bagi masyarakat atau penonton, terutama untuk seorang ibu dalam menerapkan pola asuh terhadap anak yang masih kecil dan belum mengetahui mana yang baik dan buruk untuk dia lakukan.

Selain itu, iklan Tolak Angin Anak ini juga dapat mengingatkan orang tua atau seorang ibu yang memiliki anak kecil yang senang bermain diluar maupun didalam rumah, agar tidak terlalu khawatir atau cemas yang berlebihan dengan banyak melarang anak untuk melakukan banyak hal yang dia suka. Dalam iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou menyajikan iklan yang menampilkan seorang anak sedang bermain selayaknya seorang anak dengan

ekspresi yang sangat bahagia dan ceria, yaitu dengan bermain gadget, melompat, lari-larian, panas-panasan diluar, dan sampai main air.

Melihat hal tersebut, seorang ibu yang khawatir anaknya sakit, akhirnya marah dan melarang apapun yang dilakukan oleh anaknya dengan memberitahukan akibat yang akan terjadi. Anak tersebut sempat murung dan tidak ceria seperti biasanya. Namun neneknya yaitu Lydia Kandou memberikan saran kepada ibunya untuk jangan terlalu melarang apa yang dilakukan oleh cucunya atau anak dari Nana Mirdad dalam iklan tersebut. Karena, dengan banyaknya larangan tersebut, anak jadi terbatas dalam mengeksplor diri dan juga berdampak pada psikologinya. Lydia Kandou memberikan produk Tolak Angin Anak kepada cucunya tersebut, agar ibunya merasa lebih tenang dan aman jika anaknya akan bermain dan melakukan hal-hal yang dia sukai.

Seorang anak pasti sangat membutuhkan perhatian dari orang tuanya terutama dari seorang ibu yang memang selalu mendampingi setiap hari. Meski begitu, bukan berarti perhatian dari seorang ayah tidak dibutuhkan, namun karena biasanya ayah itu bekerja, maka seorang anak lebih sering menghabiskan waktu bersama ibunya dirumah. Untuk itu, seorang ibu harus pintar dalam mendidik anaknya agar perkembangannya baik dari bayi hingga dewasa nanti. Sekolah atau pendidikan pertama bagi anak adalah orang tua dan keluarga, karena pembentukan karakter seorang anak kedepannya akan terbentuk dari sejak kecil, dan juga tergantung pada pola asuh yang diterapkan oleh orang tuanya.

Dalam mendidik anak, orangtua sangat berperan penting karena orangtua merupakan guru pertama bagi seorang anak dalam mempelajari berbagai hal. Supaya tumbuh kembang seorang anak baik dari segi pengetahuan akademik maupun non akademiknya, maka orang tua harus bisa memilih pola asuh seperti apa yang akan diterapkan kepada anaknya. Mulai dari cara berkomunikasi, kemudian etika, perilaku dan lain sebagainya yang akan berpengaruh untuk anak tersebut kedepannya.

Pola asuh anak merupakan suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan serta mendukung perkembangan fisik, emosional, sosial, finansial, dan intelektual seorang anak. Setiap orangtua pasti mempunyai cara masing-masing dalam menerapkan pola asuh yang tepat untuk anaknya. Keputusan pola asuh yang diambil oleh setiap orangtua, akan memengaruhi kepribadian dan karakter anak di masa mendatang. Beberapa pola asuh yang diterapkan oleh orangtua beragam, diantaranya pola asuh Permisif, pola asuh Otoriter, dan pola asuh Autoritatif.

Pola asuh Permisif yaitu memberikan kebebasan kepada anak dalam menyatakan keinginannya. Pola asuh ini biasanya orangtua memberikan kebebasan kepada anaknya tanpa ada batasan yang tegas, memberikan apapun yang diinginkan oleh anaknya sehingga cenderung seorang anak tidak memiliki aturan dalam hidupnya. Selain itu juga menurut ahli, pola asuh permisif dapat mempengaruhi sifat anak, seperti prestasinya rendah, suka memberontak, kurang memiliki rasa kepercayaan diri, suka mendominasi, tidak jelas arah hidupnya, dan kurang bisa mengendalikan diri.

Kemudian pola asuh Otoriter, yaitu pola asuh yang diterapkan sejak masih kecil, tidak memberikan ruang diskusi kepada anak dan pola asuh ini bisa dibilang cukup keras dengan alasan mendidik. Menurut studi dari University College London, anak yang sejak kecil selalu dikontrol kehidupannya, ternyata tidak merasa bahagia dan memiliki kesehatan mental yang rendah. Bahkan, akan efeknya bisa sampai jangka panjangnya, bahkan dampaknya mirip dengan kondisi mental orang yang pernah ditinggal meninggal oleh seorang yang dekat dengannya. Menurut ahli, dampak lainnya dari pola asuh Otoriter akan berpengaruh pada sifat anak, diantaranya kurang mendapatkan motivasi intral, tidak mempunyai kekuatan untuk mengatakan tidak, takut salah, takut mengemukakan pendapat, tidak mempunyai kekuatan memilih dan tidak bisa mengambil keputusan sendiri.

Lalu pola asuh Autoritatif yaitu pola asuh yang disarankan untuk diterapkan oleh orangtua, karena memberikan perilaku dan batasan yang jelas, konsisten dan tidak menggunakan kekerasan dalam mengasuh terhadap anak. Orangtua tidak membebaskan dan menerima begitu saja setiap perilaku anak, namun tidak juga memberikan kontrol yang berlebihan. Justru anak akan diberikan kesempatan untuk mencoba berbagai hal dan bertanggung jawab pada pilihannya dengan tetap mengawasinya. Dampak yang akan diterima anak dengan menggunakan pola asuh Autoritatif diantaranya, mudah bekerjasama dengan orang lain, lebih kreatif, percaya diri, memiliki keterampilan sosial yang baik, dan terampil dalam menyelesaikan masalah.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut iklan Tolak Angin Anak dengan menggunakan metode semiotika. Untuk itu peneliti memilih judul **“ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA POLA ASUH ANAK PADA IKLAN TOLAK ANGIN ANAK VERSI NANA MIRDDAD DAN LYDIA KANDOU DI TELEVISI”** (Level Realitias, Level Representasi, dan Level Ideologi pada Iklan).

1.2 Fokus Penelitian/Pertanyaan Masalah

1.2.1 Fokus Peneliatian

Mengingat luasnya pembahasan yang terdapat pada penelitian diatas, maka penulis memfokuskan penelitian ini pada **“Analisis Semiotika Makna Pola Asuh Anak Pada Iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou di Televisi”**.

1.2.2 Pertanyaan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Level Realitas pada iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou ?
- 2) Bagaimana Level Representasi pada iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou ?
- 3) Bagaimana Level Ideologi pada iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pertanyaan penelitian yang sudah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya :

- 1) Mengetahui Level Realitas pada iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou ?
- 2) Mengetahui Level Representasi pada iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou ?
- 3) Mengetahui Level Ideologi pada iklan Tolak Angin Anak versi Nana Mirdad dan Lydia Kandou ?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kedepannya. Kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini juga dibagi menjadi dua, diantaranya :

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan bahan kajian pengembangan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan serta memperluas pengetahuan mengenai Analisis Semiotika Iklan di Televisi.

- 2) Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang akan meneliti Iklan dengan menggunakan Analisis Semiotika.
- 3) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan, khususnya bagi peneliti komunikasi yang lainnya.