

## **Representasi Budaya Melayu Dalam Iklan Petronas Raya 2023: Satu Analisis Semiotik**

**Nurul Ashikin Abdul Halim, Normah Mustaffa dan Mohd Nor Shahizan Ali**

Universiti Kebangsaan Malaysia

p110784@siswa.ukm.edu.my; normahm@ukm.edu.my; shahizan@ukm.edu.my

### **ABSTRAK**

Saban tahun setiap kali menjelang perayaan di Malaysia, iklan Petronas menjadi tumpuan khalayak di dalam dan luar negara. Kebanyakan iklan Petronas memaparkan kepelbagaian budaya daripada pelbagai kaum dan etnik di Malaysia yang mempunyai keunikan tersendiri. Salah satu matlamat pengiklanan adalah untuk memperkenalkan dan mengekalkan ingatan pengguna tentang sesuatu jenama yang berada di pasaran. Simbol sama ada ia berbentuk visual ataupun perlakuan yang berbentuk gerak geri, isyarat, atau perkataan tertentu yang ditulis atau pertuturan menjadi ukuran penting dalam memahami sesuatu mesej yang disampaikan dalam iklan. Manusia banyak mengaitkan sesuatu simbol itu dengan semangat dalaman yang banyak menyentuh tentang kerohanian dan spiritual mengikut peradaban budaya masing-masing. Simbol dalam peradaban budaya Melayu yang dipaparkan dalam iklan Petronas seperti suasana tradisional di kampung menjadi dekat di hati khalayak yang mampu mengembalikan nostalgia silam. Namun begitu pemaparan budaya Melayu tanpa makna yang tepat akan mengundang salah faham yang kebiasaannya dianggap stereotaip atau klise bagi sesetengah khalayak yang dari pelbagai latar belakang. Sehubungan itu, kajian ini bertujuan untuk melihat representasi budaya Melayu di dalam iklan Petronas Raya 2023: 'Delima Irama' menerusi elemen 'mise- en -scene' untuk mengenalpasti simbol - simbol peradaban budaya Melayu. Dari situ, menerusi analisis semiotik pengkaji dapat membuat interpretasi makna pada simbol - simbol budaya Melayu yang telah dikenalpasti. Pendekatan kualitatif kaedah analisis kandungan diaplikasikan pada iklan berdurasi 10:10 minit yang ditayangkan di platform YouTube. Hasil kajian mendapati iklan ini sarat dengan simbol budaya Melayu seperti rumah tradisional, kostum, peralatan muzik, adat perkahwinan, bahasa dan peralatan dapur tradisional yang mudah dikenali. Manakala interpretasi makna di sebalik simbol-simbol semiotik yang digunakan dalam pemaparan budaya Melayu menepati dan melambangkan makna tertentu. Secara kesimpulannya, gabungan penggunaan simbol yang tepat dan mudah difahami telah menyerlahkan representasi budaya Melayu dengan lebih ekstensif dan mendalam.

**Kata kunci:** Budaya Melayu, representasi budaya, iklan, simbol, Youtube

### **PENDAHULUAN**

Saban tahun setiap kali menjelang perayaan di Malaysia, iklan Petronas menjadi tumpuan khalayak di dalam dan luar negara. Kebanyakan iklan Petronas memaparkan kepelbagaian budaya daripada pelbagai kaum dan etnik di Malaysia yang mempunyai keunikan tersendiri. 'Ombak Jahat' (2001), 'Al-kisah Janda Beranak Tujuh' (2003), 'Penarik Beca' (2004), 'Ayah' (2005) dan 'Aku Ingin Pulang' (2006) merupakan judul-judul iklan Petronas yang diarahkan oleh Yasmin Ahmad menjadi fenomena dalam kalangan khalayak iklan komersial televisyen di Malaysia seketika dahulu kerana ia mengangkat budaya masyarakat Malaysia sebenarnya. Seperti yang diketahui umum kebiasaannya iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk sesebuah syarikat, sebagai contoh Petronas mengeluarkan produk rangkaian petroleum tetapi memilih isu kemanusiaan untuk diketengahkan dalam iklannya.

Iklan adalah alat pengiklanan yang sangat perlu untuk menarik perhatian khalayak supaya peka terhadap sesuatu jenama (Firat, 2019). Mesej iklan yang digunakan perlu dititikberatkan kerana jika terdapat masalah dengan mesej iklan tersebut, ini akan mempengaruhi keberkesanan dalam menarik minat khalayak sasaran terhadap jenama yang diiklankan walaupun zaman berubah. Kemunculan platform media sosial sebagai alat multimedia yang berkembang dengan begitu pantas dan berupaya mengaut keuntungan apabila memasarkan sesuatu produk dengan berkesan (Gupta et al., 2017). Serentak itu, media sosial telah menjadi sebahagian perkara penting bagi syarikat-syarikat pada masa kini untuk berhubung dengan khalayak sasaran dan menyusun strategi yang berkesan untuk tarik perhatian mereka (Yuksel, 2016 dalam Abu Talib et al., 2020).

Iklan-iklan bertema kemanusiaan didapati sangat efektif di kalangan penonton kerana dapat membangkitkan rasa emosi penonton yang kemudiannya dikaitkan dengan produk yang diiklankan. Iklan yang berkaitan dengan budaya peradaban masyarakat majmuk membangkitkan nostalgia sukar dilupakan oleh khalayak kerana ia menyebabkan mereka mengimbas kembali pengalaman manis zaman silam dan seterusnya mewujudkan perasaan yang positif dihati penonton.

Menurut Tjetjep Rohendi Rohidi (2000) dalam Liza Marziana et al., 2015, manusia berfikir, berperasaan dan bersikap dalam ungkapan-ungkapan simbolis. Setiap simbol yang diungkap itu mempunyai fungsi tersendiri yang berasaskan dari kehidupan manusia yang hidup dalam konteks budaya. Budaya bermaksud seluruh objek material dan ideal-ideal kompleks yang digunakan oleh dalam individu dalam suatu masyarakat untuk menjalankan kehidupan kolektif mereka (Williams, 1970). Menurutnya budaya mengandungi enam unsur utama iaitu pengetahuan, kepercayaan, teknologi, bahasa, nilai dan norma. Manakala T. Jacob (1982) berpendapat cara manusia berpakaian, mengolah makanan, membuat rumah dan berkomunikasi dengan bahasa, bahkan seluruh lingkungannya adalah hasil pengolahan manusia. Maka sebab itulah dikatakan manusia itu tidak dapat hidup tanpa budaya.

Sehubungan itu setiap simbol yang diungkapkan mengandungi kepercayaan yang kebiasaannya merupakan inti dari agama, simbol-simbol kognitif yang membentuk ilmu pengetahuan, simbol-simbol penilaian moral yang membentuk nilai-nilai dan aturan-aturan, serta simbol pengungkapan perasaan atau simbol-simbol ekspresif (Bachtiar 1982 dalam Liza Marziana et al., 2015). Simbol boleh dilihat dalam bentuk visual ataupun perlakuan gerakgeri, isyarat, atau perkataan tertentu yang ditulis atau pertuturan. Dengan simbol inilah dilihat bagaimana sistem dalam kehidupan dapat bergerak dengan teratur mengikut kepada aturannya yang menuntut untuk manusia memahaminya secara jelas. Terdapat pelbagai simbol yang boleh kita kenali di dunia ini, kebanyakan manusia menjadikan simbol sebagai mewakili diri serta menjadikannya sebagai bahan pengajaran dan pembelajaran yang dikaitkan dengan semangat dalaman tentang kerohanian dan spiritual (Hisham, 2012).

Manusia yang dilahirkan sebagai seorang seniman itu tidak dapat lari dari menghubungkan fitrah seniman menyampaikan hasrat yang lahir dari jiwa manusia yang diterjemahkan oleh pemikiran dan amalan manusia terhadap kehidupan mereka melalui karya seni. (Ahmadrashidi 2006) Justeru itu, seniman seperti pelukis, pengarca, ahli seni cetak mahupun pereka visual bergerak selalu berusaha meningkatkan sensibiliti dan persepsi terhadap dinamika budaya masyarakatnya kerana persoalan itu hampir dan melingkari hidup mereka. (Ahmadrashidi 2006) Setiap seni yang dihasilkan memberikan suatu nilai dan maksud tertentu yang berupaya memberi manfaat dari sudut apresiasi tentang sosio, budaya masyarakatnya.

Dalam kajian Syed Husin Ali (2008), istilah Melayu dengan mengambil definisi sosial dan budaya Melayu itu merujuk kepada masyarakat yang tinggal di Semenanjung Malaysia dan di wilayah-wilayah Nusantara yang luas termasuklah Semenanjung Malaysia dan beribu pulau yang pada hari ini membentuk Republik Indonesia dan Filipina atau dikenali sebagai MalayoIndonesia.

Manakala definisi Melayu yang diberikan dalam perundangan berdasarkan Perlembagaan Persekutuan Malaysia (Perkara 160 (2) iaitu Melayu ertinya seseorang yang menganut agama Islam, lazim bercakap bahasa Melayu dan menurut adat istiadat Melayu. Sehubungan dengan itu, kepelbagaian etnik yang berbeza-beza itu menerbitkan kebudayaan yang berbeza-bagai dalam masyarakat Melayu. Budaya dalam masyarakat Melayu meliputi segala aktiviti dan amalan yang dilakukan pada setiap hari seperti merangkumi kesenian untuk memenuhi masa atau sumber pendapatan. (Rasid Ismail, 2014). Oleh yang demikian, penjelmaan simbol budaya Melayu dalam iklan adalah mengkhususkan kepada kebudayaan Melayu itu sendiri.

Aplikasi simbol, ikon dan tanda yang baik serta mudah difahami dalam sesebuah iklan bertema juga memainkan peranan yang penting. Gabungan elemen visual yang tepat menjadikan mesej dalam memertabatkan budaya Melayu lebih berimpak tinggi. Witte & Allen (2000) mendapati pengaplikasian elemen visual berserta mesej yang memiliki keberkesanan yang tinggi mampu menghasilkan perubahan tingkah laku yang besar. Simbol dalam peradaban budaya Melayu yang dipaparkan dalam iklan – iklan Petronas seperti suasana menyambut hari raya secara tradisional di kampung menjadi dekat di hati khalayak dan mampu mengembalikan nostalgia silam. Namun begitu pemaparan budaya Melayu tanpa interpretasi makna yang tepat akan mengundang salah faham yang kebiasaannya dianggap stereotaip atau klise bagi sesetengah khalayak yang dari pelbagai latar belakang.

Dalam istilah Sinematik, 'mise-en-scene' boleh dirujuk sebagai semua elemen filem yang kita lihat di hadapan kamera dan cara ia diatur (Bordewell dan Thompson, 2003). Elemen-elemen tersebut, termasuk hiasan, pencahayaan, ruang, pakaian dan lakonan, mempunyai peranan penting dalam menyampaikan mood kepada cerita dan menyampaikan makna kepada visual, dengan itu memainkan peranan penting dalam menandakan penguasaan naratif pengarah. Ia melibatkan komposisi visual, pergerakan dan kedudukan pelakon pada skrin dan ciri-ciri yang ditetapkan sebagai sebahagian daripada reka bentuk pentas (Barsam dan Monahan, 2010).

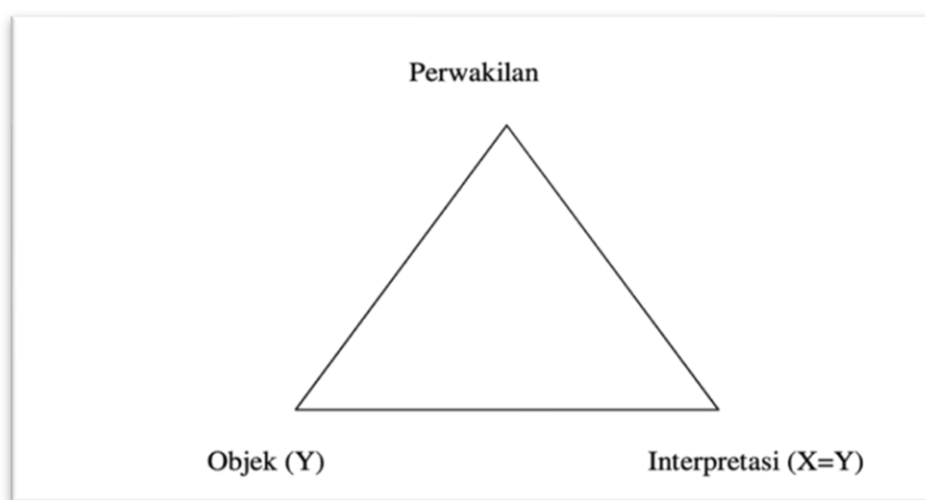
Ini perlu direalisasikan menerusi ruangan bingkai agar segala bentuk elemen itu dapat berkomunikasi untuk menyampaikan makna tersirat. Pengetahuan budaya dan falsafah sesebuah bangsa itu juga memainkan peranan penting supaya penyampaian makna itu tidak terikat dengan penggunaan aspek verbal iaitu dialog (Hisham et al., 2019).

Sehubungan itu, kajian ini adalah bertujuan untuk melihat representasi budaya Melayu di dalam iklan Petronas Raya 2023: 'Delima Irama' berdurasi 10:10 minit yang ditayangkan di platform YouTube yang mendapat 7.65 juta jumlah tontonan. Iklan ini diarahkan oleh pengarah filem tempatan terkemuka Hyrul Anuar, mengisahkan tentang seorang ayah dan anak lelakinya yang berkongsi minat dalam bidang muzik walaupun berbeza pandangan dan genre. Nadim, seorang komposer muzik kontemporari, dengan berat hati bersetuju untuk bermain gibus untuk kumpulan muzik tradisional bapanya di sebuah majlis terbuka puasa. Namun, persembahan itu berakhir dengan tercetusnya konflik antara mereka berdua sehingga mengguris perasaan. Nadim cuba menebus kesalahannya terhadap bapanya dengan mencipta lagu yang menggabungkan muzik tradisional dan moden. Akhirnya terubat kemarahan bapanya apabila mendengar lagu tersebut yang masih menebal dengan irama tradisional. Iklan ini menggambarkan budaya masyarakat turun-temurun yang kaya dengan seni dan adab yang tinggi. Terdapat dua objektif dalam kajian ini; i) mengenalpasti simbol - simbol peradaban budaya Melayu menerusi elemen 'mise-en-scene' dalam iklan tersebut, ii) membuat interpretasi makna pada simbol - simbol budaya Melayu yang telah dikenalpasti dengan mengaplikasi analisis semiotik.

## METODOLOGI

Pendekatan kualitatif kaedah analisis kandungan diaplikasikan dalam kajian ini. Bagi membentuk kategori dalam analisis kandungan, penceritaan visual dalam iklan 'Delima Irama' dikategorikan kepada empat elemen 'mise-en-scene' (i) latar, (ii) watak, (iii) prop dan (iv) kostum. Analisis Semiotik bermula dengan definisi objek analisis dan pengumpulan teks (kumpulan tanda) untuk dianalisis, iaitu penceritaan visual dalam iklan 'Delima Irama'. Simbol - simbol yang muncul dalam penceritaan visual yang dikaji akan disenaraikan. Pada peringkat seterusnya, hasil analisis taksonomi penceritaan visual akan digambarkan oleh penyelidik sebagai tafsiran teori tanda Peirce (1839-1914). Stokes (2003) menyatakan bahawa analisis semiotik didahului dengan menentukan objek analisis dan pengumpulan teks (kumpulan tanda) yang akan dikaji. Analisis semiotik dalam kajian ini dilakukan melalui analisis taksonomi (klasifikasi), analisis berdasarkan fokus pada salah satu domain sebagai objek analisis.

Analisis Semiotik oleh Peirce (1839-1914) diaplikasikan dalam kajian ini, yang merujuk kepada tanda sebagai perwakilan, manakala objek adalah konsep, objek atau idea. Menurut Berger (2000), Pierce mempunyai konsep yang berbeza untuk menerangkan tanda dan ia menggunakan tiga jenis tanda: ikon, indeks, dan simbol. Pierce menyatakan bahawa tanda adalah perwakilan dan konsep, objek, idea, yang dirujuk sebagai objek. Pada masa yang sama, maknanya ialah persepsi, pemikiran dan perasaan yang diperoleh daripada tanda yang diberikan istilah 'tafsiran' (Danesi, 2004). Model yang ditandatangani yang dikemukakan oleh Peirce (1839-1914) adalah *trichotomy* atau *triadic*. Menurut Peirce (1839-1914), proses makna tanda mengikut hubungan antara tiga titik adalah perwakilan (R), objek (O), dan tafsiran (I). R adalah sebahagian daripada tanda yang kelihatan secara fizikal, yang merujuk kepada sesuatu yang diwakilinya (O), maka I adalah sebahagian daripada proses yang mentafsirkan hubungan R dan O.



Gambar rajah 1. Tanda "Peircean" (1839 -1914).

## DAPATAN DAN PERBINCANGAN



Gambar rajah 2. Judul iklan raya Petronas “Dilema Irama”.

### Latar (lokasi)

Seperti dalam gambar rajah 2, judul iklan “Dilema Irama” ditulis dalam Bahasa Melayu yang diaplikasikan tanda atau simbol titik kepada huruf Jawi atau seni kaligrafi Islam iaitu pada huruf ‘i’ dan di awal dan akhir perkataan ‘Irama’. Seni khat dan Jawi merupakan komponen yang dapat melengkapi keindahan tulisan al-Quran dengan memiliki etika dan estetika (Abdullah Yusof, 2004). Selain itu ia boleh ditonjolkan sebagai salah satu jenis khat (tulisan) yang boleh menjadi simbol keunggulan kesenian dalam tamadun Islam.



Gambar rajah 3. Nama jalan.

Gambar rajah 3 menunjukkan papan tanda menunjukkan nama jalan iaitu ‘Persimpangan Jalan Sawah’ yang ditulis dalam jenis tulisan iaitu Jawi dan Bahasa Melayu. Simbol disebalik papan tanda ini adalah tujuan utamanya untuk menunjukkan sesuatu lokasi, secara langsung khalayak dapat mengetahui lokasi dalam iklan ini adalah di Pontian, Negeri Johor. Selain itu, penggunaan Bahasa Melayu diaplikasikan pada papan tanda ini seperti yang termaktub dalam perlembagaan Perkara 152 (1) memperuntukkan bahawa bahasa kebangsaan ialah bahasa Melayu. Peruntukan ini dianggap penting kerana bahasa merupakan jambatan penghubung antara masyarakat yang berbilang budaya dan etnik. Hal ini kerana kepelbagaian bahasa yang tidak difahami secara meluas antara satu sama lain boleh menimbulkan salah faham yang akhirnya menjurus kepada ketegangan dan konflik. Selain itu, Bahasa Melayu juga menjadi satu lambang penyatuan dan jati

diri semua kaum di negara ini selaras dengan prinsip “Bahasa Jiwa Bangsa” (Nazri Muslim et al., 2011).

Dalam masyarakat Melayu moden hari ini, pokok padi dianggap sebagai sesuatu yang hanya menghasilkan beras sebagai makanan ruji masyarakat tanpa melihat peranan dan fungsinya yang lebih besar. Falsafah dalam proses penghasilan padi, beras dan sehingga menjadi nasi tidak dihayati oleh masyarakat. Berbeza dengan masyarakat Melayu tradisi yang menganggap bahawa padi sebagai sesuatu yang sangat bermakna dalam masyarakat. Wan Abdul Kadir Wan Yusoff (1992) menjelaskan lagi bahawa: “Berasaskan kepada kegiatan menanam padi, penghidupan orang Melayu berkisar kepada perlakuan-perlakuan yang berkaitan dengannya. Padi mempengaruhi pemikiran dan perlakuan mereka dan seterusnya memainkan peranan penting dalam membina tradisi yang kukuh.” Sawah mempunyai perkaitan rapat dengan padi kerana ia adalah tempat padi itu ditanam, Penjelasan oleh Wan Abdul Kadir menunjukkan bahawa unsur padi dalam masyarakat Melayu mampu membina intelektual masyarakat dalam pelbagai sudut berdasarkan lingkungan yang mempengaruhi padi. Selain mengangkat nilai tradisi masyarakat Melayu, pengarah iklan ini sengaja memilih visual latar nama jalan ‘Persimpangan Jalan Sawah’ sebagai simbolik kepada ‘persimpangan’ sinonim kepada ‘dilema’ (nama judul iklan ini).

Elemen/ Simbol	Representasi (X)	Objek (Y)	Interpretasi (X+Y) makna simbol
Latar	'Persimpangan Jalan Sawah'	Nama tempat	Mewakili atau representasi majoriti masyarakat Melayu di sesuatu kawasan

### Latar (Set)



Gambar rajah 4. Latar ruang tamu rumah kampung (dinding kayu ukir).



Gambar rajah 5. Latar tingkap rumah kampung (seni ukir kayu).



Gambar rajah 6. Latar anjung rumah tradisonal Melayu.

Elemen/ Simbol	Representasi (X)	Objek (Y)	Interpretasi (X+Y) makna simbol
Latar	Rumah tradisonal Melayu	Pembinaannya kukuh yang mempunyai nilai estetika yang tinggi	Gambaran keperibadian masyarakat Melayu yang cintakan kedamaian dan tidak sukakan pertelingkahan

Rumah kampung yang diperbuat daripada kayu, jelas dipaparkan pada gambar rajah 4, 5 dan 6. Rumah kampung adalah elemen yang dominan dan dijadikan sebagai latar belakang dalam iklan. Dari perspektif umum, kampung adalah sebuah kawasan penempatan penduduk luar bandar yang memiliki kemudahan awam sederhana dan ada juga yang daif. Rumah-rumah di kampung tidak tersusun dan senibinanya diperngaruhi ciri-ciri senibina Melayu mengikut negeri masing-masing (A Samad Ahmad, 1990). Misalnya rumah kampung tradisional Melayu Melaka mempunyai struktur bumbung tinggi yang curam dengan ruang beranda serta tangga batu.

Nmaun berbeza dalam iklan ini, melalui pemaparan dalam gambar rajah 4, 5, 6 khalayak dapat melihat dengan jelas rumah kampung yang diperbuat dari kayu kukuh berwakna coklat yang diukir kemas. Dinding dan tiang rumah diperbuat daripada kayu dan terdapat ukiran yang sarat kesenian pada setiapnya. Dekorasi seperti perabot, tirai dan susun atur hiasan dalam rumah rapi dan mempunyai nilai estetika tersendiri. Ukiran kayu ialah salah satu karya seni tertua dalam masyarakat Melayu.

Seorang penulis Melayu Abdullah Muhammad dalam kajian Izani Mat (2013), menterjemahkan ekspresi seniman ukiran tradisional Melayu dalam bentuk bahasa indah, yakni kini bahasa indah tersebut akhirnya diangkat menjadi falsafah ukiran kayu tradisional Melayu. Salah satu falsafahnya “Tajam Tidak Menujah Lawan” ialah manifestasi ekspresi kedamaian. Secara visual pada motif ukiran kayu tradisional yang berbentuk tajam seniman ukir akan menyelisihkannya atau mengelakkannya dari bertembung antara dua motif yang tajam. Visual tersebut adalah gambaran keperibadian masyarakat Melayu yang cintakan kedamaian dan tidak sukakan pertelingkahan.

Gaya hidup masyarakat kampung tidak terlalu gopoh lantas menjadikan peredaran masa di kampung seakan-akan perlahan. (Azhar Harun, 2021) Dari sudut naratif rumah kampung menyentuh emosi kerana ia menyimpan pelbagai kenangan silam. Rumah kampung kelihatan kukuh berdiri dengan bangga walaupun zaman telah berubah. Ini memberi erti bahawa imej kampung dan budaya penduduknya akan sentiasa dihayati dari satu generasi ke generasi yang lain.





Gambar rajah 7. Latar di majlis perkahwinan Melayu.

Elemen/ Simbol	Representasi (X)	Objek (Y)	Interpretasi (X+Y) makna simbol
Latar	Pengantin bersanding	Pasangan sudah berkahwin	Memberitahu masyarakat sekeliling tentang perkahwinan agar tidak menimbulkan fitnah

Berdasarkan gambar rajah 7, dipaparkan orang ramai riang gembira berkumpul meraikan perkahwinan sepasang pengantin bersanding atas pelamin dan memakai busana tradisional berwarna hijau yang sarat dengan hiasan mirip Raja Melayu. Bersanding bermaksud duduk bersebelahan di satu tempat yang istimewa. Amalan ini dianggap kemuncak majlis perkahwinan dalam adat resam perkahwinan orang Melayu. Tujuan asal majlis bersanding ini ialah untuk memperkenalkan pengantin yang bergelar raja sehari kepada orang ramai. Memang seharusnya mereka diperkenalkan sebagai pasangan suami isteri. Lebih-lebih lagi kebanyakan tetamu yang datang ke majlis walimah itu adalah bertujuan melihat dan menatap wajah pasangan raja sehari.

### Watak



Gambar rajah 8. Nama watak bapa.



<b>Elemen/ Simbol</b>	<b>Representasi (X)</b>	<b>Objek (Y)</b>	<b>Interpretasi (X+Y) makna simbol</b>
Watak	Lelaki bernama Tukiman bin Tokyeh	Nama gelaran Man Gambus kerana pandai bermain gambus	Seorang berbangsa Melayu yang mudah disenangi

Gambar rajah 8 memperkenalkan watak penting dalam iklan ini iaitu bapa yang bernama Tukiman bin Tokyeh atau nama gelarannya Mak Gambus. Masyarakat setempat menggelarkannya Man Gambus kerana beliau pandai bermain dan membuat gambus. Nama Tukiman bin Tokyeh adalah nama yang diberikan kepada masyarakat Melayu campuran Jawa yang kebiasaannya tinggal di Johor. Dalam kajian Likin (2009) menyatakan bahawa keberadaan orang Jawa di Malaysia amnya dan di Johor khususnya adalah bukti penghijrahan keluar orang Jawa daripada negara asal iaitu Indonesia. Hakikatnya kewujudan ketunman Jawa bukan sahaja di Malaysia tetapi di negara-negara lain seperti Suriname, New Caledonia, Belanda, Singapura dan lain-lain. Biarpun generasi pertama yang berhijrah telah tiada tetapi budaya Jawa yang diajarkan kepada anak cucunya tetap hidup hingga ke hari ini.

## PROP

### Alat Muzik Tradisional Melayu



**Gambar rajah 9.** Alat muzik tradisional.

Dalam gambar rajah 9, dipaparkan babak sekumpulan lelaki berpakaian tradisional baju Melayu lengkap dengan alat-alat muzik tradisional seperti gambus, kompang, gitar, akordion dan alat-alat muzik penting lain dalam Ghazal. Di dalam persembahan ghazal ini juga alat-alat muzik yang digunakan adalah seperti gambus, violin, akordian, seruling, drum atau rebana. Namun perubahan masa dan juga pengaruh muzik semasa persembahan ghazal turut menggunakan alat muzik seperti saxophone, trumpet, marakas, kerincing dan bongo. Ghazal merupakan satu kesenian tradisional masyarakat Melayu Negeri Johor yang popular dewasa ini. Pada peringkat permulaannya, seni muzik ghazal ini disebut sebagai qamat yang bererti nyanyian dan berihuh rendah dikatakan berasal dari Tanah Arab. Gambus alat muzik yang berasal dari Timur Tengah ini merupakan alat muzik bertali yang perlu ada dalam Ghazal Johor seperti dalam gambar rajah 10. Gambus merupakan sejenis alat muzik bertali tradisional di Malaysia. Ia berbentuk seperti buah pear yang dibelah dua. Gambus tergolong dalam alat muzik jenis 'petik' yang dikatakan berasal dari Timur Tengah. Gambus terdapat dalam pelbagai jenis iaitu dari gambus tiga tali sehingga gambus yang mempunyai 12 tali.



Gambar rajah 10. Alat muzik tradisional gambus.

Elemen/ Simbol	Representasi (X)	Objek (Y)	Interpretasi (X+Y) makna simbol
Prop	Gambus	Alat muzik dalam persembahan Ghazal	Peranan muzik memberi ketenangan dan menyatukan masyarakat

#### Alat Perkakasan Hidangan Makanan Tradisional



Gambar rajah 11. Peralatan hidangan makanan tradisional Melayu.

Gambar rajah 11 memaparkan babak majlis kenduri yang dihadiri keluarga dan sahabat terdekat meraikan kejayaan anak Man Gambus menyambung pelajaran ke universiti. Para tetamu disajikan makanan yang diletakkan dalam dulang logam tradisional, bekas cuci tangan berwarna perak, pinggan seramik di atas hamparan tikar mengkuang.

Elemen/ Simbol	Representasi (X)	Objek (Y)	Interpretasi (X+Y) makna simbol
Prop	Dulang	Menyatukan bekas makanan dalam satu bekas besar	Semangat bermasyarakat harmoni
	Bekas cuci tangan	Alat bersihkan tangan	Kebersihan asas keimanan
	Pinggan seramik motif bunga	Bekas letak makanan	
	Tikar mengkuang		

### Kostum



Gambar rajah 12. Baju melayu lelaki.



Gambar rajah 13. Baju kurung Wanita.

Seperti yang dipaparkan pada gambar rajah 12 dan 13, berikut adalah pakaian tradisional masyarakat Melayu dari zaman dahulu hingga kini apabila sambut hari raya, ke majlis kenduri, majlis keagamaan dan pakaian rasmi bagi kerajaan pada hari Jumaat.

<b>Elemen/ Simbol</b>	<b>Representasi (X)</b>	<b>Objek (Y)</b>	<b>Interpretasi (X+Y) makna simbol</b>
Kostum	Baju melayu lelaki, songkok dan sampin	Dipakai oleh lelaki Melayu untuk meraikan perayaan atau ke majlis keagamaan	Seorang lelaki beragama Islam yang memahami adat dan budaya. sekaligus mewakili bangsanya
	Baju kurung wanita	Dipakai oleh Wanita Melayu untuk meraikan perayaan atau ke majlis keagamaan	Seorang wanita beragama Islam yang memahami adat dan budaya. sekaligus mewakili bangsanya. Mempunyai nilai kesopanan yang tinggi

## KESIMPULAN

Iklan yang berkaitan dengan budaya peradaban masyarakat majmuk membangkitkan nostalgia sukar dilupakan oleh khalayak kerana ia menyebabkan mereka mengimbas kembali pengalaman manis zaman silam dan seterusnya mewujudkan perasaan yang positif dihati penonton. Penggunaan simbol, ikon dan tanda yang baik serta mudah difahami dalam iklan juga memainkan peranan yang penting. Dapatan menunjukkan bahawa simbol-simbol yang dikenali pasti menerusi 'mise-en-scene' dalam iklan ini mudah dikenali. Manakala interpretasi makna di sebalik simbol-simbol semiotik yang digunakan adalah setiap imej yang dimasukkan dalam rekaan penceritaan visual iklan menepati dan melambangkan makna tertentu. Penggunaan teori semiotik oleh Saussure, Peirce (1839-1914) yang semakin meluas ke pelbagai disiplin ilmu, memberikan sumbangan keilmuan terhadap kepelbagaian ilmu dalam dunia pendidikan. Secara kesimpulannya, gabungan penggunaan simbol yang tepat dan mudah difahami dalam penceritaan visual memainkan peranan penting untuk menyampaikan mesej positif kepada khalayak dalam meninggikan nilai peradaban budaya Melayu sekaligus memupuk apresiasi masyarakat terhadap kewujudannya sejak dari zaman nenek moyang lagi.

## RUJUKAN

- Abdullah Yusof. 2004. Seni Islam. Siri Pengajian Usuluddin Universiti Malaya. Kuala Lumpur: Terbitan UMCCed.
- Abdul Rasid Ismail. 2014. Alam Sebagai Motif Kraftangan Fabrik Melayu Tradisi. Kuala Lumpur: Penerbit UiTM.
- Abu Talib, Zuraidah & Shahnun, Nur & Noor, Nurul. (2020). Nilai Iklan Dan Niat Pembelian Di Atas Talian Di Youtube. *Asian People Journal (Apj)*. 3. 1-11. 10.37231/Apj.2020.3.Si1.232.
- Azhar Harun (2021) Analisis Iklan Hari Raya Petronas "Pulang ke Ke pangkuan Ibunda International Journal of Art & Design(Online), Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka Vol. 4, Number 2, February/2021, Pg 8-18.
- Barsam, R. M. and Monahan, D. (2010). 'Looking at Movies: An Introduction to Film'. New York: W.W. Norton.
- Danesi, M. 2004. Message, sign, and meanings: A basic text book in semiotics and communication theory. Toronto: Canadian Scholar's Press.
- Izani Mat Il M. Hum (2013). *Jurnal Seni dan Pendidikan Seni* ISSN 2289-4640 / Vol. 1 (2013) / (26-32).

- Likin, S. (2009). Kelestarian Budaya Orang Melayu Keturunan Jawa dan Perdamaian: Kajian Kes di Pontian Johor.
- Marziana, Liza & Noh, Mohammad & Haron, Hamdzun & Samian, Abdul & Hasan, Ahmad & Dolah, Jasni. (2015). Analisis Formalistik Dalam Memaknai Simbol Budaya Melayu Abstrak 012-6304441. *International Journal Of Creative Future And Heritage (Teniat)*. 3. 10.47252/Teniat.V3i2.323.
- Mustopo, M. Habib. 1983. *Ilmu Budaya Dasar, Manusia dan Budaya: Kumpulan Essay*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Hisham, M Fazmi. (2012). *Jurnal: Simbolisme Dalam Filem Melayu: Analisis Terhadap Hubungan Watak dan Simbol*.
- Hisham, M Fazmi & md. dawam, Zairul & Achin, I. (2019). Analisis Semiotik Watak dalam Filem "Terbaik dari Langit. 10.35631/ijham.250010.
- Stokes, J. 2003. *How to do media and cultural studies*. London: Sage Publication.
- Thompson, N. (2003). *Communication and Language. A Handbook of Theory and Practice*, London: Palgrave MacMillan.
- Wan Abdul Kadir Wan Yusuf. 1992. *Urbanisasi dan modenisasi budaya Melayu*. Kuala Lumpur, Malaysia: Akademi Pengajian Melayu.
- <iframe width="560" height="315" src="https://www.youtube.com/embed/llQnF45k2\_k" title="YouTube video player" frameborder="0" allow="accelerometer; autoplay; clipboard-write; encrypted-media; gyroscope; picture-in-picture; web-share" allowfullscreen></iframe>.