

**ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN  
LAYANAN MASYARAKAT “INI GAK LUCU”  
DALAM MEMINIMALISIR KASUS PERUNDUNGAN  
DI KALANGAN REMAJA**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**T.NORAZELIA DELANIE**

**1903110239**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Penyiaran**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA  
UTARAMEDAN**

**2023**

## PENGESAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama : T. Norazelia Delanie  
NPM : 1903110239  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Kamis, 31 Agustus 2023  
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : Corry Novrica AP Sinaga, S.Sos, M.A

PENGUJI III : Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom

(.....)  
(.....)  
(.....)



### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



UMSU  
Unggul | Terpercaya

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh :

Nama : T. Norazelia Delanie  
NPM : 1903110239  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” Dalam Meminimalisir Kasus Perundungan di Kalangan Remaja

Medan, 04 Oktober 2023

Pembimbing

Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0120057303

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi

Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

## PERNYATAAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan ini saya, T.Norazelia Delanie, NPM 1903110239, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 05 Oktober 2023

Yang Menyatakan,



20  
METERA  
TEMPEL  
3D5AKX663934121

**T.Norazelia Delanie**

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur yang dalam senantiasa penulis ucapkan hanya kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan nikmat dan iringan rahmat-Nya kepada kita semua. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam yang telah membawa zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah. Semoga kita menjadi ummat yang mendapat syafa'atnya di akhirat kelak. Aamiin.

Alhamdulillah berkat rahmat Allah yang Maha Kuasa dan juga hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat Ini Gak Lucu Dalam Meminimalisir Kasus Perundungan di Kalangan Remaja**” sebagai tugas akhirdan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada **Ayahanda Tengku Hermansyah** dan **Ibunda Wismar Wulandari** yang dengan tulus selalu menjadi orang terdepan yang memberikan do'a , kasih sayang dan dukungan baik moril dan materi sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang ini. Semoga Ayah dan Mama selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada Abang yang penulis sangat cintai khususnya **Prada T.Onie Herlandrie** yang selalu mendukung dan berkorban dalam banyak hal untuk penulis.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih juga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Ribut Priadi S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak, Ibu Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Teman-teman seperjuangan penulis Muhammad Rofii Harahap S.I.Kom, Froza

Vitria BTanjung S.I.Kom, RaniSyah fitri S.I.Kom, Dewi Syafira S.I.Kom, Deny Trinita S.I.Kom, Ayudiah Fahira Damanik S.I.Kom, Tony Dwi Suprada S.I.Kom, Akmal Rinaldi Tambunan, Bayu Adjie Nugraha, Jiddan Pasha Siahaan, Amri Rahman, Fatwa Prayoga, Raihan Habibi S.I.Kom yang selalu jadipendengar dan penasihat yang baik. Semoga Allah balas semuanya dengan halyang jauh lebih baik lagi.

11. Sahabat baikku di kos ampera VII no.35 Iryani Adha S.P, Elsa Widya Vitania Br Sembiring, Yunisa Naila Putri yang sudah penulis anggap sebagai saudara kandung sendiri di rantau Kota Medan ini. Semoga Allah balas semua kebaikan kalian dengan hal yang jauh lebih baik lagi.
12. Sahabat kecilku Levia Ayu Azrianti S.Pd, Cindy Apriliani S.P, Baby Youlanda Nasution yang selalu mensupport penulis.
13. Agus Firmansyah Surbakti yang selalu memberikan semangat dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Abang, kakak, dan adik-adik PK IMM FISIP UMSU yang banyak membantu di masa perkuliahan.
15. Teman-teman sekelas yang juga sedikit banyaknya juga banyak membantu.
16. Seluruh pihak yang membantu dan menyelesaikan skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, Aamiin.
17. Dan terimakasih buat diri penulis sendiri yang sudah mampu menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman

penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis  
harapkan.

**Medan, 21 Agustus 2023**

Penulis

T.Norazelia Delanie

1903110239

**ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT “INI GAK LUCU” DALAM MEMINIMALISIR KASUS  
PERUNDUNGAN DI KALANGAN REMAJA**

**T.NORAZELIA DELANIE**

**1903110239**

**ABSTRAK**

Periklanan atau *advertising* adalah bentuk kegiatan komunikasi nonpersonal yang disampaikan lewat media dengan menyebarkan pesan komunikasi kepada khalayak, Iklan diadakan untuk memberikan informasi dan membujuk. Iklan ini bercerita tentang peserta didik baru Sekolah Menengah Atas (SMA) mengalami “toxic masculinity” atau kasus perundungan oleh senioritas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui makna pesan dalam iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” melalui pendekatan Semiotika Roland Barthes. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana meminimalisir kasus perundungan di senioritas lingkungan sekolah. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif. Analisis data dalam Iklan ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes, Dimana analisis penelitian ini menekankan kepada pencarian makna Denotasi, Konotasi dan Mitos. Hasil yang diperoleh peneliti berkaitan dengan makna pesan dalam iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” peneliti menemukan adanya makna pesan nilai kepedulian yang cukup baik mengenai semua dukungan, dan terdapat tindakan saling memberikan suport dan semangat untuk berani speak-up dan melakukan gerakan bersama agar tidak melakukan perundungan terhadap remaja di lingkungan senioritas sekolah.

*Kata Kunci : Makna pesan, Analisis Semiotika Metode Roland Barthes, Iklan “Ini Gak Lucu”, Perundungan, Remaja.*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Mamfaat Penelian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II URAIAN TEORITIS .....</b>	<b>7</b>
2.1 Komunikasi .....	7
2.2 Komunikasi Massa .....	8
2.3 New Media .....	9
2.4 Iklan.....	10
2.5 Tari Balet .....	13
2.6 Masculinity .....	17
2.7 Feminisme .....	21
2.8 Perundungan.....	23
2.9 Remaja.....	26
2.10 Tinjauan Umum Semiotika.....	26
2.11 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Kerangka Konsep.....	31
3.3 Defenisi Konsep .....	31

3.3.1 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	31
3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat.....	32
3.4 Kategorisasi Penelitian .....	33
3.5 Tehnik Pengumpulan Data .....	34
3.6 Tehnik Analisis Data .....	34
3.7 Waktu Lokasi Penelitian.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Profil Iklan Layanan Masyarakat Ini Gak Lucu .....	35
4.2 Sinopsis Iklan Layanan Masyarakat Ini Gak Lucu.....	36
4.2 Analisis Data .....	37
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>45</b>
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	33
Tabel 4.1 Analisis Semiotika Denotasi, Konotasi, Mitos Scane 1 .....	39
Tabel 4.2 Analisis Semiotika Denotasi, Konotasi, Mitos Scane 2 .....	40
Tabel 4.3 Analisis Semiotika Denotasi, Konotasi, Mitos Scane 3 .....	42
Tabel 4.4 Analisis Semiotika Denotasi, Konotasi, Mitos Scane 4.....	43

## **DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 4.1 Scene ke-1 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu” ... 38
- Gambar 4.2 Scene ke-2 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu” ... 40
- Gambar 4.3 Scene ke-3 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu” ... 42
- Gambar 4.4 Scene ke-4 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu” ... 43

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Periklanan atau *advertising* adalah bentuk kegiatan komunikasi nonpersonal yang disampaikan lewat media dengan menyebar luaskan pesan komunikasi kepada khalayak untuk memberitahukan sesuatu atau menawarkan barang atau jasa kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial Dengan menyewa media massa. Iklan diadakan untuk memberikan informasi dan membujuk. Iklan atau *advertising* menurut Morissan (2010) dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui.

Terdapat jenis iklan yang ditampilkan kepada khalayak, dari iklan produk hingga iklan layanan masyarakat atau jasa. pengaruh iklan terhadap orang yang melihatnya secara umum dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi, sedangkan secara khusus setelah melihat tayangan iklan tersebut diharapkan secara langsung dapat terpengaruh sehingga dapat mengerti isi pesan yang terdapat pada iklan tersebut.

Tidak bisa dipungkiri, keberadaan teknologi saat ini sudah menyebar luas di kehidupan manusia dan sudah menjadi suatu kebutuhan bukan lagi keinginan, karena di era sekarang ini sudah memasuki era digital yang dimana hampir seluruh tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Era digital ini juga mempengaruhi aksesibilitas informasi yang semakin mudah khususnya dalam media

digital seperti website, media sosial dan video, salah satunya media yang digunakan ialah *Youtube*.

*Youtube* merupakan situs berbagi media (*media sharing*), yakni jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari video, audio, dan gambar. Kehadiran *Youtube* merupakan wadah untuk menciptakan karya seni. Memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk melakukan *sharing* video apa saja, misalnya music, film, video klip, tutorial atau apapun yang berbentuk audio dan video. *Youtube* ini sendiri juga merupakan salah satu bentuk media massa untuk beriklan. Iklan-iklan di *youtube* nampak begitu hidup dan nyatamaka sehingga sangat kuat pengaruhnya untuk mempersuasikan orang lain.

Salah satu bentuk informasi yang bisa dengan mudah didapatkan adalah iklan. Selain sebagai bentuk promosi komersial, terdapat juga iklan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu tindakan atau keputusan yaitu iklan layanan masyarakat (ILM). Sama seperti iklan pada umumnya, Iklan layanan masyarakat tidak lepas dari ajakan kepada orang lain untuk mengikuti arahan atau himbuan pembuat iklan baik itu dari pihak individu, komunitas, pemerintahan maupun instansi – instansi lainnya yang biasanya iklan tersebut dibuat karena munculnya suatu keresahan akan hal tertentu. Iklan ini biasanya muncul karena kondisi negara/masyarakat sedang dilanda masalah sosial.

Iklan layanan masyarakat terhadap masyarakat sangat penting karena setiap tayangan pasti mengandung suatu adegan maupun cerita dan makna yang terkandung dalam setiap tayangan pengiklanan, salah satu contohnya adalah tayangan iklan yang di buat oleh Kementerian Pendidikan Kebudayaan Republik

Indonesia dengan judul “Ini Gak Lucu”, mereka membuat iklan layanan masyarakat dengan representasi “*Toxic masculinity*” yang dihadirkan dan dikemas dengan kasus perundungan, dan dari iklan tersebut juga sebagai ajakan untuk remaja agar dapat menyikapi hal-hal tersebut. Iklan ini ditayangkan melalui chanel youtube cerdas berkarakter kemdikbud RI yang berdurasi 4:31 menit.

Iklan tersebut menceritakan seorang siswa pria yang memiliki bakat tari balet dan mengalami “*Toxic masculinity*” atau perundungan dari kakak kelasnya saat pelaksanaan ospek sekolah, penyebab siswa tersebut mengalami perundungan dikarenakan karna siswa tersebut memiliki bakat seni tari balet yang dianggap tari balet tersebut itu hanya diperuntukkan untuk perempuan. Dan iklan tersebut juga memberikan ajakan bagaimana cara menyikapi “*Toxic masculinity*” dan perundungan untuk kalangan remaja lingkungan sekolah.

*Toxic masculinity* dan masalah perundungan ini sering terjadi, namun banyak orang menganggap hal ini biasa. Padahal bila ditelusuri lebih lanjut, akibat dari perundungan sangatlah berpengaruh pada psikologi seseorang. Perundungan marak terjadi pada anak usia 13-15 tahun karena usia ini merupakan tahap remaja awal dimana emosi mereka masih labil dan mereka lebih percaya teman dari pada orang tua. Permasalahan ini semakin menjadi parah bila tidak segera ditangani. Oleh karena itu, iklan layanan masyarakat ini dibuat dengan cara memberikan edukasi bagaimana cara menyikapi hal tersebut dengan berani “Bicara Untuk Mengerti”, sehingga bila ada masalah seperti perundungan, kita dan sekitar kita bisa segera bertindak dan membantu menyelesaikannya masalah perundungan tersebut.

Analisis Semiotika Roland Barthes mengkaji tanda dan bagaimana tanda itu bekerja, pemikiran ini didasari oleh pemikiran Saussure mengenai tanda yang dibaginya menjadi penanda, dimana analisis Barthes dibagi menjadi beberapa tahap analisis yaitu denotasi, konotasi, dan mitos

Bahasa menghadirkan kode-kode yang makna tandanya bersifat tersembunyi. Makna tersembunyi ini adalah makna yang menurut Barthes merupakan Kawasan ideologi atau mitologi. Berdasarkan hal-hal yang disebutkan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan analisis semiotika sebuah Iklan berdasarkan kode-kode Roland Barthes yang terdapat pada Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” Peneliti perlu menyuarakan bagaimana pentingnya berani untuk berbicara dan menyikapi masalah “*Toxic masculinity*” dan Perundungan . Tulisan ini di jadikan judul Skripsi yaitu “SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “INI GAK LUCU” DALAM MEMINIMALISIR KASUS PERUNDUNGAN DI KALANGAN REMAJA.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, Penulis memberikan batasan masalah agar lebih terarah dan tepat pada sasaran. Batasan masalah sangat penting sehingga dapat dimengerti dengan mudah dan baik. Peneliti sengaja membatasi pengambilan adegan adegan dalam video iklan “Ini Gak Lucu” yang dianggap memiliki simbol makna pesan dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas dan untuk memperjelas permasalahan yang dibahas , analisis ini merumuskan masalah tersebut : Bagaimana makna pesan

iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” kementerian pendidikan kebudayaan republik indonesia.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari makna pesan yang terdapat di dalam iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” melalui analisis semiotika Roland Barthes. Dan mengajak remaja bagaimana menyikapi perundungan dan “*Toxic masculinity*” dan cara meminimalisir perundungan dikalangan remaja didalam iklan “Ini Gak Lucu” tersebut.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun mamfaat penelitian ini adalah :

a) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai iklan layanan masyarakat. Serta memberikan edukasi untuk meminimalisir perundungan dikalangan remaja.

b) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi akademisi yang mengambil bidang ilmu komunikasi terkhususnya yang menaruh minat pada konsentrasi broadcasting atau penyiaran . Dan juga menjadi bahan rujukan untuk peneliti yang mengkaji tentang makna pesan moral dalam iklan layanan masyarakat dengan menggunakan analisis Roland Barthes.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Pada penulisan skripsi ini penulis membuat suatu sistematika dengan penulisan menjadi V ( Lima ) bab yaitu:

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisi mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai apa itu komunikasi dan komunikasi massa, new media, iklan sebagai komunikasi massa dan semiotika Roland Barthes.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini menjelaskan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Temuan hasil analisis semiotika makna pesan iklan layanan masyarakat “ini gak lucu” dalam meminimalisir kasus perundungan dikalangan remaja.

### **BAB V : PENUTUP**

Terdiri dari simpulan dan saran hasil penelitian.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi**

Komunikasi merupakan aktifitas yang paling banyak dilakukan oleh manusia dan tidak dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan alat dasar untuk mentransformasikan informasi ke informasi lainnya terutama dalam menjalin hubungan sosial. Manusia diciptakan Tuhan dibekali dengan dua peran sekaligus yaitu sebagai makhluk pribadi dan makhluk sosial. Untuk menjalankan kedua peran tersebut, manusia memerlukan sebuah sarana yang disebut komunikasi, Komunikasi menjadi semacam jembatan penghubung antara manusia dengan lingkungannya dan manusia dengan dirinya sendiri.

Istilah Komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari Bahasa Latin *commicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Faktor komunikasi sering dianggap sebagai suatu sub sistem yang melengkapi strategi manajemen secara keseluruhan (Sahputra, 2020).

Komunikasi mempunyai dua sifat umum, yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung berupa proses tatap muka (*face to face*) antara manusia satu dengan manusia lain. komunikasi tidak langsung memerlukan perantara atau media untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia lain, misalnya : TV, internet, surat kabar, dan lain-lain (Sinaga, 2017)

Teori komunikasi yang dianggap paling awal (1948) Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan *Who says in which channel to whom with what effect* (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Paradigma: Lasswell merupakan unsur-unsur proses komunikasi yaitu komunikator, Message (pesan), Media, Komunikan (penerima), dan Efek (pengaruh) (Khumaedi & Habzah Diniyati, 2020).

## **2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai ringkasan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai ringkasan dari *media of mass communication*. Massa diartikan sebagai sesuatu yang meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa modern.

Komunikasi massa memiliki peran yang sangat signifikan dalam merubah keadaan masyarakat, merubah pola pikir mereka dan dengan mudah menggiring sudut pandang mereka terhadap sesuatu (Rosyidi, 2021). Bittner mengatakan “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). (Bahtiar, 2019).

Komunikasi massa adalah proses di mana media memproduksi dan mengirim pesan-pesan kepada khalayak luas dan proses yang mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dipengaruhi oleh audiens. Media mendistribusikan pesan-pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya masyarakat, dan pesan-pesan tersebut menyediakan informasi secara berkelanjutan pada audiens yang luas, membuat media bagian dari perangkat institusi masyarakat. (Pramesthi, 2013) Bagi kalangan masyarakat tertentu khususnya tokoh, pemuka masyarakat, media massa merupakan infrastruktur kekuasaan (*power*). Adapun kebijakan perundang-undangan, peraturan, dan lainnya, merupakan refleksi dari keterlibatan kalangan "*dominant class*". Di lain pihak, kalangan masyarakat (*subordinate class*) menghadapi media massa sebagai alat kontrol sosial dan perubahan.(Santoso, 2016). Fungsi media massa adalah menyampaikan informasi tentang keadaan disekitarnya kepada masyarakat. Fungsi menyampaikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Proses penyebaran informasi ini disebut dengan komunikasi massa. (Pramesthi, 2013).

### **2.3 New Media**

Media baru / *new media* ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama/ *old media*, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru/ *new media*. Sehingga pengistilahan ini bukan lah berarti kemudian media

lama menjadi hilang digantikan media baru, namun ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja.

*New media* merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactiviy, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya.

Salah satu kebutuhan mendasar dari manusia adalah informasi. Manusia mulai menyadari pentingnya informasi dalam kehidupannya. Melalui informasi orang dapat memperoleh pengetahuan tentang berbagai hal. Patut disadari bahwa betapapun penting atau bagusnya sebuah informasi, tidak akan banyak berarti apabila ditafsirkan lain pada saat penerimaannya (Hastuti, 2013) Orang mengandalkan media untuk informasi dan akses ke acara lokal, nasional, dan dunia.

## **2.4 Iklan**

Iklan adalah bentuk presentasi non-pribadi atau promosi ide, gagasan, produk, jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada khalayak tentang sesuatu atau mengajak mereka melakukan sesuatu. Iklan dibuat untuk menerima timbal balik yang cepat dari penerima pesan (Lukmanul Hakim et al., 2021). Menurut KBBI, pengertian iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang/ jasa yang ditawarkan. Masyarakat Periklanan

Indonesia mendefinisikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Iklan adalah segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar (Nasution, 2017).

Iklan dipasang di berbagai media online maupun offline. Beberapa media di antaranya yaitu Majalah, Tabloid, Koran, Blog, Media Sosial, dan tempat-tempat umum. Semua komunikasi dalam bentuk iklan bertujuan untuk menarik perhatian atau mempengaruhi orang lain untuk melakukan yang ada di dalam tersebut.

Iklan merupakan salah satu bentuk dari media promosi dan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan barang/jasa kepada publik melalui biro-biro iklan. Peranan periklanan dalam mempromosikan barang/jasanya yakni untuk membangun kesadaran (awareness) terhadap keberadaan barang/jasa yang ditawarkan, untuk membedakan diri antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya (differentiate the service) yang mendukung positioning barang/jasa, serta membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan barang/jasa tersebut (persuasive). Persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat, dan perilaku seseorang atau banyak orang (Suhandang, 2010).

Berdasarkan isinya, Iklan terbagi menjadi 3 jenis :

- a. Iklan pemberitahuan Iklan ini juga dikenal dengan sebutan iklan pengumuman. Iklan jenis ini biasanya ditujukan untuk khalayak ramai. Sehingga berisi informasi-informasi penting.
- b. Iklan Penawaran Tujuan adanya iklan ini untuk menawarkan sebuah produk atau benda. Oleh sebab itu, iklan penawaran akan memuat kelebihan sebuah produk.
- c. Iklan Layanan Masyarakat, Iklan Layanan Masyarakat atau yang juga dikenal dengan singkatannya ILM adalah suatu jenis periklanan yang dilakukan oleh oleh suatu organisasi kemersial dan non komersil (tak jarang juga digunakan oleh pemerintah) guna mencapai suatu tujuan sosial terutama untuk kesejahteraan ataupun kebaikan masyarakat. Pada umumnya Iklan Layanan Masyarakat bertujuan memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan. Iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penatan yang ketat, perancangan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan khalayak sasaran maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar benar pas.

Iklan yang sukses memiliki daya persuasi yang kuat dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Dengan kata lain, iklan bisa membujuk, merayu, menggoda orang agar segera membeli produk dan kemudian

mempengaruhi aspek emosional konsumen. Iklan memiliki beberapa fungsi, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. *Informing* ( Memberikan Informasi)
- b. *Persuading* ( Membujuk seseorang)
- c. *Reminding* ( Mengingatnkan seseorang)
- d. *Adding Value* ( Memberikan nilai lebih)

## **2.5 Menari Balet**

Menari Ballet merupakan bentuk kesenian yang bersifat universal dan bukan merupakan produk budaya tertentu seperti tarian-tarian etnik. Balet dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan karakteristik bangsa dan bersangkutan walau tetap menggunakan pola dasar balet klasik. Balet klasik merupakan kesenian yang berasal dari benua Eropa pada tahun 15-16 Masehi dikenal sebagai masques. Melalui guru yang berdedikasi dari tahun ke tahun, tradisi balet telah diturunkan tradisi ballet agar dapat menari dengan indah.

perkembangan dunia tari di Indonesia sangatlah pesat baik yang tradisional maupun modern, beraneka ragam tari yang ada di Indonesia ini merupakan wujud dari beraneka ragam suku dan bahasa yang ada. Bukan hanya tari tradisional yang berkembang di Indonesia namun tari asing/mancanegara pun mulai dikenal masyarakat seiring dengan berkembang arus globalisasi.

Salah satu tari mancanegara yang sudah mulai berkembang di Indonesia adalah balet. Balet merupakan sebuah bentuk atau teknik tarian yang berkembang di Negara-negara Eropa, terutama berasal dari negara Italia, Namun perkembangan

selanjutnya tari balet sangat populer di negara perancis. Diperancislah merupakan negara pertama yang membesarkan nama balet hingga seperti sekarang ini, populer diseluruh dunia. Balet juga merupakan salah satu bentuk/teknik tarian yang pengembangannya memiliki peran dalam membentuk karakter anak yang mempelajarinya, karena pengenalannya dimulai sejak usia dini dan disesuaikan dengan perkembangan psikologisnya.

Balet merupakan adalah satu bentuk kebudayaan berupa seni tari dan pertunjukan yang usia perkembangannya sudah cukup matang karena mulai dikenal di Italia sejak abad ke-15. yang berarti tarian. Dari Italia, balet kemudian berkembang ke Perancis, sebagai bagian dari sebuah opera. Balet di Indonesia mula-mula diperkenalkan oleh orang-orang Belanda pada masa penjajahan dan sejak itu semakin berkembang karena pada dasarnya bangsa Indonesia adalah bangsa yang menghargai kebudayaan (Sedyawati, 1982:161).

Saat ini di Indonesia pendidikan Balet tidak hanya di kota besar tetapi sudah banyak terdapat di kota-kota kecil bahkan menjadi bagian dari kurikulum di sekolah yang rata-rata mengambil program SBI(Sekolah Bertaraf Internasional). Balet bukan hanya seni semata, tetapi juga memiliki nilai positif lain yaitu dapat membentuk kepribadian atau karakter seorang anak yang mempelajarinya sejak usia dini.

Balet juga memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh, tarian ini juga diyakini bermanfaat dalam memperkuat daya tahan tubuh. Utamanya bagi anak-anak yang lemah secara fisik. Melalui tarian balet ini, anak akan belajar mengembangkan sense atau rasa tentang gerakan tari, ritme, serta apresiasi mereka terhadap musik.

Belajar balet sedini mungkin juga mempunyai pengaruh besar pada proses tumbuh kembang, serta kepribadian anak, bahkan survey membuktikan belajar tari membutuhkan banyak energi, sehingga secara tidak langsung belajar tari dapat menyehatkan dan melancarkan peredaran darah. Uraian diatas menggambarkan bahwa balet adalah seni yang memiliki disiplin tinggi, bila disiapkan dengan cermat dapat memberikan tantangan pada anak untuk menjadi yang terbaik.

Berikut ini merupakan sebuah hasil dan manfaat dari belajar balet antara lain:

- a. Membentuk karakter anak untuk menjadi lebih sabar dalam mengendalikan emosi serta keinginannya karena harus bersosialisasi dengan kelompoknya, karena dalam pelajaran balet yang diberikan pengertian bahwa mereka harus bisa saling menjaga kebersamaan dan sikap terhadap teman sekelompoknya. Misal, saat siswa diminta membuat lingkaran besar bersama-sama pengajar meminta siswa tidak menarik-narik tangan temannya, agar tidak ada yang terluka dan jika hal itu terjadi siswa biasanya mudah marah atau bertengkar, tetapi disini guru cepat menanggapi siswa tersebut untuk saling memaafkan.
- b. Latihan balet memberikan kecerdasan sosial bagi anak karena secara tidak langsung mengajarkan mereka untuk pandai bersosialisasi, berkelompok, dan bekerjasama.
- c. Banyak menghafal gerakan balet akan meningkatkan daya nalar dan daya ingat anak.

- d. Balet membuat anak belajar berpikir kreatif dan dapat memecahkan masalah dengan cara membayangkan berbagai alternatif solusi yang ada.
- e. Belajar balet membuat anak lebih fokus konsentrasi dalam suasana apapun, dan berpikir lebih mengutamakan praktek dari pada observasi atau teori, ini merupakan bekal untuk masa depannya .
- f. Latihan balet dapat mengisi waktu anak lebih positif serta mempunyai tujuan positif juga seperti dapat menjaga kesehatan sampai di hari tua nanti, dapat meningkatkan kelenturan, dapat meningkatkan sosialisasi terhadap teman lain selain di sekolah internal.
- g. Sering melakukan pementasan ,akan mengajarkan anak untuk mengatasi rasa takut sehingga dapat membangun karakter anak yang kuat, tahan banting dan berani mengambil resiko dalam hidup serta terbukanya kesempatan berharga yang dapat memperkaya hidup mereka di masa depan.

Dengan mengetahui banyaknya manfaat yang dihasilkan dari belajar balet sebagai media pembentukan karakter anak, maka balet yang semula dikategorikan sebagai aktifitas yang mahal, kini dapat pula dijadikan alternatif lain bagi pembinaan karakter anak di masa tumbuh kembangnya, Sebab balet tidak hanya mengedepankan aspek seni. Tetapi memiliki banyak aspek lainnya untuk kesehatan, pertumbuhan, serta terpenting karakter anak.

## **2.6 Mascunility**

Toxic masculinity atau yang secara harafiah berarti maskulinitas beracun adalah istilah yang kerap digunakan untuk menggambarkan pembatasan perilaku berdasarkan peran gender yang kaku, atau dengan kata lain berfungsi untuk memperkuat struktur kekuasaan yang berpihak pada dominasi laki-laki. Secara sederhana, toxic masculinity merupakan perilaku sempit yang terkait dengan peran gender dan sifat laki-laki yang dominan, cenderung melebih-lebihkan standar maskulinitas pada laki-laki. Maskulinitas dalam konsep toxic sering diartikan dengan kekerasan, keagresifan, dan tidak boleh menunjukkan emosi tangisan yang dianggap lemah. Budaya toxic masculinity sudah dianggap sebagai suatu hal yang biasa dan harus dilakukan, akan tetapi budaya inilah yang justru akan memberikan beban berat kepada pria dalam menjalani kehidupannya.

Menurut Suzannah Weiss, dalam tulisannya mengenai toxic masculinity menyebutkan beberapa efek buruk yang diterima laki-laki ketika mereka harus bertahan dalam standar maskulinitasnya. Dua diantaranya adalah rentannya melakukan kekerasan dan kurangnya kemauan untuk meminta pertolongan orang lain. Untuk menutupi kelemahan dan perasaan yang sedang sedih, seringkali pria harus memilih jalan melakukan kekerasan demi terlihat baik-baik saja.

Masyarakat Indonesia cenderung mempunyai pandangan yang salah tentang maskulinitas ini, dan akhirnya berakhir kepada toxic masculinity. Beberapa pandangan Toxic Masculinity yang ada di masyarakat antara lain:

- a. Laki-laki harus menghindari apapun yang bersifat feminin atau yang berhubungan dengan wanita. Contohnya, keengganan untuk melakukan aktivitas rumah yang dianggap sebagai pekerjaan perempuan, seperti

memasak, berkebun, mengasuh anak, dan menyapu. Padahal dalam perkembangan dinamika di masyarakat, pekerjaan memasak sudah tidak lagi didominasi oleh kaum hawa; bahkan untuk pekerjaan koki (chef), chef laki-laki lebih banyak dibandingkan chef perempuan. Laki-laki yang bisa memasak akan memiliki sensitivitas yang lebih tinggi dalam memperhatikan hal-hal yang detil, memiliki hidup yang berkualitas, dan bahkan mendukung adanya kesetaraan gender di masyarakat.

- b. Adalah kewajiban laki-laki harus berjuang untuk sukses dan berprestasi. Saat ini stigma bahwa tulang punggung keluarga harus selalu berada di pundak laki-laki sudah mulai bergeser. Dalam kehidupan masyarakat di kota besar, wanita karier sudah mulai menempati beberapa posisi dalam perusahaan-perusahaan. Wanita karier di Indonesia sendiri menduduki peringkat keenam terbanyak di dunia. Hal ini membuktikan bahwa kesuksesan dan prestasi seseorang tidak ditentukan oleh gender tertentu.
- c. Laki-laki tidak diperbolehkan menunjukkan kelemahan dan dapat menyelesaikan masalahnya sendiri. Jika laki-laki menangis, maka ia sedang menunjukkan tanda kelemahannya. Prilaku seperti ini sebenarnya tidak terjadi begitu saja. Tidak bisa dipungkiri, budaya masyarakat di Indonesia yang membedakan prilaku berdasarkan gender kerap terjadi. Contoh saja jika seorang anak laki-laki menangis dalam kelas, maka guru akan berkata “masak laki-laki menangis? Cengeng, ah!”, atau seorang anak perempuan naik meja, maka guru akan berkata “masak anak perempuan naik-naik meja. Mau jadi preman, ya?” Apakah yang

boleh menangis hanya anak perempuan? dan yang boleh naik meja hanya anak laki-laki saja? Firdaos melihat bahwa masyarakat harus diedukasi mengenai hal ini dengan cara tidak membatasi perilaku tertentu berdasarkan gender. tetapi berdasarkan nilai-nilai yang terkandung didalamnya. Menangis adalah sebuah ekspresi yang manusiawi, tanpa harus dibatasi oleh siapapun yang melakukannya. Bagi bayi, menangis adalah alat komunikasi yang paling adaptif sebagai mekanisme bertahan hidup, apapun jenis kelamin bayi tersebut. Bagi orang dewasa, menangis adalah ungkapan emosi, baik itu emosi sedih, senang, haru, bangga, ataupun kesal. Bahkan menurut para ahli, menangis adalah perilaku positif untuk kesehatan fisik maupun mental. seharusnya membuat toxic masculinity ini menguap dengan sendirinya Tanpa disadari, pandangan dan ungkapan mengenai toxic masculinity ini dapat memberikan pengaruh negatif terhadap laki-laki suatu saat nanti. Terutama berkaitan dengan kesehatan mental laki-laki tersebut. Beberapa penelitian di dunia mengungkapkan pembatasan norma maskulinitas yang kaku dapat memberikan efek terhadap laki-laki berupa tekanan psikologis yang lebih besar, resiko depresi, dan membuat laki-laki lebih agresif dalam melakukan tindakan kekerasan. Itulah mengapa, persepsi masyarakat harus mengalami perubahan terhadap toxic masculinity ini. Laki-laki yang lahir tidak mempunyai semua kesamaan yang sama, ada yang lembut, ada yang tegas, ada yang lemah, ada yang gagah, juga ada yang kurus, ada yang gendut. Semua hal tersebut bukanlah kesalahan mereka

dan masyarakat tidak berhak menghakimi mereka, kita hanya harus menghargai mereka. Fakta-fakta yang telah peneliti paparkan tentang dinamika yang terjadi di masyarakat saat ini mengenai persamaan gender. tetapi berdasarkan nilai-nilai yang terkandung didalamnya. Menangis adalah sebuah ekspresi yang manusiawi, tanpa harus dibatasi oleh siapapun yang melakukannya. Bagi bayi, menangis adalah alat komunikasi yang paling adaptif sebagai mekanisme bertahan hidup, apapun jenis kelamin bayi tersebut. Bagi orang dewasa, menangis adalah ungkapan emosi, baik itu emosi sedih, senang, haru, bangga, ataupun kesal. Bahkan menurut para ahli, menangis adalah perilaku positif untuk kesehatan fisik maupun mental.

Tanpa disadari, pandangan dan ungkapan mengenai toxic masculinity ini dapat memberikan pengaruh negatif terhadap laki-laki suatu saat nanti. Terutama berkaitan dengan kesehatan mental laki-laki tersebut. Beberapa penelitian di dunia mengungkapkan pembatasan norma maskulinitas yang kaku dapat memberikan efek terhadap laki-laki berupa tekanan psikologis yang lebih besar, resiko depresi, dan membuat laki-laki lebih agresif dalam melakukan tindakan kekerasan. Itulah mengapa, persepsi masyarakat harus mengalami perubahan terhadap toxic masculinity ini. Laki-laki yang lahir tidak mempunyai semua kesamaan yang sama, ada yang lembut, ada yang tegas, ada yang lemah, ada yang gagah, juga ada yang kurus, ada yang gendut. Semua hal tersebut bukanlah kesalahan mereka dan masyarakat tidak berhak menghakimi mereka, kita hanya harus menghargai mereka. Fakta-fakta yang telah peneliti paparkan tentang dinamika yang terjadi di

masyarakat saat ini mengenai persamaan gender seharusnya membuat toxic masculinity ini menguap dengan sendirinya

## 2.7 Feminisme

Feminim merupakan label yang diberikan kepada seorang individu yang memiliki sifat khas perempuan dan berperilaku seperti perempuan. Femininitas adalah keadaan umum dari sifat-sifat karakteristik yang khusus terdapat pada jenis kelamin perempuan. Dalam buku *Encyclopedia of Feminism*, yang ditulis Lisa Tuttle pada tahun 1986, feminisme dalam bahasa Inggrisnya *feminism*, yang berasal dari bahasa Latin *femina* (*woman*), secara harfiah artinya “*having the qualities of females*”. Istilah ini awalnya digunakan merujuk pada teori tentang persamaan seksual dan gerakan hak-hak asasi perempuan, menggantikan *womanism* pada tahun 1980-an. Alice Rossi menelusuri penggunaan pertama kali istilah ini tertulis, yaitu dalam buku “*The Athenaeum*”, pada 27 April 1989 (Valentina, 2004, p.8).

Sejarah pemikiran feminisme mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang konkret serta mempersoalkan perdebatan gender yang menyebabkan ketidakadilan sosial. Pemikiran-pemikiran sosiologis, ekonomi, dan politik dapat dilihat secara mengental didalam teori-teori feminisme Liberal, Radikal dan Marxisme yang mengedepankan argumentasi gender. Teori-teori feminisme tersebut yang digolongkan sebagai teori-teori feminisme gelombang pertama mengajukan pertanyaan-pertanyaan bersifat sosiologis serta peranan perempuan di dalamnya telah mempermasalahkan kedudukan dan posisi perempuan di masyarakat, terutama persoalan hak-hak sipilnya (Arivia, 2006, p.18). Dalam bidang sosial, kaum feminis menandai bahwa hak-hak perempuan sangat terbatas. Tradisi

menghendaki perempuan menjadi pengurus rumah tangga dan keluarga, sehingga sebagian besar masa hidupnya hanya dihabiskan dalam lingkungan rumah. Selain itu, perempuan juga tidak diberi kesempatan untuk memperoleh pendidikan tinggi memangku jabatan-jabatan tertentu, atau menekuni profesi- profesi tertentu. Keterbatasan perempuan dalam bidang sosial juga berpengaruh pada kehidupan ekonomi mereka. Sebagian besar lapangan kerja tertutup bagi perempuan dan walaupun mereka diberi kesempatan untuk mencari nafkah, upah yang diterima mereka akan jauh lebih rendah (Paramitha, 2009). Sementara, bidang politik dipilih kaum feminis sebagai jalan keluar untuk segala tuntutan mereka yang tidak juga dipenuhi oleh pemerintah. Mereka beranggapan bahwa keadaan perempuan tidak akan mengalami kemajuan jika pemerintahan tetap dikuasai dan didominasi oleh laki-laki (Djajanegara, 2000, p.6-7).

Pada gelombang kedua, pemikiran-pemikiran feminisme bukan lagi memfokuskan diri pada pertanyaan-pertanyaan melakukan pergerakan politis seperti pada teori feminisme gelombang pertama. Akan tetapi, lebih pada mempertanyakan peranan gender. Gelombang kedua teori feminisme memberikan penjelasan umum tentang konsep fundamental penindasan terhadap perempuan. Pada tahap teori ini, pembahasan difokuskan kepada “perbedaan” yang diciptakan antara perempuan dan laki-laki yang terjadi mengakar sebagai “kodratiah” (Arivia, 2006, 19).

Gerakan feminisme gelombang ketiga ini masih sulit didefinisikan dan label ini masih mempunyai sangat sedikit arti. Namun, debat-debat menunjukkan feminisme masih menunjukkan vitalitasnya dan wanita punya potensi untuk

mengambil tindakan tidak hanya secara personal saja, tetapi juga secara politis (Hannam, 2007, p.166)

## **2.8 Perundungan**

Dalam kehidupan sehari-hari, kata bullying lebih sering kita lihat atau dengar dibanding dengan kata perundungan. Kedua kata ini sebenarnya mempunyai arti yang sama yaitu tentang perilaku kekerasan, baik kekerasan fisik maupun kekerasan verbal. Bullying atau bully menjadi populer dan semakin akrab ditelinga dan pendengaran kita akhir-akhir ini, seiring dengan maraknya pemberitaan-pemberitaan dari media tentang kasus-kasus perundungan yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Lewat media online, baik situs berita resmi, maupun media sosial kita banyak disuguhi kasus-kasus perundungan.

Perilaku perundungan atau biasanya dikenal dengan bullying, didefinisikan sebagai tindakan negatif dalam bentuk verbal, fisik dan relasional; terjadi dalam waktu yang cukup panjang dan berulang yang dilakukan oleh satu orang atau lebih terhadap orang lain, dimana terdapat ketidakseimbangan kekuatan dan korban tidak memiliki kemampuan untuk melindungi dirinya (O'Connell, 2003 dalam Lestari, 2016).

Perundungan (dikenal sebagai “penindasan/risak” dalam bahasa Indonesia) merupakan segala bentuk penindasan atau kekerasan yang dilakukan dengan sengaja oleh satu atau sekelompok orang yang lebih kuat atau berkuasa terhadap orang lain, bertujuan untuk menyakiti dan dilakukan secara terus menerus (Wardhana, 2015). Perilaku perundungan merupakan perilaku yang menunjukkan

moral yang kurang baik, akhlak yang rendah, dan kurang beradab. Maraknya perundungan menunjukkan rendahnya akhlak dan bobroknya moral manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Beberapa faktor penyebab terjadinya perundungan pada remaja. Perjalanan seorang anak menjadi remaja pelaku agresi cukup kompleks, dapat dipengaruhi berbagai faktor seperti faktor biologis, psikologis, dan sosiokultural. *Pertama*, secara biologis, ada kemungkinan bahwa beberapa anak secara genetik cenderung akan mengembangkan agresi dibanding anak lain.

*Kedua*, secara psikologis, anak yang agresif kurang memiliki kontrol diri dan sebenarnya memiliki keterampilan sosial yang rendah; anak-anak ini memiliki perspektif yang rendah, empati kepada orang lain yang tidak berkembang, dan salah mengartikan sinyal atau tanda-tanda sosial.

*Ketiga*, faktor pubertas dan krisis identitas yang normal terjadi pada perkembangan remaja. Dalam rangkai mencari identitas dan ingin eksis, biasanya remaja lalu gemar membentuk geng. Dari relasi antar sebaya, ditemukan bahwa beberapa remaja menjadi pelaku perundungan karena “balas dendam” atas perlakuan penolakan dan kekerasan yang pernah dialami sebelumnya.

Keempat, secara sosiokultural, perundungan dianggap sebagai wujud rasa frustrasi akibat tekanan hidup dan hasil imitasi dari lingkungan orang dewasa tanpa sadar. Lingkungan memberikan referensi pada remaja bahwa kekerasan bisa menjadi cara pemecahan masalah (Kurnia, 2020).

O'Connell (2015) menyatakan bahwa perilaku perundungan melakukan kekerasan terhadap temannya berdasarkan pada faktor-faktor tertentu berupa pola asuh orangtua, pengaruh sekolah, pengaruh harga diri, dan norma kelompok. Faktor pola asuh orangtua mencakup penggunaan perilaku perundungan sebagai cara dalam mendidik anak. Akhirnya, anak meniru perilaku perundungan yang diajarkan orangtuanya dan menganggap bahwa perilaku tersebut adalah perilaku yang wajar dan bisa diterima oleh orang lain. Lebih lanjut lagi, Swearer & Hymel (2015) juga mengemukakan bahwa kurangnya perhatian dari keluarga, lingkungan keluarga yang negatif, kurangnya dukungan emosional dari keluarga, didikan secara otoriter, kekerasan yang dilakukan orang tua terhadap anak maupun kurangnya kedisiplinan dapat menjadi faktor anak dalam melakukan perilaku perundungan. Dalam pengaruh individu secara pribadi, didapati bahwa individu yang melakukan perundungan biasanya memiliki kemampuan sosial dan status sosial yang lebih tinggi daripada teman sebayanya.

Oleh karena itu, faktor untuk meminimalisir masalah perundungan yang terjadi. Anak dapat memperluas pergaulannya dengan cara berbaur dengan orang-orang yang memiliki karakter yang lebih beragam, sehingga dapat mempertimbangkan perilaku yang baik untuk ditiru dan perilaku yang tidak baik untuk ditiru. Selain itu, meningkatkan rasa percaya diri atau harga diri tidak hanya dapat dilakukan dengan cara merunding. Anak dapat mencari kegiatan positif atau mengembangkan kemampuan/talenta dalam diri, sehingga hal tersebut membuat subjek merasa lebih percaya diri atas kemampuan yang dia miliki.

## 2.9 Remaja

Remaja atau adolescence berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh ke arah kematangan”. Menurut Hurlock (1999:206) awal masa remaja berlangsung dari umur 13 tahun sampai 17 tahun. Saat ini istilah remaja mempunyai arti yang lebih luas dan tidak hanya meliputi kematangan fisik tetapi mental, emosional, dan sosial. Secara psikologis, masa remaja adalah bahwa usia anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan pada tingkatan yang sama (Restu & Yusri, 2013).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa masa remaja adalah masa peralihan periode anak-anak menuju periode dewasa yang ditandai perubahan biologis, psikologis dan sosioekonomi secara bertahap. Adapun berapa lama periode remaja ini berlangsung tergantung pada faktor internal yakni perkembangan karakter individu,serta faktor eksternal seperti faktor sosial, budaya dan sejarah.

## 2.10 Tinjauan Umum Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Wibowo, 2013).

Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks, dan adegan di film menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Tanda tidak pernah benar-benar mengatakan kebenaran secara

keseluruhan. Tanda memediasi kenyataan kepada kita, karena tanda secara niscaya membentuk berbagai pilihan yang sesuai dari lingkungan hal-hal yang diketahui yang tak terhingga kemungkinannya.

Semiotika mempelajari tanda-tanda yang kemungkinan mempunyai arti atau makna. Semiotika adalah metode untuk mengkaji tanda. Tanda merupakan basis untuk seluruh komunikasi. Tanda digunakan sebagai perangkat untuk mencari jalan didunia ini. Memaknai tanda tidak bisa dicampur adukan dengan mengkomunikasikan tanda. Tanda menandakan sesuatu diluar dirinya dan makna merupakan hubungan tanda dengan sesuatu yang ada dalam pikiran manusia. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan konteks orang-orang yang menempati tanda-tanda tersebut (Lubis, 2017).

Semiotika adalah kajian mengenai produksi sosial dan komunikasi terhadap sistem tanda (sign system) yang menganalisa berbagai hal yang dapat berdiri atas hal lain, dengan kata lain hal yang memiliki makna dibalikinya.

Berikut beberapa metode semiotika yang terkenal diantaranya:

a. Charles Sander Peirce

Teori dari Pierce seringkali disebut sebagai 'grand theory' karena gagasan Pierce bersifat menyeluruh, deskripsi menyeluruh dari semua sistem penandaan. Dalam Semiotika Peirce, semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran dilakukan melalui tanda-tanda.(Hoseani & Yohana, 2021).

Menurut Peirce, semiotika terdiri dari 3 unsur utama yaitu tanda, objek dan interpretant.

b. Ferdinand De Saussure

Pandangan dasar semiotika Ferdinand De Saussure lebih terfokus pada semiotika linguistic. Pandangannya tentang tanda sangat berbeda dengan para ahli linguistik di zamannya. Saussure justru ‘menyerang pemahaman historis terhadap bahasa yang dikembangkan pada abad ke-19. Saat itu, studi bahasa hanya berfokus kepada perilaku linguistik yang nyata (Parole). Saussure justru menggunakan pendekatan antihistoris yang melihat bahasa sebagai sebuah sistem yang utuh dan harmonis secara internal atau dalam istilah Saussure disebut sebagai *langue*. Dia mengusulkan teori bahasa yang disebut strukturalisme untuk menggantikan pendekatan historis dari para pendahulunya. Sedikitnya ada lima pandangan Saussure yang terkenal yaitu soal (1) *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda), (2) *form* (bentuk) dan *content* (isi), (3) *langue* (bahasa) dan *parole* (tuturan/ujaran), (4) *synchronic* (sinkronik) dan *diachronic*, serta (5) *sygtamatic* dan *associative* atau *paradigmatic*. (Wibowo, 2013).

c. Roland Barthes

Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Barthes menggunakan versi yang jauh lebih sederhana saat membahas model ‘glossematic sign’ (tanda-tanda glossematic).

## 2.11 Analisis Semiotika Roland Barthes

Teori semiotika Roland Barthes. Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Hal tersebut dapat dibuktikan dari teori semiotika Barthes hampir secara harfiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Menurut Barthes, semiologi adalah mempelajari tentang bagaimana manusia memaknai sesuatu yang ada di sekitarnya. Jadi objek adalah tanda yang membawa pesan tersirat. Jika dalam pandangan Saussure menekankan penandaan hanya dalam tataran denotasi dan konotasi. Namun dalam pemikiran Barthes, penandaan itu disempurnakan dari semiologi Saussure dengan sistem penandaan konotatif dan mitos (Vera, 2014:27).

Sistem signifikansi tingkat pertama dan konotasi sistem signifikansi tingkat kedua. Dalam pengertian Sobur (2013: 262), makna denotasi adalah suatu kata yang maknanya bisa ditemukan dalam kamus. Denotasi mengungkapkan makna dari apa yang dilihat oleh mata, artinya makna denotasi adalah makna sebenarnya. Jadi, makna denotasi adalah signifikansi pemaknaan tingkat pertama, apa yang dilihat oleh mata itulah yang diyakini kebenarannya. Sedangkan konotasi mempunyai makna yang subjektif dan bervariasi dapat dikatakan bahwa konotasi bagaimana menggambarannya. Konotasi atau signifikansi pemaknaan tingkat kedua adalah mengungkapkan makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Dalam signifikansi ini diyakini bahwa ada makna dibalik tersebut.

Dalam kerangka Barthes, ada aspek lain dari penandaan yaitu 'mitos'. Mitos yang dijelaskan Barthes bukanlah mitos dalam artian yang berkembang di masyarakat yang memiliki arti tahayul atau tidak masuk akal. Namun mitos Barthes adalah sebuah bahasa, mitos adalah sebuah pesan. Dikutip dari buku Semiotika

Dalam Riset Komunikasi (Vera, 2014), Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimaknai manusia. Mitos merupakan perkembangan dari konotasi. Jadi, jika konotasi tersebut sudah lama terbentuk di masyarakat maka itu menjadi sebuah mitos.

Dalam ilmu semiotika, tanda menjadi konsep utama dalam analisis di mana tanda membantu manusia untuk memaknai pesan yang dimaksud. Dalam tanda terdapat makna yang diinterpretasikan oleh manusia. Secara sederhana tanda dapat berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh indera manusia yang dapat merepresentasikan sesuatu yang selain dirinya (Danesi, 2010: 7).

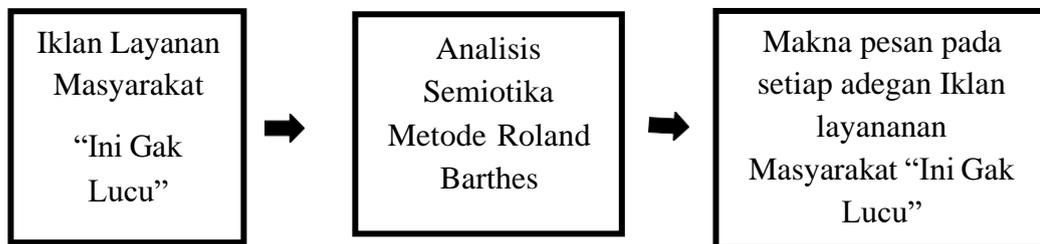
## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data secara mendalam. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif dengan metode semiotika berupa kata-kata. Terkait dengan judul Analisis semiotika makna pesan iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” dalam meminimalisir kasus perundungan dikalangan remaja.

#### 3.2 Kerangka Konsep



**Bagan 1. Kerangka Konsep**

#### 3.3 Defenisi Konsep

##### 3.3.1 Analisis Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah kajian ilmu mengenai tanda yang ada dalam kehidupan manusia serta makna dibalik tanda tersebut. Semiotika berasal dari kata Yunani: Semeion, yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign), berfungsinya tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Segala sesuatu yang dapat diamati atau

dibuat teramati dapat disebut tanda. Karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda. Adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua ini dapat disebut tanda. Ide dasar semiotics adalah pesan dan kode.

Semiotika Roland Barthes dikenal sebagai metode semiotika bertingkat. Analisa makna tingkat pertama yakni yang dikenal sebagai Denotatif. dan kemudian dilanjutkan dengan pemaknaan tingkat kedua yakni konotatif.

Makna tersembunyi ini merupakan makna menurut barthes yang berarti Kawasan. Menurut Barthes semiotic adalah mengenai bentuk (*form*). Roland Barthes membagi proses pemaknaan menjadi dua tahap yaitu signifikansi (*two order signification*) yakni denotasi, konotasi dan mitos.

- a. Makna denotasi adalah suatu kata yang maknanya bisa ditemukan dalam kamus. Denotasi mengungkapkan makna dari apa yang dilihat oleh mata, artinya makna denotasi adalah makna sebenarnya.
- b. Konotasi mempunyai makna yang subjektif dan bervariasi dapat dikatakan bahwa konotasi bagaimana menggambarannya.
- c. Mitos merupakan perkembangan dari konotasi. Jadi, jika konotasi tersebut sudah lama terbentuk di masyarakat maka itu menjadi sebuah mitos.

### **3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat identik dengan sebuah pesan atau ajakan yang disampaikan oleh pemerintah. Namun, iklan layanan masyarakat ini tidak hanya

berasal dari pemerintah. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial untuk masyarakat. Hal ini biasanya berkaitan dengan kondisi yang dapat mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah (Abdi, 2021)

Iklan Layanan Masyarakat Ini Gak Lucu adalah sebuah iklan yang diproduksi atau dibuat oleh Cerdas Berkarakter Kementerian Pendidikan Kebudayaan Republik Indonesia. Pesan yang disampaikan dalam iklan Ini Gak Lucu merupakan bagaimana remaja dalam menyikapi perundungan “*Toxic masculinity*” untuk meminimalisir kasus perundungan di kalangan remaja di kanal *Youtube* Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI.

### 3.4 Kategorisasi Penelitian

**Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian**

No.	Konsep Penelitian	Kategorisasi
1.	Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Informing</i> ( Informasi )</li> <li>- <i>Persuading</i> ( Membujuk )</li> <li>- <i>Reminding</i> ( Mengingat )</li> <li>- <i>Adding Value</i> ( Memberikan nilai lebih)</li> </ul>
2.	Analisis Semiotika Roland Barthes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Denotasi</i></li> <li>- <i>Konotasi</i></li> <li>- <i>Mitos</i></li> </ul>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Terkait dengan tujuan penelitian ini maka untuk memperoleh data dalam penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif, yakni menggunakan teknik dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara meneliti data melalui dokumen- dokumen terkait permasalahan yang dikaji.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Penelitian data yang dikumpulkan adalah data primer berupa scane-scane melalui analisis Denotasi, Konotasi, Mitos dari teori Roland Barthes dan sekunder. Data primer adalah data utama dalam sebuah penelitian. Adapun data sekunder yaitu data tambahan sebagai penunjang data utama atau data primer agar lebih valid. Setelah data primer dan skunder kemudian diklarifikasikan sesuai dengan pertanyaan penelitian yang ditentukan, setelah data terklarifikasikan, dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes denotasi,konotasi,dan mitos.

### **3.7 Waktu Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian dimulai dari bulan Juni 2023 sampai dengan Agustus 2023. Penelitian dapat dilakukan dimana saja , karena objek penelitian adalah video iklan yang dapat ditonton melalui aplikasi *youtube*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Profil Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu”**

Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” adalah iklan yang di kelola oleh Kementerian Pendidikan Kebudayaan Republik Indonesia yang tayang di akun Youtube Cerdas Berkarakter Kemendikbud RI dan rilis pada tanggal 10 Desember 2020 dengan durasi 4.32 menit. Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” tersebut menceritakan tentang seorang siswa pria yang memiliki bakat tari balet dan mengalami “Toxic Masculinity” atau perundungan dari kakak kelasnya saat pelaksanaan ospek sekolah, penyebab siswa tersebut mengalami perundungan di karenakan siswa tersebut memiliki bakat seni tari balet yang di anggap tari balet tersebut itu hanya di peruntukan untuk kaum perempuan. Perundungan yang terjadi akan menimbulkan dampak seperti memicu pada kesehatan mental, seperti gangguan cemas, depresi, hingga post-traumatic stress disorder (PTSD). Pengaruh perundungan terhadap kesehatan mental ini biasanya dialami oleh korban dalam waktu jangka panjang.

Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu” sudah di putar sebanyak 156.000 tayangan dan 11rb penyuka di YouTube. Iklan ini gak lucu di tayangkan di Youtube dengan tujuan agar seluruh masyarakat di Indonesia dapat melihat dimana saja dan kapan saja. Adegan-adegan pada iklan juga dibuat sederhana mungkin agar dapat di pahami masyarakat khususnya para remaja. Iklan ini juga di sertakan tulisan-tulisan sebagai penerjemah dari adegan-adegan yang di tampilkan.

## 4.2 Sinopsis Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu”

Iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” mengisahkan tentang seorang siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) mengalami “*Toxic masculinity*” atau perundungan dari kakak kelasnya. Mahesa, baru saja memulai ospek di sekolah, mereka melakukan kegiatan ospek melalui via zoom daring, kemudian kakak senior mahesa Bobby dan Kelvin memperintahkan kepada para siswa untuk mengangkat satu kaki, namun mahesa mengangkat kaki paling lama dan tidak jatuh, kemudian Mahesa memberitahu kepada kakak seniornya bahwa ia adalah seorang penari balet. Mahesa mendapat ejekan dari kakak kelasnya dan ia di perintahkan untuk menari balet di depan teman-temannya dengan menggunakan busana balet dan juga memakai lipstik layaknya seorang perempuan. Mahesa di permalukan dan di tertawakan oleh kedua kakak kelasnya di depan teman-temannya karena sudah menari balet. Hari kedua ospek, Mahesa mendapatkan perlakuan yang sama oleh kedua kakak kelasnya, yaitu ia di perintah untuk memakai lipstik dan menggoda teman-teman sekelasnya. Mahesa merasa malu atas perbuatan yang dilakukan oleh kakak kelasnya terhadap dirinya.

Bobby dan Kelvin semakin berulah kepada mahesa, mereka mengancam untuk menyebar foto Mahesa menari balet dan memakai lipstik, lalu teman-teman Mahesa berdiskusi di Grup Whatsapp bahwa mereka ingin membantu mahesa melawan kakak kelasnya karna merasa kasian atas perbuatan kedua kakak kelasnya yang telah membully Mahesa. Mahesa dan teman-temannya merencanakan sesuatu untuk membuat kakak kelasnya menyadari atas perlakuan yang telah mereka buat kepada Mahesa. Hari ketiga ospek, Mahesa dan teman-temannya melakukan aksi

yang telah mereka rencanakan, mereka melakukan #GerakanBersama memakai lipstik seperti yang Bobby dan Kelvin perintahkan kepada mahesa. Kemudian Mahesa meminta kepada kakak kelasnya untuk berhenti atas perbuatan yang telah mereka lakukan kepada dirinya dan mahesa mengancam ingin melaporkan Bobby dan Kelvin kepada pihak sekolah, Teman-teman mahesa serentak memaksa kakak kelasnya agar meminta maaf kepada mahesa dan mengancam ingin membongkar semua yang telah mereka lakukan. Akhirnya Bobby dan Kelvin meminta maaf kepada Mahesa atas perbuatan yang telah mereka lakukan dan mereka merasa bersalah atas perbuatannya.

### **4.3 Analisis Data**

Berikut ini penulis akan melakukan analisis terhadap empat scene yang terdapat adegan yang menggambarkan makna pesan moral dalam iklan “Ini Gak Lucu”, dari empat scene akan ada analisis dengan pendekatan Roland Barthes, analisis ini menekankan pada pencarian makna Konotasi, Denotasi dan Mitos.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara di tonton dan melihat tayangan iklan “Ini Gak Lucu” secara berulang-ulang yang menunjukkan makna pesan dalam iklan “Ini Gak Lucu”. Penulis melakukan analisis dengan mengamati dan mencatat tanda percakapan dan audio visual pada iklan tersebut. Analisis data di lakukan dengan berbagai tahapan sebagai berikut:

1. Penulis melakukan penelitian dengan mulai menonton serta mengamati iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” secara berulang-ulang untuk

menemukan scene yang mengandung baik buruknya pesan,kebiasaan dan disesuaikan dengan semiotika Roland Barthes.

2. Dan setelah menonton dan melihat tanda yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat Ini Gak Lucu,kemudian penulis akan mendokumentasikan (*screenshot*) adegan film dan kemudian dilanjutkan dengan menganalisis makna iklan Ini Gak Lucu.
3. Kemudian penulis membuat analisis dengan menggunakan model semiotikan Roland Barthes.
4. Penulis mencoba untuk menarik hubungan antara scene dan dialog yang ditampilkan dalam iklan layanan masyarakat Ini Gak Lucu dengan menganalisis dan menjelaskan tanda dan sebuah makna yang sesuai dengan semiotika Roland Barthes yaitu,makna denotasi,konotasi dan mitos.

Berikut adalah scene yang diambil oleh penulis yang berkaitan dengan Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat “Ini Gak Lucu”.



Gambar 4.1 Scene ke-1 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu”

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=58O-wqH5o5s> , 2020

Timecode : 00:17 s/d 00.24 detik.

**Tabel 4.1 Analisis Semiotika Denotasi, Konotasi, dan Mitos Scene 1**

<b>Denotasi</b>
Pada gambar awal terlihat Mahesa dan teman temannya di perintahkan oleh kedua kakak kelasnya yakni Bobby dan Kelvin untuk mengangkat sebelah kaki sebagai kegiatan awal Masa Orientasi Sekolah (MOS). Sebagai siswa baru terlihat mereka mengikuti kegiatan dan perintah yang di berikan oleh kedua kakak kelasnya tersebut.
<b>Konotasi</b>
Peran kakak kelas sangat berpengaruh kepada junior atau peserta didik baru sehingga mereka mengikuti perintah atau arahan yang diberikan oleh kakak kelas tersebut.
<b>Mitos</b>
Dalam hal ini menunjukkan bahwa di zaman sekarang para peserta didik baru menganggap kegiatan masa orientasi siswa ( MOS ) adalah sebuah kegiatan yang mengandung kekerasan yang memprihatinkan. Padahal masa orientasi ini merupakan kegiatan masa pengenalan lingkungan sekolah. Padahal masa orientasi ini merupakan kegiatan masa pengenalan lingkungan sekolah.

Pada scene ini menunjukkan bahwa beberapa siswa sedang melaksanakan Masa Orientasi Sekolah yang dilaksanakan secara *virtual zoom* dikarenakan masih berada di masa pandemi Covid-19. Dalam scene ini menunjukkan mahesa dan teman-temannya di perintahkan oleh seniornya untuk mengangkat sebelah kaki sebagai kegiatan awal Masa Orientasi Sekolah (MOS). Pada umumnya Masa Orientasi Sekolah ini sendiri merupakan sebagai kegiatan yang ditujukan

bagi peserta didik baru. Dalam hal ini senior yang ikut serta dalam kepengurusan MOS tersebut kebanyakan merasa terlalu senioritas sehingga sesuka hati untuk memerintah dan memperlakukan junior atau peserta didik baru tersebut.



Gambar 4.2 . Scene ke-2 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu”

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=58O-wqH5o5s> , 2020

Timecode : 0:25 s/d 1:41 menit.

**Tabel 4.2 Analisis Semiotika Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos ,scene 2**

---

#### **Denotasi**

---

Pada scene ini mahesa sedang menari balet dengan elemen tari balet yaitu memakai kostum dan sepatu balet, mahesa juga sangat lihai menari balet tersebut atas perintah senior nya. Selain di perintahkan untuk menari balet mahesa juga di tertawakan dan mendapatkan ejekan dari seniornya tersebut karena dianggap mahesa seperti perempuan.

---

#### **Konotasi**

---

Pada scane ini terdapat makna konotasi dimana Mahesa melakukan tari balet sesuai perintah dari seniornya sendiri. Serta Mahesa juga mendapatkan ejekan atau perundungan dari senior terkait hobbi nya yang suka menari balet. Menurut sebagian orang tari balet hanya di peruntukan untuk kaum perempuan saja dan tari balet identik dengan perempuan.

---

---

### Mitos

---

Mitos pada scene ini adalah balet hanya untuk wanita Mitos ini berlaku di negara-negara Asing bahkan di Indonesia sendiri, kebanyakan orang berpendapat bahwa seorang pria yang melakukan tari balet dianggap feminin atau tidak normal.

---

Penanda visual pada scene 2 ini menunjukkan bahwa Mahesa mempertunjukkan tari balet di depan senior dan teman-temannya. Mahesa yang dipaksa untuk melakukan tari balet oleh senior nya juga mendapatkan ejekan, karena makna konotasinya tari balet dianggap hanya diperuntukkan untuk perempuan saja dan tidak diperuntukkan untuk laki-laki. Balet masih dianggap sesuatu yang terlalu 'lembut dan cantik' bagi orang awam. Apalagi dengan kartun-kartun yang menggambarkan kalau balet itu identik dengan warna pink. Sehingga mitosnya laki-laki yang melakukan tari balet dianggap kurang macho dan tidak normal jika menyukai balet. Padahal sebenarnya jika ditekuni dengan serius, balet memiliki tingkat latihan fisik yang sama beratnya dengan olahraga lain. Dalam hal ini ejekan yang dilakukan senior kepada Mahesa tersebut termasuk perbuatan perundungan atas prestasi dan hobi dari seseorang. Dan ejekan perundungan itu sendiri dapat memicu masalah kesehatan mental, seperti gangguan cemas, depresi, hingga *post-traumatic stress disorder* (PTSD).



Gambar 4.3 . Scene ke-3 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu”  
 Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=58O-wqH5o5s> , 2020  
 Timecode : 2:21 s/d 3:03 menit.

**Tabel 4.3 Analisis Semiotika Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos Scene 3**

---

### Denotasi

---

Dari gambar tersebut terlihat mahesa mendapat dukungan dan support melalui grup chat media sosial. Dan scene ini memperlihatkan teman-teman mahesa sedang membahas foto mahesa yang ingin di sebar oleh kakak kelasnya dan mereka membahas untuk membuat kakak kelasnya sadar atas perbuatannya..

---

### Konotasi

---

Makna konotasi yang ingin di sampaikan di scene ini ialah support dan dukungan dari teman-teman yang sangat berarti untuk Mahesa yang menjadi bahan perundungan oleh kakak kelasnya.

---

### Mitos

---

Mitos dalam scene ini ialah di zaman sekarang sulit mendapatkan teman yang bisa di ajak bekerjasama untuk menciptakan rasa peduli yang tinggi terhadap sesama teman dalam sebuah kelompok. Apalagi di era Covid-19 tidak banyak teman yang mau berpartisipasi dalam melakukan tindakan saling membantu.

---

Pada scene ini menunjukkan bahwa Mahesa sedang tidur di kamarnya namun dikejutkan oleh notifikasi dari grup chat sosial media teman-temannya di handphone nya. Scene ini memperlihatkan mahesa mendapat support dan dukungandari teman-temannya. Berkat dukungan dari teman-temannya Mahesa menjadi semangat dan berani untuk bicara mengenai perundungan yang dilakukan oleh senior kepadanya. Gerakan bersama yang mereka lakukan dapat menumbuhkan kekompakan dan menciptakan kepedulian terhadap sesama teman merupakan tindakan yang positif agar kejadian tersebut tidak berkelanjutan dikemudian hari.



Gambar 4.4 . Scene ke-4 Iklan Layanan Masyarakat Berjudul “Ini Gak Lucu”

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=58O-wqH5o5s> , 2020

Timecode : 3:25 s/d 4:24 menit.

**Tabel 4.4 Analisis Semiotika Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos Scene 4**

---

#### Denotasi

---

Mahesa dan teman-temannya menunjukkan aksi mereka untuk membuat kedua kakak kelasnya sadar atas perbuatan yang telah mereka lakukan. Dalam scene ini memperlihatkan kekompakan dalam pertemanan di suatu kelompok.

---

---

### **Konotasi**

---

Makna konotasi yang ingin di sampaikan di scene ini ialah kekompakan dan kerjasama yang di lakukan oleh Mahesa dan teman-temannya untuk melaporkan kedua kakak kelasnya atas kasus perundungan yang telah mereka lakukan kepada peserta didik baru.

---

### **Mitos**

---

Melalui pemahaman konotasi pada gambar, dilihat bahwa pertemanan memang akan sering membantu jika mengalami kesulitan. Namun bantuan tidak menjamin pertemanan akan selalu setia. Serta pertemanan memang akan membimbing kita melewati beberapa masa masa sulit . Namun mengharapkan kesetiaan yang abadi dari pertemanan merupakan sesuatu yang kurang logis.

---

Dari gambar tersebut terlihat mahesa dan teman-temannya semangat, dan kompak dalam menentang perundungan yang telah di lakukan oleh kakak kelasnya terhadap Mahesa sebagai peserta didik baru. Mereka memakai bando kepala dan lipstik saat melakukan virtual zoom. Mereka terlihat tidak malu dengan memakai riasan perempuan untuk membela suatu kebenaran. Mahesa dan teman-temannya kompak ingin melaporkan kedua kakak kelasnya tersebut kepada pihak sekolah apabila mereka tidak mau meminta maaf kepada Mahesa yang telah melakukan perundungan. Kerjasama yang mereka lakukan dapat menaikkan rasa kepedulian antar teman. Hal tersebut merupakan tindakan yang positif agar perundungan dilingkungan sekolah tidak berkelanjutan dikemudian hari.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan semiotika metode Roland Barthes analisis semiotika makna pesan iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” dalam meminimalisir kasus perundungan dikalangan remaja. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” memiliki nilai kepedulian yang cukup baik mengenai semua dukungan, berawal dari dukungan teman-teman Mahesa yang memberikan suport dan semangat untuk *speak-up* dan melakukan gerakan bersama agar tidak melakukan perundungan terhadap remaja diligkungan senioritas sekolah.
2. Iklan layanan masyarakat “Ini Gak Lucu” secara tidak langsung menggambarkan pentingnya sebuah dukungan yang di dapat setiap orang. Karena sekecil apapun dukungannya dapat membuat hidup lebih berarti, serta membuat kita lebih maju dan merasa kita dihargai di dunia ini. Dalam iklan layanan masyarakat ini juga menggambarkan nilai pertemanan yang baik, kasih sayang dan saling memaafkan dari sebuah kehidupan. Iklan ini juga bercerita, dimana teman itu seharusnya jadi membela dan selalu memberikan semangat kepada korban perundungan.

## 5.2 Saran

1. Diharapkan kepada tim produksi Youtube Kemendikbud RI agar melengkapi profil pada pemain, sutradara, produser dan sebagainya. Kemendikbud RI juga agar lebih banyak untuk membuat iklan layanan masyarakat yang sering terjadi di kehidupan sehari-hari agar masyarakat dapat mengambil setiap pelajaran yang ada di dalam iklan layanan masyarakat Kemendikbud RI.
2. Bagi peneliti kedepannya diharapkan agar selalu lebih cermat lagi dalam memperhatikan dan melakukan sebuah penelitian dan mengupas lebih jauh lagi iklan layanan masyarakat tersebut. Diharapkan kepada peneliti juga selalu memberikan sebuah dukungan kepada keluarga dan teman-teman. Peneliti juga bisa memberikan pelajaran kepada banyak orang yang merendahkan sebuah dukungan tersebut, serta peneliti bisa menyuarakan agar orang yang ada di luar sana agar selalu memberikan dukungan yang baik kepada para kerabatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). *Iklan Layanan Masyarakat adalah Iklan yang Menyajikan Pesan Sosial, Ketahui Kriterianya*. Google. <https://hot.liputan6.com/read/4805514/iklan-layanan-masyarakat-adalah-iklan-yang-menyajikan-pesan-sosial-ketahui-kriterianya>.
- Arivia, G. (2006). *Feminisme Sebuah Kata Hati*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Astuti, P. I., Wijayava, R., & Giyatmi, G. (2020). Kontribusi Teori Skopos dalam Penerjemahan Iklan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1(1), 253–260. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/semnas2020/article/view/7563>.
- Bahtiar. (2019). Komunikasi Massa Dalam Media Critical dan Media Equation. *Al-Hikmah: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i1.1705>.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- Djajanegara, S. (2000). *Kritik Sastra Feminis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gunalan, S. (2020). ANALISIS PEMAKNAN SEMIOTIKA PADA KARYA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT. In *Jurnal Nawala Visual* (Vol. 2, Issue 2). Online. <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/nawalavisual>.
- Gunawan, I. M. S., & Nuraeni. (2021). Pemberian Layanan Infomasi Sebagai Upaya Pencegahan Perilaku Perundungan Pada Siswa di Sekolah. *Lumbung Inovasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 64–68.
- Hannam, J. (2007). *Feminism*. Harlow, England: Pearson-Longman.
- Haritsa, M. B., & Alfikri, M. (2022). Analisis Semiotika Pesan Moral Pada Film *Layanan Putus (Model Roland Barthes)*. 12(2), 2022.
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67–71
- Hoseani, R., & Yohana, F. M. (2021). Analisis Sistem Tanda di Pusat Perbelanjaan berdasarkan Semiotika Charles Sanders Peirce. *Human Narratives*, 2(1). <https://doi.org/10.30998/hn.v2i1.578>.
- Khumaedi, T., & Habzah Diniyati, S. (2020). Komunikasi Islam Dalam Perspektif Mahasiswa Islam. *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.51192/almubin.v3i2.74>
- Kurnia I. (2020). *Bullying*. Istana Media.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>

- Lestari, W. S. (2016). Analisis faktor-faktor penyebab *bullying* di kalangan peserta didik. *SOCIO DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 3(2), 147-157.
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Interaksi UMSU*, 1(3), 17-42. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/877>
- Lukmanul Hakim, A. R., Ikhsanudin, M. I., & Lutfi, A. Y. (2021). Menolak Stereotipe terhadap Perempuan Etnis Tionghoa Analisis Semiotika Iklan Bukalapak. *Jurnal Audiens*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11895>
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174-183. <http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1202>.
- O'Connell, J. (2003). *Bullying at school*. California: Department of Education.
- Pirera, R. C. (2019). Iklan Layanan Masyarakat Dalam Mengurangi Kecelakaan Lalu Lintas di Polres Pematangsiantar. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 81-89. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i1.2699>
- Prajogo, J. A., Hartanto, D. D., & Muljosumarto, C. (2015). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat "Anti-Bullying" Pada Anak Usia 13-15 Tahun di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6). <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/3262>
- Pramesthi, A. (2013). Hubungan antara Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pemahaman Pesan Kampanye Sosial Light On dengan Perilaku Menyalakan Lampu Utama Sepeda Motor. *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Prasetya, T., & Satriadi. (2017). Peran Iklan Layanan Masyarakat dalam Mempengaruhi Psikologi Seseorang. *Journal Academia Edu*, 1(1), 1-11.
- Rahmawati, I. S., & Illa, A. (2020). Pencegahan bullying dalam pendidikan karakter melalui peran guru di sekolah. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 633-640. <http://prosiding.unma.ac.id/index.php/semnasfkip/article/view/375>
- Restu, Y., & Yusri. (2013). Studi tentang perilaku agresif siswa di sekolah. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(1), 243-249. Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor/article/viewFile/1074/932>.
- Rosyidi, R. (2021). Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19. *Hudan Lin Naas: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1). <https://doi.org/10.28944/hudanlinnaas.v2i1.388>.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152-162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Santoso, P. (2016). Konstruksi Sosial Media Massa. *Al-Balagh*, 1(1).

- Sinaga, C. N. A. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–16. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/875>.
- Sobur, A. (2017). *Semiotika komunikasi*. Jakarta: Remaja Karya.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suhandang, K. (2005). Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi. In *Bandung: Nuansa*.
- Swearer, S.M. & Hymel, S. (2015). Understanding the psychology of bullying moving toward a social ecological diathesis-stress model. *American Psychologist Association*, 70(4), 344-353.
- Tang, I., Supraha, W., & Rahman, I. K. (2020). Upaya mengatasinya perilaku perundungan pada usia remaja. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 14(2), 93. <https://doi.org/10.32832/jpls.v14i2.3804>
- Theodore, W., & Sudarji, S. (2020). Faktor-Faktor Perilaku Perundungan Pada Pelajar Usia Remaja Di Jakarta. *Psibernetika*, 12(2), 67–79. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v12i2.1745>
- Wardhana, K. (2015). *Buku Panduan Melawan Bullying*. Layanan Pengaduan KPPPA.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (Kedua). Mitra Wacana Media.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019  
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20236 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003  
https://fisip.umsu.ac.id | fisip@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI**

**SK-1**

Kepada Yth.  
**Bapak/Ibu**  
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**FISIP UMSU**  
di  
Medan.

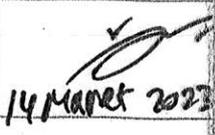
Medan, 13 Maret 2023

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : T.Norazelia Delanie  
N P M : 1903110239  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : **148,0** sks, IP Kumulatif **3,52**

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Representasi Peran Generasi Muda Dalam Menjaga Kesenian Daerah Pada Iklan Layanan Masyarakat "Sahabat Sadeli"	
2	Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat "Ini Gak Lucu" Dalam Meminimalisir Kasus Perundungan di Kalangan Remaja.	 14 Maret 2023
3	Analisis Semiotika Makna Motivasi Dalam Film "Mariposa" Karya Lulus HF.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 15. Maret ..... 2023

Ketua,

( Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom.)

NIDN: 0127048401

101.19.311

Pemohon

( T.Norazelia Delanie )

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi Ilmu Komunikasi

( Dr. Pihant Priadi )



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

[fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 486/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **14 Maret 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **T. NORAZELIA DELANIE**  
N P M : 1903110239  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023  
Judul Skripsi : **ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "INI GAK LUCU" DALAM MEMINIMALISIR KASUS PERUNDUNGAN DI KALANGAN REMAJA**  
Pembimbing : **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 101.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 14 Maret 2024.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 23 Sya'ban 1444 H  
16 Maret 2023 M



**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**

INDN-0000017402



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 30 Maret ..... 2023.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : T. Norazella Delanie  
N P M : 1903110239  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 486./SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20.23. tanggal 14 Maret 2023 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat  
"Ini Gak Lucu" Dalam Meminimalisir Kasus Perundungan  
Di kalangan Remaja.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui

Pembimbing

(Dr. R. B. T. PRIADI, S.Sos., M.I.KOM)

NIDN: 0120057303

Pemohon,

(T. Norazella Delanie)





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 963/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023  
Waktu : 08.30 WJIB s.d. selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	ASYIATUN RODHIAH	1903110220	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	EFEKTIVITAS KEPEMIMPINAN DAN GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN BATU BARA
2	AYESHA SALSABILLA	1903110208	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	POLA KOMUNIKASI KEPOLISIAN DALAM MENSOSIALISASIKAN KESELAMATAN BERKENDARA PADA MASYARAKAT ACEH TAHIANG
3	T. NORAZELIA DELANJE	1903110239	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "INIGAK LUCI" DALAM MEMINIMALISIR KASUS PERUNDUNGAN DI KALANGAN REMAJA
4	MHD. ARIF GUNAWAN LUBIS	1903110227	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN PELAJAR MAHASISWA PEMUDA PANCASILA KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI TENGAH MASYARAKAT
5	SARAH OKTAVIANI	1903110014	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MEMPROMOSIKAN HASIL PRODUKSI UMKM DESA PULAU TANJUNG KABUPATEN ASAHAN

Medan, 23 Dzulhijjah 1444 H  
12 Juni 2023 M

Delegasi  
**(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.)**





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENCEMANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20233 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
🌐 <https://fisp.umsu.ac.id> ✉ [fisp@umsu.ac.id](mailto:fisp@umsu.ac.id) 📄 [umsunedan](#) 📱 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : T. NORAZELIA DELANIE

N P M : 1903110239

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat "Ini Gak Lucu" Dalam meminimalisir Kasus Perundungan di Kalangan Remaja.

No.	Tanggal	Kegiatan/Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	14/03-2023	Acc Judul Skripsi	<i>[Signature]</i>
2.	29/03-2023	Bimbingan Proposal 1	<i>[Signature]</i>
3.	30/03-2023	Bimbingan Proposal 2	<i>[Signature]</i>
4.	30/03-2023	Acc Proposal	<i>[Signature]</i>
5.	10/08-2023	Bimbingan Skripsi	<i>[Signature]</i>
6.	11/08-2023	Bimbingan Skripsi Bab 4	<i>[Signature]</i>
7.	12/08-2023	Bimbingan Skripsi Bab 5	<i>[Signature]</i>
8.	14/08/2023	Acc Skripsi	<i>[Signature]</i>

Medan, ..14... Agustus.....2023..

Dejan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin. Saleh, S.Sos., M.S.P.)  
NIDN : 0030017402

(Akhyar. Anshori, S.Sos., M.I. Kogn)  
NIDN : 0127048401

(Dr. Ribut. Priadi, S.Sos., M.I. Kogn)  
NIDN : 0120057303



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malaysia's Qualification Agency

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Sk-10



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 31 Agustus 2023  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**

Nomor : 1601/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	FAUZAN RZIKY ANANDA	1903110178	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos. M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MENGATASI PROKRASIASI PADA ANAK SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI KOTA MEDAN
7	DEWI KARTIKA PUTRI	1803110258	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	MODEL KOMUNIKASI GURU DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA SDN 050746 PANGKALAN BRANDAN
8	RAY RAMADHAN MUNTHE	1603110018	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI HUMAS DALAM MENYEBARLUASKAN INFORMASI TENTANG PROGRAM KERJA PEMERINTAH ACEH TENGGARA TAHUN 2023
9	T. NORAZELIA DELANIE	1903110239	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos. M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "INI GAK LUCU" DALAM MEMINIMALISIR KASUS PERUNDUNGAN DI KALANGAN REMAJA
10	FARAH MAWADDAH	1903110248	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	OPINI IBU IBU AISYIAH CABANG MEDAN KOTA MENGENAI PERILAKU ALTRUISME PADA REMAJA

Medan, 11 Safar 1445 H  
28 Agustus 2023 M

Notulis Sidang :  
1.



Kena,  
Ketua,  
Panitia Ujian

Sekretaris

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom