

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT KEMENTERIAN KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA EDISI: PENCEGAHAN
STUNTING 60 DETIK.**

Oleh:

AUDREY FANNILUBIS

2003110139

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2024

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : **AUDREY FANNI LUBIS**

NPM : 2003110139

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Semiotika Pada Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Edisi: Pencegahan Stunting 60 Detik.

Medan, 10 Oktober 2024

PEMBIMBING



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

NIDN. 0110077602

Disetujui Oleh :

KETUA PROGRAM STUDI



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

NIDN. 0127048401



DEKAN

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

NIDN. 0030017402

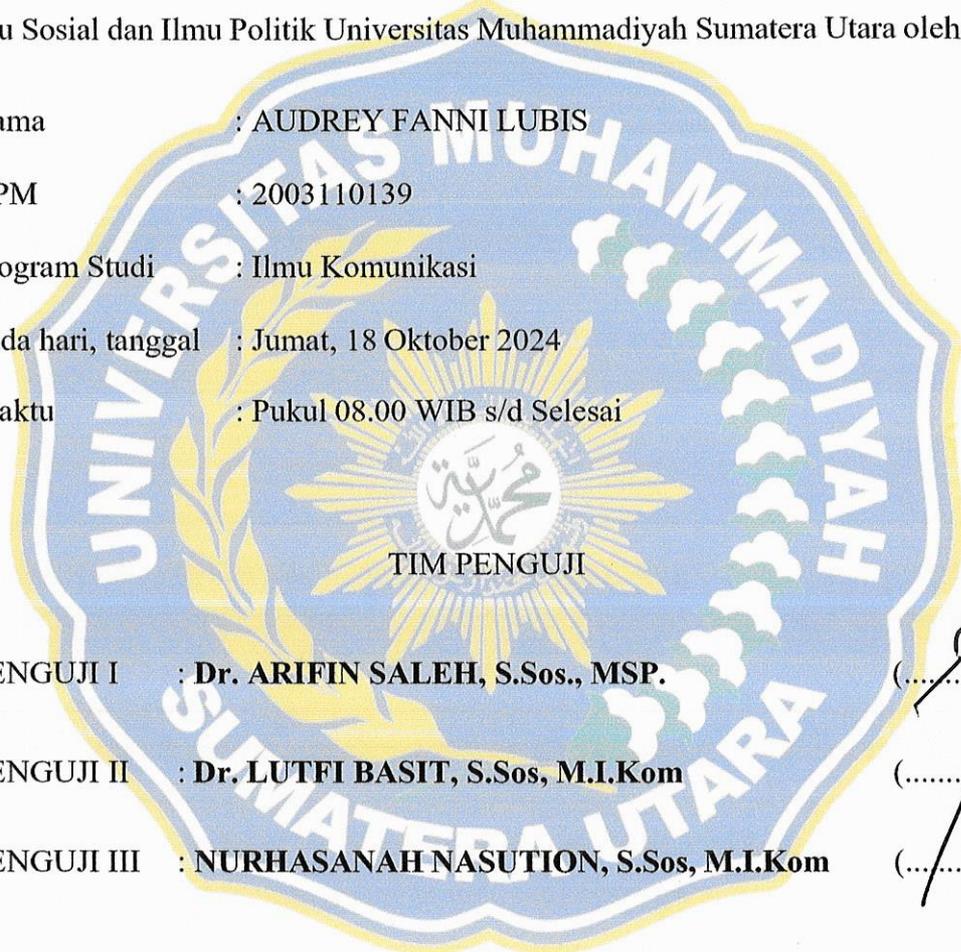
PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : AUDREY FANNI LUBIS
NPM : 2003110139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jumat, 18 Oktober 2024
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai



PENGUJI I : **Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.** (.....)
PENGUJI II : **Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom** (.....)
PENGUJI III : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

UMSU
PANITIA PENGUJI
Ketua Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



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

Unggul | Terpercaya

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya **Audrey Fanni Lubis**, NPM 2003110139, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat 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 saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan 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 disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, 18 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Audrey Fanni Lubis

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alaminn, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Semiotika Pada Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Edisi: Pencegahan Stunting 60 Detik”.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan setulusnya kepada kedua orang tua tercinta penulis, Papi Denny dan Mami Tuti yang selalu ada setiap saat dari kecil hingga dewasa. Mereka yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan dukungan baik moral maupun materi selama proses penyelesaian skripsi ini.

Saat menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan doa dari berbagai pihak, penulis tidak akan bisa mencapai titik ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin secara khusus menyebutkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang sangat berarti selama penelitian:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. 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 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. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama setiap semester.
9. Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai biro FISIP UMSU yang telah membantu penulis dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas penulis.
10. Kepada abang kandung penulis, Bang Andrey. Terima kasih atas nasehat dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk sahabat penulis, Elsa, Jihan, Pamela, Arimbi, Uli, Putri, Cican, Rifqy, dan Ladesh. Terima kasih atas dukungan, semangat, serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman kuliah penulis, Adra, Yulaika, Adinda, Yusuf, Neidy, dan Daffa. Terima kasih sudah menjadi teman penulis di masa perkuliahan ini.

Akhir kata, penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan masukan saran ataupun kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca khususnya dalam melakukan kegiatan serupa. Aamiin Yaa Rabbal'alaamiin.

Medan, 03 Oktober 2024

Audrey Fanni Lubis

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA EDISI:
PENCEGAHAN STUNTING 60 DETIK.**

AUDREY FANNI LUBIS
2003110139

ABSTRAK

Stunting merupakan salah satu masalah kesehatan utama yang masih dihadapi Indonesia, dengan dampak signifikan terhadap pertumbuhan fisik dan perkembangan kognitif anak-anak. Kondisi ini disebabkan oleh kurangnya asupan gizi selama kehamilan dan masa balita, serta minimnya pengetahuan orang tua terkait kesehatan dan gizi sebelum dan sesudah kehamilan. Dampak jangka panjang stunting tidak hanya memengaruhi kesehatan anak, tetapi juga kualitas sumber daya manusia di masa depan, sehingga memerlukan perhatian dan penanganan yang serius dari berbagai pihak. Pencegahan stunting dapat dilakukan melalui berbagai strategi, salah satunya adalah melalui edukasi masyarakat. Iklan layanan masyarakat memiliki peran penting dalam upaya ini dengan berfokus pada perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat, terutama orang tua. Edukasi mengenai pentingnya pemenuhan gizi, pola asuh yang tepat, akses ke layanan kesehatan, serta menjaga sanitasi yang baik menjadi kunci utama dalam mencegah stunting. Di era digital, platform seperti YouTube menjadi salah satu media efektif untuk menyebarkan informasi. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia telah merilis iklan layanan masyarakat berdurasi 60 detik berjudul "Pencegahan Stunting" melalui YouTube, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang langkah-langkah pencegahan stunting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut dengan menggunakan metode kualitatif. Analisis semiotika Charles Sanders Peirce digunakan untuk mengkaji tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*) dalam setiap adegan iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan ini berhasil menyampaikan pesan informatif yang kuat mengenai peran keluarga dan masyarakat dalam mencegah stunting. Diharapkan, pesan ini mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya upaya pencegahan stunting dan mengubah perilaku masyarakat menuju pola hidup yang lebih sehat.

Kata Kunci: Semiotika Charles Sanders Pierce, Iklan Layanan Masyarakat, Pencegahan Stunting, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS.....	7
2.1 Komunikasi Massa	7
2.2 Penyiaran	8
2.3 YouTube	10
2.3.1 Pengertian YouTube	10
2.4 Stunting.....	11
2.4.1 Definisi Stunting	11
2.4.2 Diagnosis dan Klasifikasi Stunting.....	12
2.4.3 Faktor-faktor Penyebab Stunting	14
2.5 Iklan.....	25

2.6	Semiotika.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Kerangka Konsep	32
3.3	Definisi Konsep	32
3.3.1	Analisis Semiotika	32
3.3.2	Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting 60 Detik .	33
3.3.3	Makna Pada Setiap Adegan	34
3.4	Kategorisasi Penelitian	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.8	Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Sinopsis Iklan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting”	39
4.2	Pembahasan	40
4.2.1	Makna Setiap Adegan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” Dengan Analisis Semiotika Metode Charles S Pierce	40
BAB V PENUTUP.....		51
5.1	Simpulan.....	51

5.2	Saran.....	51
	DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Klasifikasi Status Gizi	14
Tabel 3.1	Kategorisasi Penelitian	35
Tabel 3.2	Keterangan Iklan Layanan Masyarakat	38
Tabel 4.1	Analisis Hasil Penelitian 1.....	41
Tabel 4.2	Analisis Hasil Penelitian 2.....	42
Tabel 4.3	Analisis Hasil Penelitian 3.....	43
Tabel 4.4	Analisis Hasil Penelitian 4.....	44
Tabel 4.5	Analisis Hasil Penelitian 5.....	45
Tabel 4.6	Analisis Hasil Penelitian 6.....	46
Tabel 4.7	Analisis Hasil Penelitian 7.....	47
Tabel 4.8	Analisis Hasil Penelitian 8.....	48
Tabel 4.9	Analisis Hasil Penelitian 9.....	49
Tabel 4.10	Analisis Hasil Penelitian 10.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting di YouTube.....	37
Gambar 4.1	Seorang murid di depan kelas.....	41
Gambar 4.2	Ibu hamil yang sedang minum segelas air.....	42
Gambar 4.3	Seorang wanita yang sedang menjalani pemeriksaan.....	43
Gambar 4.4	Sepasang orang tua memeluk bayi	44
Gambar 4.5	Seorang ibu yang menyuapi anak dengan makanan.....	45
Gambar 4.6	Seorang ayah yang menggendong anaknya.....	46
Gambar 4.7	Orang tua dan anak berkumpul di ruang tamu	47
Gambar 4.8	Seorang anak mendapatkan nilai yang sempurna.....	48
Gambar 4.9	Orang tua dan anak menyampaikan pesan	49
Gambar 4.10	Logo Kemenkes RI dan GERMAS	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Stunting merupakan salah satu isu kesehatan utama di Indonesia yang berpengaruh terhadap pertumbuhan fisik dan perkembangan kognitif anak-anak, hal ini karena permasalahan gizi berdampak pada kualitas sumber daya manusia (SDM). Prevalensi stunting dari Riset Kesehatan Dasar Tahun 2013 sejumlah 37,2%, sedangkan hasil pencatatan status gizi tahun 2016 sebesar 27,5 % jauh lebih besar dibandingkan dengan batasan WHO < 20 %. Hal ini berarti bahwa terjadi masalah pertumbuhan tidak maksimal pada 8,9 juta anak Indonesia atau 1 dari 3 anak mengalami stunting. Stunting merupakan kondisi dimana tinggi badan seseorang lebih pendek dari usia umumnya (Kemendesa, 2017).

Stunting disebabkan oleh masalah asupan gizi yang dikonsumsi selama kandungan maupun masa balita. Kurangnya pengetahuan ibu mengenai kesehatan dan gizi sebelum masa kehamilan, serta masa nifas, terbatasnya layanan kesehatan seperti pelayanan antenatal, pelayanan postnatal dan rendahnya akses makanan bergizi, rendahnya akses sanitasi dan air bersih juga merupakan penyebab stunting (Sutarto et al., 2018).

Multi faktor yang sangat beragam tersebut membutuhkan intervensi yang paling menentukan yaitu pada 1000 HPK (1000 hari pertama kehidupan). Faktor penyebab stunting juga dipengaruhi oleh pekerjaan ibu, tinggi badan ayah, tinggi badan ibu, pendapatan, jumlah anggota rumah

tangga, pola asuh, dan pemberian ASI eksklusif (Yuwanti et al., 2021), selain itu stunting juga disebabkan oleh beberapa faktor lain seperti pendidikan ibu, pengetahuan ibu mengenai gizi, pemberian ASI eksklusif, umur pemberian MP-ASI, tingkat kecukupan zink dan zat besi, riwayat penyakit infeksi serta faktor genetik (Aridiyah et al., 2015).

Prevalensi stunting di Indonesia berdasarkan Riskesdas tahun 2018 mengalami penurunan sekitar 7,2 % dari 37, 2 % prevalensi stunting secara Nasional tahun 2017 namun angka ini masih dibawah target yang di tetapkan oleh WHO yaitu dibawah 20 %. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pencegahan dan penanggulangan stunting masih menjadi tantangan besar bagi pemerintah dan masyarakat Indonesia (Yuwanti et al., 2021).

Perubahan pola pikir, dan perilaku pada masyarakat Indonesia khususnya para orang tua terkait pemenuhan asupan gizi, pola asuh anak, akses layanan kesehatan dan sanitasi lingkungan yang baik dapat dilakukan dengan cara memberikan edukasi melalui iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat terutama melalui platform YouTube menjadi salah satu alternatif pemerintah dalam menyebarkan informasi agar lebih efektif. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa dalam penyebaran pesan. Iklan layanan masyarakat adalah iklan nonkomersial yang mencoba untuk mengubah sikap dan perilaku publik melalui peningkatan kesadaran tentang isu-isu yang lebih spesifik menggunakan alat tradisional dan baru untuk mempublikasikan isu yang relevan dengan kepentingan publik. (Inci et al., 2017)

Lebih lanjut, iklan layanan masyarakat saat ini sudah banyak disiarkan di media baru seperti YouTube sebagai media periklanan alternatif untuk menjangkau audiens lebih luas dan para audiens muda. Salah satu kementerian yang sangat berkaitan dalam mengatasi permasalahan stunting adalah Kementerian Kesehatan RI. Kementerian Kesehatan RI melalui iklan layanan masyarakat berusaha untuk mengedukasi masyarakat dengan informasi-informasi khususnya tentang stunting yang dikemas kedalam konten video dan diunggah ke YouTube (Inci et al., 2017)

Pesan yang diterima oleh masyarakat melalui audio visual jauh lebih efektif dibandingkan dengan hanya menyebarkan informasi melalui sebuah tulisan dan kata-kata saja. Pada sebuah iklan layanan masyarakat dalam bentuk video, masyarakat dapat melihat gambar, simbol-simbol yang muncul serta suara yang dapat mendukung pemahaman masyarakat tentang stunting. Pemahaman masyarakat mengenai makna iklan layanan masyarakat dapat dikaji melalui analisis semiotika. Periklanan dalam konteks semiotika dapat diamati sebagai upaya penyampaian pesan dengan menggunakan seperangkat fitur dalam suatu sistem (Saussure, 1996). Lebih lanjut, Agustia & Subratha (2021) menjelaskan bahwa dalam semiotika sosial, iklan dapat diamati dan diciptakan berdasarkan ikatan antara penanda dan petanda yang merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan untuk mewakili pesan yang ingin disampaikan oleh pengiklan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tanda verbal dan visual dalam iklan sangat penting untuk menyebarkan pesan iklan dan juga

untuk menarik perhatian pembaca (Santika et al., 2020). Lebih lanjut, hasil kajian yang dilakukan oleh Hakim & Ningsih (2022) menunjukkan bahwa iklan tidak hanya menjadi upaya pencegahan, namun iklan juga menjadi sumber informasi tentang dampak negatif yang disebabkan oleh narkoba termasuk efek sosial, kesehatan mental dan fisik yang dapat mengakibatkan kematian. Berdasarkan uraian diatas maka pada studi ini, peneliti mengkaji makna yang muncul pada iklan layanan masyarakat melalui kanal YouTube Kementerian Kesehatan RI dengan judul Pencegahan Stunting 60 Detik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana makna yang terdapat dalam setiap adegan atau *scene* yang ditayangkan pada Iklan Layanan Masyarakat tentang Pencegahan Stunting yang diproduksi oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia di YouTube.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan peneliti lakukan adalah:

1. Mengetahui makna-makna dalam setiap adegan dan hubungannya dengan narasi yang disampaikan oleh narrator pada Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting.
2. Mengetahui seberapa informatif penayangan Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting terhadap pencegahan stunting di Indonesia.

3. Mengetahui pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting di YouTube terhadap ajakan pemerintah untuk mencegah stunting pada masyarakat di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang akan didapatkan dari penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi penelitian lainnya serta dapat menambah uraian-uraian yang bersifat teoritis.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan informasi awal bagi penelitian yang serupa.
3. Secara akademis, sebagai salah satu syarat kelulusan dan meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisikan uraian-uraian teoritis penelitian yaitu Komunikasi Massa, Penyiaran, YouTube, Stunting, Iklan, dan Semiotika.

BAB III : Dalam bab ini berisikan metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, narasumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi, dan waktu

penelitian.

BAB IV : Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi berasal dari bahasa latin yang disebut dengan *communication* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti secara etimologis adalah satu makna, sedangkan secara terminologis komunikasi merupakan “suatu proses penyampaian pernyataan oleh seorang individu kepada individu lainnya”. Komunikasi merupakan sebuah kunci dari hubungan yang melibatkan individu satu dengan yang lainnya. (Silaban & Nasution 2023).

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). Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film (Wilantari & Memoriance, 2018). 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 (Prameshti, 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 (Prameshti, 2013).

2.2 Penyiaran

Dalam UUD nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, pada pasal 1 disebutkan bahwa penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh Masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *broadcasting* adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan

bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di satu tempat (Bahri, 2019)

Adapun menurut (Djamal & Fachruddin, 2017) dalam buku Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi, menuliskan bahwa penyiaran (*broadcasting*) merupakan keseluruhan proses penyampaian siaran, mulai dari penyiapan materi hingga penerimaan siaran oleh pendengar atau pemirsa. Proses penyampaian tersebut dilakukan lewat media, agar informasinya tersebar dan bisa menjangkau khalayak luas. Media itulah yang disebut media penyiaran atau *broadcast* media (Kompas.com, 2022). Khususnya di negara Indonesia penyiaran ini diawasi oleh lembaga penyiaran yakni Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Komisi Penyiaran di Indonesia dilindungi oleh UUD nomor 32 tahun 2002. Adapun wewenang daripada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan standar program siaran
2. Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran (diusulkan oleh asosiasi/masyarakat penyiaran kepada KPI)
3. Mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran
4. Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran
5. Melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, Lembaga penyiaran, dan masyarakat (UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, 2002).

2.3 YouTube

2.3.1 Pengertian YouTube

YouTube merupakan sistus jejaring media sosial yang berisikan berbagai jenis video, pengguna YouTube bisa menonton dan mengunggah video lewat situs tersebut, banyak sekali jenis video yang terdapat dari youtube mulai dari hiburan, wawasan, serta berita, dikutip dari Wiryany (2019:27), YouTube merupakan situs video *sharing* yang dimiliki Google Inc. dikategorikan sebagai media massa yang berisikan jutaan video (Isdiansyah, 2022). YouTube dibangun pada Tahun 2005, merupakan titik awal dari lahirnya situs *video upload* YouTube.com yang didirikan oleh 3 orang karyawan perusahaan *finance online* PayPal di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim (Chandra, 2009)

YouTube sendiri terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California. Yang kemudian dibeli sahamnya oleh perusahaan google hingga berkembang seperti sekarang, YouTube memiliki potensi yang cukup baik dijadikan sebuah media pembelajaran karena dijamin sekarang banyak sekali genre video yang terdapat di YouTube terutama video yang berisikan konten pendidikan, contohnya video sejarah berbentuk dokumenter ataupun animasi.

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan YouTube menurut Isdiansyah (2022) kelebihan dari YouTube diantaranya:

1. Memudahkan pengguna dalam mencari suatu topik yang ingin dicari melalui kata kunci untuk memunculkan banyak hal yang berkaitan dengan topik tersebut dalam berupa video yang telah tersedia di dalamnya.
2. Konten yang ada di YouTube lebih beragam dibandingkan dengan media massa lainnya seperti Instagram, Twitter, Facebook, karena video memiliki ruang pemutaran yang lebih besar.
3. YouTube bisa dijadikan sebagai sarana belajar otodidak, dengan adanya YouTube memudahkan seseorang untuk menggali suatu hal yang belum di pahami.

Walaupun YouTube memiliki berbagai kelebihan YouTube juga memiliki kekurangannya diataranya:

1. Kebebasan dalam mengakses konten yang cukup berbahaya bagi anak anak dibawah umur atau konten yang kurang cocok bagi beberapa kalangan orang.
2. Beberapa konten yang bermuatan berita berpotensi hoaks atau unsur berita pembohong yang memicu konflik.
3. Tergesernya televisi karena beragamnya konten YouTube yang dimiliki membuat orang-orang lebih tertarik.

2.4 Stunting

2.4.1 Definisi Stunting

Stunting adalah kondisi balita yang memiliki panjang atau

tinggi badan yang kurang jika dibandingkan dengan umur. Balita stunting di masa yang akan datang akan mengalami kesulitan dalam mencapai perkembangan fisik dan kognitif yang optimal (Kementerian Kesehatan RI, 2023).

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1995/MENKES/SK/XII/2010 tentang Standar Antropometri Penilaian Status Gizi Anak, pengertian pendek dan sangat pendek adalah status gizi yang didasarkan pada Indeks Panjang Badan menurut Umur (PB/U) atau Tinggi Badan menurut Umur (TB/U) yang merupakan istilah stunted (pendek) dan severely stunted (sangat pendek). Balita pendek adalah balita dengan status gizi berdasarkan panjang atau tinggi badan menurut umur bila dibandingkan dengan standar baku WHO, nilai *Zscore*nya kurang dari -2 SD dan dikategorikan sangat pendek jika nilai *Zscore*nya kurang dari -3 SD (Kementerian Kesehatan RI, 2016).

2.4.2 Diagnosis dan Klasifikasi Stunting

Stunting didefinisikan sebagai kondisi balita memiliki tinggi badan menurut umur berada di bawah minus 2 Standar Deviasi (<-2SD) dari standar median WHO. Bayi yang dilahirkan memiliki panjang badan lahir normal bila panjang badan lahir bayi tersebut berada pada panjang 48-52 cm (Sutrio & Lupiana, 2019). Panjang badan lahir pendek dipengaruhi oleh pemenuhan nutrisi bayi tersebut saat masih dalam kandungan. Penentuan asupan yang baik sangat

penting untuk mengejar panjang badan yang seharusnya. Berat badan lahir, panjang badan lahir, umur kehamilan dan pola asuh merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi kejadian stunting. Panjang badan lahir merupakan salah satu faktor risiko kejadian stunting pada balita (Anugraheni & Kartasurya, 2012). Stunting akan mulai nampak ketika bayi berusia dua tahun (Kementerian Kesehatan RI, 2022) Penilaian status gizi balita yang sering dilakukan adalah dengan cara penilaian antropometri. Secara umum antropometri berhubungan dengan berbagai macam pengukuran dimensi tubuh dan komposisi tubuh dari berbagai tingkat umur dan tingkat gizi. Antropometri digunakan untuk melihat ketidakseimbangan asupan protein dan energi. Beberapa indeks antropometri yang sering digunakan adalah berat badan menurut umur (BB/U), tinggi badan menurut umur (TB/U), berat badan menurut tinggi badan (BB/TB) yang dinyatakan dengan standar deviasi unit Z (*Z-score*) dimana hasil pengukuran antropometri menunjukkan *Z-score* kurang dari -2SD sampai dengan -3SD (pendek/*stunted*) dan kurang dari -3SD (sangat pendek / *severely stunted*) (Kementerian Kesehatan RI, 2022).

Stunting dapat diketahui bila seorang balita sudah ditimbang berat badannya dan diukur panjang atau tinggi badannya, lalu dibandingkan dengan standar, dan hasilnya berada dibawah normal. Jadi secara fisik balita akan lebih pendek dibandingkan balita seumurnya. Penghitungan ini menggunakan standar *Z score* dari

WHO. Normal, pendek dan sangat pendek adalah status gizi yang didasarkan pada indeks Panjang Badan menurut Umur (PB/U) atau Tinggi Badan menurut Umur (TB/U) yang merupakan padanan istilah stunted (pendek) dan severely stunted (sangat pendek). Klasifikasi status gizi akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 2.1
Klasifikasi Status Gizi

Indeks	Status Gizi	Ambang Batas
Panjang Badan menurut umur (PB/U) atau tinggi Badan Menurut Umur (TB/U)	Sangat Pendek	<- 3 SD
	Pendek	- 3 SD sampai <- 2 SD
	Normal	- 2 SD sampai 2 SD
	Tinggi	> 2 SD

Sumber : Standar Antropometri Penilaian Status Gizi Anak Tahun 2010

2.4.3 Faktor-faktor Penyebab Stunting

1. Berat Badan Lahir Rendah

Bayi yang lahir dengan berat badan lahir rendah (BBLR) yaitu bayi yang lahir dengan berat badan kurang dari 2500 gram, bayi dengan berat badan lahir rendah akan mengalami hambatan pada pertumbuhan dan perkembangannya serta kemungkinan terjadi kemunduran fungsi intelektualnya selain itu bayi lebih rentan terkena infeksi dan terjadi hipotermi (Mukhlis et al., 2020)

Bayi yang berat lahirnya kurang dari 2.500 gram akan membawa risiko kematian, gangguan pertumbuhan anak,

termasuk dapat berisiko menjadi pendek jika tidak ditangani dengan baik. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tiwari yang menyatakan bahwa anak dengan riwayat kelahiran BBLR berisiko menderita stunting dibandingkan dengan anak yang tidak menderita BBLR (Pratiwi, 2021)

Berat badan lahir sangat terkait dengan pertumbuhan dan perkembangan jangka panjang anak balita, pada penelitian yang dilakukan oleh Lidia (2018) dalam Pratiwi (2021), menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara berat lahir dengan kejadian stunting pada balita di Pekanbaru. Penelitian yang dilakukan oleh Sartono (2013), di Yogyakarta tentang hubungan antara BBLR dengan kejadian stunting diantaranya menyatakan hal yang sama bahwa ada hubungan antara berat badan lahir dengan kejadian stunting (Umay & Masluroh, 2024).

2. ASI Eksklusif

ASI Eksklusif adalah pemberian ASI yang diberikan sejak bayi dilahirkan hingga usia bayi enam bulan tanpa memberikan makanan atau minuman lainnya seperti susu formula, air putih, air jeruk kecuali vitamin dan obat (Murti et al., 2020). Bayi atau balita dalam praktek pemberian ASI eksklusif maupun MPASI yang kurang optimal dan terbatasnya makanan dalam

hal kualitas, kuantitas dan jenis akan memberikan kontribusi terhadap stunting (Umay & Masluroh, 2024)

Pada bayi Air Susu Ibu (ASI) sangat berperan dalam pemenuhan nutrisinya. Konsumsi ASI juga meningkatkan kekebalan tubuh bayi sehingga menurunkan risiko penyakit infeksi. Kadar mineral pada ASI tidak dipengaruhi oleh makanan yang dikonsumsi ibu dan status nutrisi ibu. Mineral dalam ASI lebih mudah diserap dibanding mineral dalam susu sapi. Mineral utama yang terdapat pada ASI adalah kalsium yang berfungsi untuk pertumbuhan jaringan otot dan rangka, transmisi jaringan saraf dan pembekuan darah. Hal inilah yang mendukung pertumbuhan bayi terutama tinggi badan sehingga bayi yang diberikan ASI juga memiliki tinggi badan yang lebih tinggi dan sesuai dengan kurva pertumbuhan dibandingkan dengan bayi yang diberikan dengan susu formula. Dengan pemberian ASI, bayi dapat terhindar dari resiko stunting (Rivanica, 2020).

Menyusui yang berkelanjutan selama dua tahun memberikan kontribusi signifikan terhadap asupan nutrisi penting pada bayi (Fikawati & Syafiq, 2009). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sri di Sleman terdapat hubungan pemberian ASI eksklusif dengan kejadian stunting pada balita dua sampai tiga tahun. ASI merupakan asupan gizi yang sesuai dengan

kebutuhan akan membantu pertumbuhan dan perkembangan anak. Bayi yang tidak mendapatkan ASI dengan cukup berarti memiliki asupan gizi yang kurang baik dan dapat menyebabkan kekurangan gizi salah satunya dapat menyebabkan stunting (Pratiwi, 2021).

Penelitian yang dilakukan Arifin pada tahun 2012 dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kejadian stunting dipengaruhi oleh berat badan saat lahir, asupan gizi balita, pemberian ASI, riwayat penyakit infeksi, pengetahuan gizi ibu, balita, pendapatan keluarga, jarak antar kelahiran namun faktor yang paling dominan adalah pemberian ASI (Umay & Masluroh, 2024)

3. Tinggi Badan Ibu

Karakteristik ibu atau keadaan ibu yang meliputi tinggi badan merupakan faktor genetika yang menyebabkan stunting. Orang tua yang memiliki tinggi badan yang pendek kemungkinan besar akan menurunkan sifat pendek tersebut terhadap anaknya. Hal ini dikarenakan adanya kondisi patologis yaitu defisiensi hormon pertumbuhan yang dimiliki oleh gen pembawa kromosom tersebut, apabila tidak didukung dengan asupan yang adekuat untuk menyokong pertumbuhan, pada generasi berikutnya akan berdampak terhadap kegagalan pertumbuhan atau stunted (Panatariono & Puspitasari, 2022).

Menurut (Kemenkes RI, 2010) anak yang lahir dari ibu dengan tinggi badan kurang dari 150 cm cenderung melahirkan bayi pendek lebih banyak (42,2%) dibandingkan kelompok ibu dengan tinggi badan normal (36%). Menurut penelitian yang dilakukan di Ghana dengan sampel anak berusia dibawah lima tahun menunjukkan bahwa anak yang memiliki ibu dengan tinggi badan kurang dari 150 cm berisiko menderita stunting (Larasati, 2018) Menurut Nasikhah & Margawati (2012) salah satu atau kedua orang tua yang pendek akibat kondisi patologi (seperti defisiensi hormon pertumbuhan) memiliki gen dalam kromosom yang membawa sifat pendek sehingga memperbesar peluang anak mewarisi gen tersebut dan tumbuh menjadi stunting.

4. Tingkat Pendidikan

Menurut Undang – Undang RI No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan formal terdiri dari pendidikan dasar (SD, MI, SMP, dan MTs), pendidikan menengah pertama (SMA, MA, SMK), dan pendidikan tinggi (diploma, sarjana, magister, spesialis dan doktor). Pemerintah di Indonesia mewajibkan belajar sembilan tahun untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Sehingga masyarakat di Indonesia harus menempuh pendidikan minimal sembilan tahun dihitung mulai dari Sekolah Dasar (SD) hingga

Sekolah Menengah Pertama (SMP). Masyarakat yang sudah menempuh pendidikan minimal sembilan tahun tersebut dianggap sudah mempunyai kualitas yang layak untuk menjalankan kehidupannya. Menurut Astuti (2017) ibu dengan tingkat pendidikan tinggi cenderung memiliki pengetahuan yang luas dan mudahnya menangkap informasi baik dari pendidikan formal yang mereka tempuh maupun dari media massa (cetak dan elektronik) untuk menjaga kesehatan anak dalam mencapai status gizi yang baik sehingga perkembangan anaknya menjadi lebih optimal.

Semakin tinggi pendidikan ibu maka pengetahuannya akan gizi akan lebih baik, sebaliknya semakin rendah pendidikan ibu maka pengetahuan akan gizi akan kurang baik. Rendahnya 20 pendidikan ibu pada saat kehamilan mempengaruhi pengetahuan gizi ibu saat mengandung. Ibu hamil yang mengalami kurang gizi akan mengakibatkan janin yang dikandung juga mengalami kekurangan gizi. Kekurangan gizi pada kehamilan yang terjadi terus menerus akan melahirkan anak mengalami kurang gizi. Kondisi ini jika berlangsung dalam kurun waktu yang relatif lama akan menyebabkan anak mengalami kegagalan dalam pertumbuhan (stunting) (Pratiwi, 2021).

Menurut Sulastri (2012) pendidikan ibu yang rendah dapat mempengaruhi pola asuh dan perawatan anak. Selain itu juga berpengaruh dalam pemilihan dan cara penyajian makanan yang akan dikonsumsi oleh anaknya. Penyediaan bahan dan menu makan yang tepat untuk balita dalam upaya peningkatan status gizi akan dapat terwujud bila ibu mempunyai tingkat pengetahuan gizi yang baik.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Haile yang menyatakan bahwa anak yang terlahir dari orang tua yang memiliki pendidikan tinggi cenderung lebih mudah dalam menerima edukasi kesehatan selama kehamilan, misalnya dalam pentingnya memenuhi kebutuhan nutrisi saat hamil dan pemberian ASI eksklusif selama enam bulan (Rambe, 2022)

5. Status ekonomi

Status sosial ekonomi dapat mempengaruhi terjadinya kejadian stunting, karena keadaan sosial ekonomi atau keadaan rumah tangga yang tergolong rendah akan mempengaruhi tingkat pendidikan rendah, kualitas sanitasi dan air minum yang rendah, daya beli yang rendah serta layanan kesehatan yang terbatas, semuanya dapat berkontribusi terkena penyakit dan rendahnya asupan zat gizi sehingga berpeluang untuk terjadinya stunting (Aida, 2019).

Tingkat pendapatan keluarga memiliki hubungan yang bermakna dengan kejadian stunting. Hal ini dikarenakan keluarga dengan pendapatan yang rendah akan mempengaruhi dalam menyediakan pangan untuk keluarga. Daya beli keluarga tergantung dengan pendapatan keluarga, dengan adanya pendapatan yang tinggi maka kemungkinan terpenuhinya kebutuhan makan bagi keluarga (Aida, 2019).

6. Salah satu penelitian di Puskesmas Andalas Kecamatan Padang Timur Kota Padang yang dilakukan oleh Machmud (2018) dalam Pratiwi (2021) menunjukkan bahwa tingkat pendapatan keluarga merupakan salah satu faktor yang memiliki hubungan bermakna dengan kejadian stunting pada balita. Menurut Khoirun dkk. (2015) dalam Yubiah et al. (2022) status ekonomi keluarga yang rendah akan mempengaruhi pemilihan makanan yang dikonsumsi sehingga biasanya menjadi kurang bervariasi dan sedikit jumlahnya terutama pada bahan pangan yang berfungsi untuk pertumbuhan anak seperti sumber protein, vitamin, dan mineral, sehingga meningkatkan risiko kurang gizi. Menurut Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 340/KEP/2020 tentang penetapan upah minimum kabupaten/kota tahun 2021, bahwa UMK Kulon Progo Rp.1.805.000,00.

7. Patofisiologi Stunting

Masalah gizi merupakan masalah multidimensi, dipengaruhi oleh berbagai faktor penyebab. Masalah gizi berkaitan erat dengan masalah pangan. Masalah gizi pada anak balita tidak mudah dikenali oleh pemerintah, atau masyarakat bahkan keluarga karena anak tidak tampak sakit. Terjadinya kurang gizi tidak selalu didahului oleh terjadinya bencana kurang pangan dan kelaparan seperti kurang gizi pada dewasa. Hal ini berarti dalam kondisi pangan melimpah masih mungkin terjadi kasus kurang gizi pada anak balita. Kurang gizi pada anak balita sering disebut sebagai kelaparan tersembunyi atau hidden hunger (Darubekti & Handayani Hanum, 2023).

Stunting merupakan retradasi pertumbuhan linier dengan deficit dalam panjang atau tinggi badan sebesar -2 *Z-score* atau lebih menurut buku rujukan pertumbuhan World Health Organization/National Center for Health Statistics (WHO/NCHS).

Stunting disebabkan oleh akumulasi episode stress yang sudah berlangsung lama (misalnya infeksi dan asupan makanan yang buruk), yang kemudian tidak terimbangi oleh *catch up growth* (kejar tumbuh) (WHO, 2013).

Dampak dari kekurangan gizi pada awal kehidupan anak akan berlanjut dalam setiap siklus hidup manusia. Wanita usia subur

(WUS) dan ibu hamil yang mengalami kekurangan energi kronis (KEK) akan melahirkan bayi dengan berat badan lahir rendah (BBLR). BBLR ini akan berlanjut menjadi balita gizi kurang (stunting) dan berlanjut ke usia anak sekolah dengan berbagai konsekuensinya. Kelompok ini akan menjadi generasi yang kehilangan masa emas tumbuh kembangnya, apabila tanpa penanggulangan yang memadai kelompok ini dikhawatirkan akan menjadi lost generation. Kekurangan gizi pada hidup manusia perlu diwaspadai dengan seksama, selain dampak terhadap tumbuh kembang anak kejadian ini biasanya tidak berdiri sendiri tetapi diikuti masalah defisiensi zat gizi mikro (Anas, 2021).

8. Dampak Stunting

Dampak buruk yang dapat ditimbulkan oleh masalah gizi pada periode tersebut, dalam jangka pendek adalah terganggunya perkembangan otak, kecerdasan, gangguan pertumbuhan fisik, dan gangguan metabolisme dalam tubuh. Sedangkan dalam jangka panjang akibat buruk yang dapat ditimbulkan adalah menurunnya kemampuan kognitif dan prestasi belajar, menurunnya kekebalan tubuh sehingga mudah sakit, dan risiko tinggi untuk munculnya penyakit diabetes, kegemukan, penyakit jantung dan pembuluh darah, kanker, stroke, dan disabilitas pada usia tua, serta kualitas kerja yang tidak

kompetitif yang berakibat pada rendahnya produktivitas ekonomi (Kementerian Kesehatan RI, 2022)

Masalah gizi, khususnya anak pendek, menghambat perkembangan anak muda, dengan dampak negatif yang akan berlangsung dalam kehidupan selanjutnya. Studi menunjukkan bahwa anak pendek sangat berhubungan dengan prestasi pendidikan yang buruk, lama pendidikan yang menurun dan pendapatan yang rendah sebagai orang dewasa. Anak-anak pendek menghadapi kemungkinan yang lebih besar untuk tumbuh menjadi orang dewasa yang kurang berpendidikan, miskin, kurang sehat dan lebih rentan terhadap penyakit tidak menular. Oleh karena itu, anak pendek merupakan prediktor buruknya kualitas sumber daya manusia yang diterima secara luas, yang selanjutnya menurunkan kemampuan produktif suatu bangsa di masa yang akan datang (Harlina et al., 2021). Stunting memiliki konsekuensi ekonomi yang penting untuk laki-laki dan perempuan di tingkat individu, rumah tangga dan masyarakat. Bukti yang menunjukkan hubungan antara perawakan orang dewasa yang lebih pendek dan hasil pasar tenaga kerja seperti penghasilan yang lebih rendah dan produktivitas yang lebih buruk. Anak-anak stunting memiliki gangguan perkembangan perilaku di awal kehidupan, cenderung untuk mencapai nilai yang lebih rendah, dan

memiliki kemampuan kognitif yang lebih buruk daripada anak-anak yang normal (Harlina et al., 2021)

2.5 Iklan

Iklan adalah sebuah informasi mengenai produk atau jasa yang dapat ditemukan di berbagai media, seperti media televisi, media sosial, media cetak, dll (Lawono et al., 2021). 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 (Hakim et al., 2001). 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 (Suhendang, 2010).

Berdasarkan isinya, iklan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Iklan Pemberitahuan

Iklan ini juga dikenal dengan sebutan iklan pengumuman. Iklan jenis ini biasanya ditujukan untuk khalayak ramai. Sehingga berisi informasi-informasi penting.

2. Iklan Penawaran

Tujuan adanya iklan ini untuk menawarkan sebuah produk atau benda. Oleh sebab itu, iklan penawaran akan memuat kelebihan sebuah produk.

3. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan jenis ini berisi imbauan atau ajakan kepada masyarakat untuk melakukan aktivitas atau kebiasaan tertentu. Contohnya: iklan untuk rajin olahraga, iklan melestarikan bahasa dan adat istiadat daerah tertentu, dan seterusnya (Pratama, 2024).

Menurut Shimp (2014) iklan memiliki beberapa fungsi yang sangat penting, yakni:

1. *Informing* (Memberikan Informasi).
2. *Persuading* (Membujuk atau Mempengaruhi Konsumen)
3. *Reminding* (Mengingat).
4. *Adding Value* (Menambah Nilai)
5. *Assisting* (Mendampingi Upaya-Upaya Lain Dari Perusahaan)

2.6 Semiotika

Dalam buku Semiotika Komunikasi karya Indiwani Seto Wahyu

Wibowo, 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. Contohnya asap menandai adanya kebakaran di sudut kota. Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Wibowo, 2011). Menurut Astuti (2018) semiotika adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia karena manusia memiliki kemampuan untuk memberikan makna pada berbagai gejala sosial budaya dan alam. Karena tanda adalah bagian dari kebudayaan manusia semiotika dapat digunakan untuk mengkaji kehidupan manusia. Adapun menurut Seotarjo (2018) semiotika memiliki definisi sebagai suatu kajian tanda-tanda, pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode- kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda atau sebagai suatu yang bermakna. Berikut beberapa metode semiotika yang terkenal:

1. 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 (Suherdiana, 2014). Menurut Peirce, semiotika terdiri dari 3 unsur utama yaitu tanda, objek dan interpretan. Sebuah tanda atau *representament*

menurut Charles S Peirce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Peirce disebut interpretan, dinamakan sebagai interpretan dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada objek tertentu. Dengan demikian menurut Peirce, sebuah tanda atau representamen memiliki relasi 'triadik' langsung dengan interpretan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses 'semiosis' merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa representamen) dengan entitas lain yang disebut objek. Proses ini oleh Peirce disebut sebagai signifikasi. Upaya klasifikasi yang dilakukan oleh Peirce terhadap tanda memiliki kekhasan meski tidak bisa dibilang sederhana. Peirce membedakan tipe-tipe tanda menjadi: ikon (*icon*), indeks (*index*), dan symbol (*symbol*) yang didasarkan atas relasi di antara representamen dan objeknya. (Wibowo, 2013)

2. 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) *sygtematic* dan *associative* atau paradigmatic (Wibowo, 2011).

3. 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). Mengabaikan dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mendefinisikan sebuah tanda (tanda) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) sebuah ekspresi atau *signifier* dalam hubungannya (R), dengan *content* (atau *signified*) (C): ERC.

Sebuah sistem tanda primer (*primary sign system*) dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan memiliki makna yang berbeda ketimbang semula. Barthes menulis: "*Such sign system can become an element of a more comprehensive sign system . If the extension is one of content, the primary sign (E1R1C1) becomes the expression of a secondary sign system E2 = (E1R1C1) R2C2*"

Dengan begitu, *primary sign* adalah *denotative* sedangkan *secondary*

sign adalah satu dari *connotative semiotics*. Konsep *connotative* inilah yang menjadi kunci penting dari model semiotika Roland Barthes (Wibowo, 2011).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Pujileksono yakni tradisi tertentu ilmu pengetahuan sosial yang secara mendasar bergantung pada pengamatan manusia pada keunikannya dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan istilah-istilahnya (Lubis, 2017, hal 26).

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan tidak berupa angka-angka atau numerik. Data ini umumnya hanya bisa diamati dan dicatat sehingga menghasilkan suatu informasi (Sugiyono, 2012)

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan analisis deskriptif, karena tujuan penelitian ini hanya untuk menggambarkan pesan. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan analisis isi yang maksudnya untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau teks tertentu. Penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, membuat prediksi, atau menguji hubungan antara variabel.

Melalui metode kualitatif deskriptif peneliti mengamati secara menyeluruh terhadap adegan yang mengandung makna dalam iklan layanan Masyarakat Adaptasi Kebiasaan Baru yang diproduksi oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia selaku objek penelitian. Sementara teknik penulisan skripsi ini berpedoman pada “Buku Pedoman Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah bentuk kerangka berpikir yang digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Berikut kerangka konsep dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah:



3.3 Definisi Konsep

3.3.1 Analisis Semiotika

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. Satu-satunya cara menurut Mudjiyanto & Nur (2013) adalah pesan dapat dikirim dari satu orang ke orang lain adalah menggunakan kode.

Menurut Peirce, semiotika terdiri dari 3 unsur utama yaitu tanda, objek dan interpretant. Sebuah tanda atau representament menurut Charles S Pierce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Pierce disebut interpretant, dinamakan sebagai interpretant dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada object tertentu. Dengan demikian menurut Pierce, sebuah tanda atau representamen memiliki relasi ‘triadik’ langsung dengan interpretan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses ‘semiosis’ merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa representamen) dengan entitas lain yang disebut objek. Proses ini oleh Pierce disebut sebagai signifikasi (Wibowo, 2011)

3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting 60 Detik

Iklan layanan masyarakat identik dengan sebuah pesan atau ajakan yang disampaikan oleh pemerintah. Namun, iklan layanan masyarakat ini tidak hanya berasal dari pemerintah. Iklan ini dapat dikampanyekan oleh organisasi profit ataupun non-profit. 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 (Hasibuan, 2022).

Iklan layanan masyarakat Pencegahan Stunting 60 Detik

adalah sebuah iklan yang diproduksi atau dibuat oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Pesan yang disampaikan dalam iklan layanan Masyarakat Pencegahan Stunting 60 Detik adalah himbauan-hibauan dan edukasi terkait pencegahan stunting guna memperbaiki pertumbuhan dan perkembangan pada anak di Indonesia.

3.3.3 Makna Pada Setiap Adegan

Menurut Suwandi (2011) kata makna di dalam pemakaiannya dapat diartikan dengan arti, gagasan, pikiran, konsep, pesan, pernyataan maksud, informasi dan isi. Berdasarkan teori yang dikembangkan Ferdinand de Saussure yang dikenal sebagai bapak linguistik modern, makna adalah pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada sebuah tanda-linguistik. Dimana setiap tanda linguistik tersebut terdiri dari dua unsur, yaitu: yang diartikan (Prancis: *Signifié*, Inggris: *signified*) dan yang mengartikan (Prancis: *Signifiant*, Inggris: *Signifier*) (Rizki et al., 2022)

Adegan dalam bahasa Inggris dan Prancis disebut dengan istilah *scene*. Makna dari istilah ini adalah: kesatuan terkecil pada suatu pertunjukan drama atau bagian dari babak dalam drama (teater tradisional, film, dan lain-lain) yang ditandai dengan tampilnya pelaku baru, atau terjadinya perubahan situasi dalam cerita. Dalam satu adegan, lakon yang digambarkan tidak mengalami perubahan tempat serta waktu, dan tidak pula terjadi penambahan atau pengurangan pemain (Online, 2021).

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1
Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Penelitian	Indikator
1.	Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting”	- Informing (Informasi) - Persuading (Membujuk) - Reminding (Mengingat) - Adding Value (Memberikan nilai lebih)
2.	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce	- Tanda - Objek - Interpretant

Sumber : Data Olahan, 2024

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 dan juga observasi. Studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara meneliti data melalui dokumen- dokumen terkait permasalahan yang dikaji. Hardiyanto & Sahbana (2019) dokumentasi adalah pengambilan data lewat dokumen- dokumen yang mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai alat yang menunjukkan bukti atau sebuah keterangan.

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan (Creswell, 2014) Dalam hal ini peneliti akan mengamati dan mencatat gejala yang tampak pada iklan pencegahan stunting.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Moleong (2017) adalah sebuah proses pengorganisasian serta pengurutan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar. Sementara itu menurut Hidayat & Lubis (2021) analisis data dalam penelitian kualitatif adalah bagaimana menguraikan objek yang sedang diteliti secara sistematis. Dalam hal ini peneliti menggunakan Teknik analisis data menggunakan metode semiotika Charles Sander Pierce yang dikaji dengan *Triangle of Sign* yaitu *sign*, *object* dan *interpretant*. Adapun langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Mereduksikan data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan (Rijali, 2018). Artinya mereduksi data adalah memfokuskan pada hal-hal pokok dan membuang yang tidak penting.

2. Merumuskan Masalah

Merumuskan masalah yakni merumuskan hal-hal yang menjadi masalah penelitian yang ingin dijawab melalui analisis semiotika. Pada bagian ini, rumusan masalah yang peneliti tentukan adalah mengenai bagaimana makna yang terdapat pada setiap adegan dalam iklan layanan masyarakat pencegahan stunting.

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang relevan dengan permasalahan pada penelitian ini kemudian

diteliti dan di analisis serta ditarik kesimpulannya.

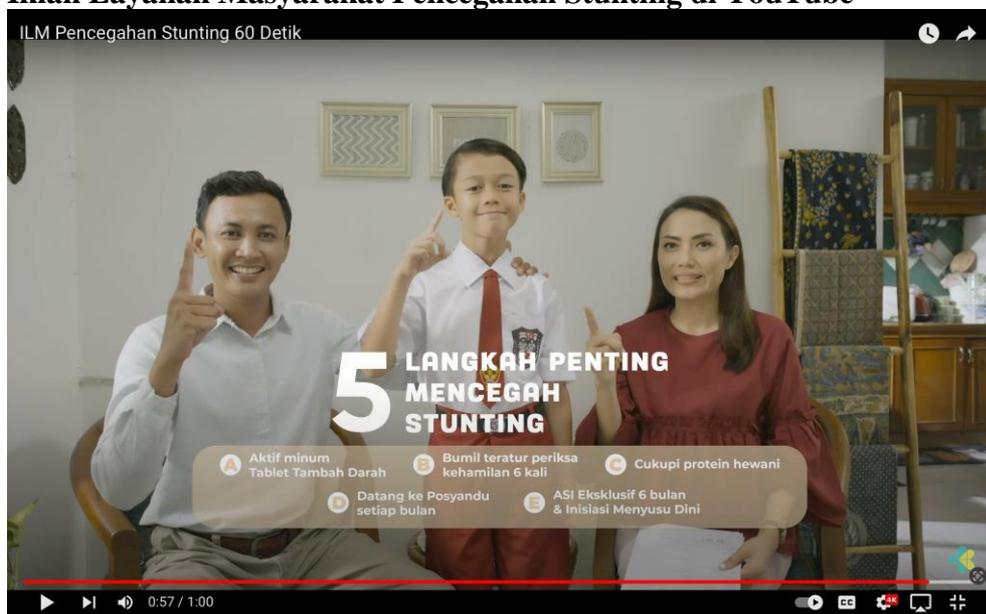
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Medan dan waktu penelitian dilakukan oleh peneliti terhitung dari bulan Juni hingga Oktober 2024.

3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Gambar 3.1

Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Stunting di YouTube



Sumber: Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2024

Tabel 3.2
Keterangan Iklan Layanan Masyarakat

Judul Iklan	Pencegahan Stunting
Sumber	Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI
Tanggal Rilis	15 Maret 2023
Durasi	60 Detik
Bahasa dan Negara	Indonesia
Backsound	Musik Khas Pencegahan Stunting

Media	YouTube
--------------	---------

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sinopsis Iklan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting”

Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” dirilis oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui media YouTube. Per-tanggal 26 September 2024, iklan ini sudah ditonton sebanyak 13 ribu kali dengan mendapat 119 jumlah suka. Iklan ini memiliki durasi 60 detik. Meskipun berdurasi singkat yakni 60 detik, namun pada iklan ini Kementerian Kesehatan Republik Indonesia berhasil menyampaikan pesan penting yang ingin disampaikan kepada khayalak masyarakat.

Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” berfokus pada edukasi masyarakat mengenai langkah-langkah pencegahan stunting sejak dini. Iklan ini menampilkan visual sebuah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak sekolah yang sehat, serta memberikan informasi tentang 5 langkah penting dalam mencegah stunting.

Beberapa langkah yang disorot dalam iklan ini meliputi pentingnya asupan gizi selama kehamilan, konsumsi protein hewani, pemeriksaan rutin ibu hamil, pemberian ASI eksklusif, serta kunjungan rutin ke posyandu. Iklan juga menekankan peran keluarga dalam menjaga pertumbuhan anak agar optimal, sehingga anak bisa

tumbuh sehat dan berprestasi. Melalui iklan ini, masyarakat diajak untuk berperan aktif dalam mencegah stunting demi masa depan generasi yang lebih sehat dan kuat.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Makna Setiap Adegan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” Dengan Analisis Semiotika Metode Charles S Pierce

Peneliti akan melakukan analisis terhadap beberapa *scene* yang mengandung makna tertentu atau pesan penting yang ingin disampaikan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia kepada masyarakat. dalam Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting”. Dari beberapa *scene* yang dipilih oleh peneliti akan dianalisis dengan pendekatan Charles Sander Pierce, yang membagi data menjadi tiga elemen yakni tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*).

Pengumpulan data dilakukan dengan menonton dan melihat serta mengamati tayangan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” yang dilakukan secara berulang – ulang. Berikut adalah adegan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” menurut model Semiotika Charles Sander Pierce yang diambil oleh peneliti:

Tabel 4.1
Analisis Hasil Penelitian 1

Tanda (*Sign*)
Memberikan nilai
lebih (*Adding*
Value)

Gambar 4.1
Seorang murid di depan kelas



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Seorang anak laki-laki yang tengah berdiri di depan kelas mengenakan seragam sekolah dasar dengan teks di papan tulis bertuliskan “CERITAKAN IDOLAMU”.

Interpretan Seorang anak laki-laki yang akan mempresentasikan tentang idolanya yaitu ayahnya. Dalam sistem pendidikan bertujuan untuk mengembangkan keterampilan komunikasi dan meningkatkan kepercayaan diri siswa. Dengan menceritakan tentang idola, siswa dapat belajar untuk mengidentifikasi nilai-nilai yang mereka kagumi dan ingin teladani. Situasi ini menunjukkan proses pembelajaran sosial dan moral yang umum dalam pendidikan dasar.

Tabel 4.2
Analisis Hasil Penelitian 2

Tanda (*Sign*)
Informasi
(*Informing*)

Gambar 4.2
Ibu hamil yang sedang minum segelas air



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

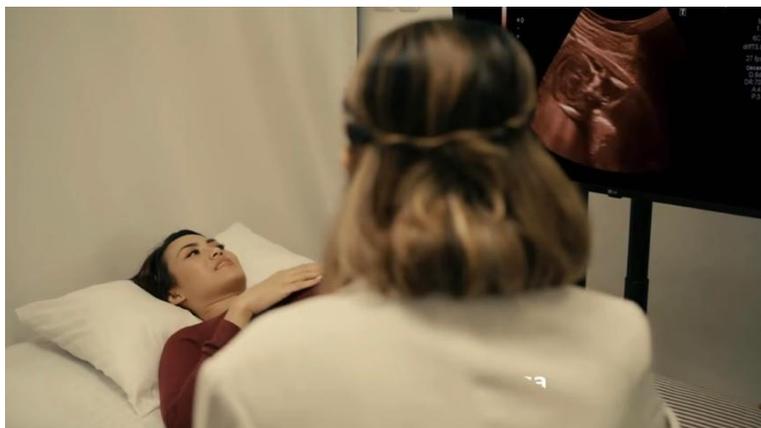
Obyek (*Object*) Seorang wanita hamil yang sedang minum segelas air sambil didampingi oleh seorang pria yang tampak memberikan perhatian. Tindakan ini terjadi di sebuah ruang tamu sederhana.

Interpretan Gambaran kepedulian dalam keluarga terhadap kesehatan ibu hamil. Situasi ini merujuk pada pentingnya perawatan dan perhatian terhadap kesehatan ibu selama masa kehamilan, yang menjadi bagian dari upaya pencegahan stunting.

Tabel 4.3
Analisis Hasil Penelitian 3

Tanda (*Sign*)
Informasi
(*Informing*)

Gambar 4.3
Seorang wanita yang sedang menjalani pemeriksaan



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Seorang wanita hamil sedang menjalani pemeriksaan ultrasonografi (USG). Dokter atau petugas medis duduk di dekatnya sambil mengamati layar yang menampilkan gambar janin.

Interpretan Mengandung pesan bahwa pemeriksaan kesehatan yang teratur adalah bagian integral dari kehamilan yang sehat, yang secara langsung berkontribusi terhadap pencegahan stunting dengan memastikan janin tumbuh dalam lingkungan yang mendukung.

Tabel 4.4
Analisis Hasil Penelitian 4

Tanda (*Sign*)
 Informasi
 (*Informing*)

Gambar 4.4
Sepasang orang tua memeluk bayi



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Sepasang orang tua yang tampak sedang memeluk bayi mereka. Di bagian bawah terdapat tulisan yang berbunyi: "ASI Eksklusif 6 bulan & Inisiasi Menyusu Dini."

Interpretan Menyiratkan fokus pada pentingnya pemberian ASI eksklusif selama 6 bulan pertama kehidupan bayi serta menyarankan adanya praktik Inisiasi Menyusu Dini (IMD) untuk mendukung pertumbuhan bayi akan terhindar dari stunting.

Tabel 4.5
Analisis Hasil Penelitian 5

Tanda (*Sign*)
Meningatkan
(*Reminding*)

Gambar 4.5
Seorang ibu yang menyuapi anak dengan makanan



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Seorang ibu yang sedang menyuapi anak kecil dengan makanan, yang terlihat ada telur dan piring berisi makanan lain di meja. Ini merupakan visualisasi tindakan pemberian makanan kepada anak.

Interpretan Merepresentasikan pemberian makanan bergizi pada anak sebagai bagian dari langkah pencegahan stunting. Dalam konteks kesehatan masyarakat, pemenuhan gizi yang cukup dan seimbang pada masa awal kehidupan sangatlah penting untuk pertumbuhan yang optimal.

Tabel 4.6
Analisis Hasil Penelitian 6

Tanda (*Sign*)
Membujuk
(*Persuading*)

Gambar 4.6
Seorang ayah yang menggendong anaknya



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Seorang ayah yang menggendong anaknya di depan sebuah tempat bernama "Posyandu Cempaka II", dengan teks "Datang ke posyandu setiap bulan" di bagian bawah.

Interpretan Mengandung pesan visual yang mengajak para orang tua untuk mengunjungi posyandu secara rutin guna memantau kesehatan anak. Posyandu adalah pusat layanan kesehatan bagi ibu dan anak yang menyediakan pemantauan kesehatan, termasuk pengukuran tinggi dan berat badan anak, pemberian vaksin, serta informasi terkait nutrisi dan pencegahan stunting. Dalam konteks pencegahan stunting, posyandu memainkan peran penting dalam memastikan anak-anak tumbuh dengan baik dan menerima intervensi kesehatan sejak dini.

Tabel 4.7
Analisis Hasil Penelitian 7

Tanda (*Sign*)
Memberikan
nilai lebih
(Adding Value)

Gambar 4.7
Orang tua dan anak berkumpul di ruang tamu



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Seorang anak laki-laki yang mengenakan seragam sekolah, memegang selembar kertas sambil berdiri di depan ibunya yang duduk tersenyum, sementara ayahnya menyentuh punggung anak tersebut, menunjukkan dukungan. Mereka tampak berada di dalam ruangan, dengan latar belakang dekorasi dinding dan kain yang digantung.

Interpretan Merujuk pada tema pentingnya pendidikan, dukungan keluarga, dan mungkin juga kesejahteraan anak, terutama dalam konteks pencegahan stunting, yang berhubungan dengan pertumbuhan optimal anak baik secara fisik maupun mental.

Tabel 4.8
Analisis Hasil Penelitian 8

Tanda (*Sign*)
Memberikan
nilai lebih
(Adding Value)

Gambar 4.8
Seorang anak mendapatkan nilai yang sempurna



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Memperlihatkan seseorang yang sedang memegang selembar kertas yang tampaknya adalah hasil ujian atau tugas dari seorang anak. Pada kertas tersebut terlihat jelas nilai 100 yang dilingkari. Anak dalam gambar ini mengenakan seragam sekolah dasar, lengkap dengan dasi merah dan lambang sekolah pada seragamnya.

Interpretan Anak yang sehat dan mendapatkan dukungan baik dari keluarga dan lingkungannya akan mampu mencapai prestasi akademis yang tinggi, seperti terlihat dari nilai sempurna yang diraihnya. Dalam konteks pencegahan stunting, adegan ini menekankan bahwa stunting tidak hanya mempengaruhi pertumbuhan fisik, tetapi juga perkembangan kognitif dan kemampuan belajar anak. Dengan menjaga anak bebas dari stunting melalui pola makan yang sehat dan asupan gizi yang cukup, anak dapat mencapai potensi maksimalnya, baik secara fisik maupun mental.

Tabel 4.9
Analisis Hasil Penelitian 9

Tanda (*Sign*)
Informasi
(*Informing*)

Gambar 4.9
Orang tua dan anak menyampaikan pesan



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Terdapat satu keluarga yang terdiri atas ayah, ibu, dan seorang anak. Mereka sedang menyampaikan pesan pencegahan stunting. Serta terdapat tulisan besar “Langkah Penting Mencegah Stunting” beserta poin-poin detail yang memberikan tips praktis seperti: minum tablet tambah darah, pemeriksaan rutin kehamilan, konsumsi protein hewani, kunjungan posyandu, dan pemberian ASI eksklusif.

Interpretan Penonton iklan akan langsung memahami bahwa stunting dapat dicegah melalui tindakan yang jelas, seperti memberikan makanan bergizi, pemeriksaan rutin, dan pemberian ASI. Poin-poin tersebut dihadirkan sebagai langkah-langkah preventif yang bisa dilakukan oleh ibu hamil dan keluarga.

Tabel 4.10
Analisis Hasil Penelitian 10

Tanda (<i>Sign</i>) Informasi (<i>Informing</i>)	Gambar 4.10 Logo Kemenkes RI dan GERMAS
--	--



Sumber: YouTube Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI, 2023

Obyek (*Object*) Menampilkan dua logo, yaitu logo Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dan logo GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).

Interpretan Penonton memahami bahwa kedua logo ini merupakan identitas resmi dari lembaga yang menginisiasi program-program kesehatan, khususnya yang berkaitan dengan kampanye stunting dan hidup sehat. Logo Kementerian Kesehatan memberikan legitimasi, sedangkan logo GERMAS menekankan semangat gerakan masyarakat dalam menjaga kesehatan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Adapun simpulan pada penelitian ini adalah:

1. Setiap adegan dalam Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” memiliki makna yang ditujukan sebagai edukasi pencegahan stunting. Iklan ini mengkomunikasikan pentingnya pencegahan sejak dini, dengan langkah-langkah seperti pemeriksaan kesehatan ibu hamil, pemberian ASI eksklusif, konsumsi protein hewani, serta kunjungan rutin ke posyandu.
2. Setiap adegan menyampaikan pesan kuat tentang peran penting keluarga dan masyarakat dalam mencegah stunting. Setiap adegan ditandai dengan adanya indikasi informasi seperti langkah-langkah pencegahan stunting, membujuk dan mengingatkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pencegahan stunting, serta memberikan nilai lebih terkait dampak dan upaya pencegahan stunting. Hal ini menunjukkan Iklan Layanan Masyarakat “Pencegahan Stunting” yang dilihat dari setiap adegan, narasi, dan tulisan yang ditampilkan merupakan iklan yang informatif.

5.2 Saran

Adapun saran yang ingin saya sampaikan selaku peneliti dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam iklan layanan masyarakat ini mengangkat kesadaran

masyarakat terhadap pentingnya isu stunting beserta cara pencegahannya. Peneliti meberi saran kepada Kementerian Indonesia agar terus melakukan inovasi terhadap iklan layanan masyarakat sebagai salah satu media untuk menyebarkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu Kesehatan di Indonesia.

2. Diharapkan penelitian ini bermanfaat dan peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan iklan ini dapat meneliti dengan metode yang berbeda agar memiliki hasil yang beragam dan menghasilkan banyak referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, K. T. S., & Subratha, H. F. A. (2021). SOCIAL SEMIOTIC IN COVID-19 PUBLIC SERVICES ADVERTISEMENT. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 5(2), 43–49. <https://doi.org/10.22225/kulturistik.5.2.3395>
- Aida, A. N. (2019). PENGARUH KONDISI SOSIAL EKONOMI TERHADAP KEJADIAN STUNTING DI INDONESIA. *Jurnal Budget*, 4(2).
- Anas, N. A. (2021). *Kekurangan gizi pada hidup manusia perlu diwaspadai dengan seksama, selain dampak terhadap tumbuh kembang anak kejadian ini biasanya tidak berdiri sendiri tetapi diikuti masalah defisiensi zat gizi mikro (WHO, 2013)*. Kekurangan gizi pada hidup manusia perlu diwaspadai dengan seksama, selain dampak terhadap tumbuh kembang anak kejadian ini biasanya tidak berdiri sendiri tetapi diikuti masalah defisiensi zat gizi mikro (WHO, 2013).
- Anugraheni, H. S., & Kartasurya, M. I. (2012). FAKTOR RISIKO KEJADIAN STUNTING PADA ANAK USIA 12-36 BULAN DI KECAMATAN PATI, KABUPATEN PATI. *Journal of Nutrition College*, 1(1), 30–37. <https://doi.org/10.14710/jnc.v1i1.725>
- Aridiyah, F. O., Rohmawati, N., Ririanty, M., Gizi, B., Masyarakat, K., Kesehatan, B. P., Ilmu, D., Fakultas, P., Jember, U., Kalimantan, J., & Boto, K. T. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kejadian Stunting pada Anak Balita di Wilayah Pedesaan dan Perkotaan (The Factors Affecting Stunting on Toddlers in Rural and Urban Areas). *E-Jurnal Pustaka Kesehatan*, 3(1).
- Astuti. (2017). *Asuhan Ibu dalam Masa Kehamilan*. Erlangga.
- Astuti, Y. D. (2018). Kontruksi Perempuan dalam Media Baru: Analisis Semiotik Meme Ibu-Ibu Naik Motor di Media Sosial. *PALASTREN Jurnal Studi Gender*, 10(2), 225. <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2679>
- Bahri, A. N. (2019). *DASAR-DASAR BROADCASTING*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MEDAN.
- Bahtiar, M. A. (2019). *KOMUNIKASI MASSA DALAM MEDIA CRITICAL DAN MEDIA EQUATION*.
- Chandra, E. (2009). *YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI*. www.YouTube-nocookie.com
- Creswell, J. W. (2014). *RESEARCH DESIGN: Qualitative, Quantitative, and Mix Method Approaches*. SAGE Publication.
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. In

Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies (Vol. 2, Issue 3). <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>

- Darubekti, N., & Handayani Hanum, S. (2023). KELAPARAN TERSEMBUNYI PADA ANAK DENGAN BERAT BADAN KURANG DI PEDESAAN PESISIR. *Versi Cetak*, 7(1), 33–41. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v7i1.13285>
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi: Edisi 2*. Prenada Media.
- Efendi, B. (2021). DINAMIKA KOMUNIKASI (Telaah atas Sejarah, Perkembangan dan Pengaruhnya terhadap Teknologi Kontemporer). *Dinamika Komunikasi*, XIV(2).
- Fikawati, S., & Syafiq, A. (2009). Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Praktik Pemberian ASI Eksklusif. *Kesmas: National Public Health Journal*, 4(3), 120. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v4i3.184>
- Hakim, L., & Ningsih, S. F. (2022). Analisis Semiotika Iklan Layanan Pencegahan Narkoba. *Journal of Strategic Communication*, 13(1).
- Hakim, L., Sukarno, & Widdah, M. EL. (2001). DAMPAK PERKEMBANGAN POLITIK TERHADAP MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM. *JURNAL LITERASIOLOGI*, 6(1).
- Hardiyanto, S., & Sahbana, A. (2019). STUDI DESKRIPTIF MENGENAI OPINI MAHASISWA TERHADAP FENOMENA APLIKASI WHATSAPP DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TAPANULI SELATAN. *JURNAL MUQODDIMAH: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummaniora*, 3(2), 94. <https://doi.org/10.31604/jim.v3i2.2019.94-103>
- Harlina, H., Hidayanty, H., & Nur, M. I. (2021). Studi Faktor Resiko Kejadian Stunting Pada Balita Di Wilayah Dataran Tinggi Dan Dataran Rendah. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 10(2), 501–510. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.634>
- Hasibuan, U. S. (2022). *ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA EDISI: ADAPTASI KEBIASAAN BARU*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA.
- Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Inci, B., Sancar, O., & H. Bostanci, S. (2017). Usage of health-themed public service announcements as a social marketing communication tool: A content analysis related to public service announcements in the republic of Turkey, ministry of health's web site. *Marketing and Branding Research*, 4(2), 148–168. <https://doi.org/10.33844/mbr.2017.60370>

- Isdiansyah, I. (2022). *PENGGUNAAN VIDEO YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN SEJARAH MATERI ACEH VERSUS PORTUGIS DI KELAS XI MIPA 5 SMA NEGERI 4 KOTA TASIKMALAYA SEMESTER GANJIL TAHUN AJARAN 2022/2023*. Universitas Siliwangi.
- Kemendesa. (2017). *Buku Saku Desa dalam Penanganan Stunting*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2016). *PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 2 TAHUN 2020*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2022). *STUNTING*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2023). *Mengenal Lebih Jauh tentang Stunting*.
- Khumaedi, T., & Habzah Diniyati, S. (2020). KOMUNIKASI ISLAM DALAM PERSPEKTIF MAHASISWA ISLAM. *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal*, 3(2), 87–93. <https://doi.org/10.51192/almubin.v3i2.74>
- Larasati, N. N. (2018). *FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEJADIAN STUNTING PADA BALITA USIA 25-59 BULAN DI POSYANDU WILAYAH PUSKESMAS WONOSARI II TAHUN 2017*. POLITEKNIK KESEHATAN KEMENTERIAN KESEHATAN YOGYAKARTA.
- Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas*. Institute for Religious and Social Studies.
- Lawono, E. R., Dliyaulhaq, A., & Bimantara, A. (2021). Representasi Maskulinitas dan Budaya Populer dalam Iklan Pond's Men. *Jurnal Audiens*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.12000>
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Interaksi UMSU*, 1 NO 1(3), 17-42.
- Moleong, Lexy. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa*, 16(1).
- Mukhlis, H., Stikees, R. Y., & Padang, P. (2020). Faktor-faktor yang berhubungan dengan Kejadian Stunting Pada Balita Usia 24-59 Bulan. In *Prosiding Seminar Kesehatan Perintis E* (Vol. 3, Issue 1).
- Murti, A. M., Kebidanan, A., & Sragen, Y. (2020). PENGETAHUAN IBU MENYUSUI TENTANG ASI EKSKLUSIF Knowledge of Nursing Mothers on Exclusive breastfeeding. *Jurnal Kesehatan Samodra Ilmu (JKSI)*, 7(2).
- Nasikhah, R., & Margawati, A. (2012). FAKTOR RISIKO KEJADIAN STUNTING PADA BALITA USIA 24 – 36 BULAN DI KECAMATAN SEMARANG TIMUR. *Journal of Nutrition College*, 1(1), 176–184.

<https://doi.org/10.14710/jnc.v1i1.738>

- Panatariono, T. A., & Puspitasari, Y. (2022). DETERMINAN FAKTOR TERJADINYA STUNTING PADA BALITA DI DESA KAMBINGAN TIMUR DAN DESA TALANG KECAMATAN SARONGGI KABUPATEN SUMENEP. *JURNAL PENGEMBANGAN ILMU DAN PRAKTIK KESEHATAN*, 1(1). <http://e-journal.lppmdianhusada.ac.id/index.php/PIPK>
- Pramesthi, A. (2013). *Hubungan antara Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pemahaman Pesan Kampanye Sosial Light On dengan Perilaku Menyalakan Lampu Utama Sepeda Motor*. UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Pratama, M. A. (2024). *ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KERETA API VERSI GRAND THEFT AUTO (GTA) DI YOUTUBE*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA.
- Pratiwi, R. E. (2021). *KARAKTERISTIK BALITA USIA 24-59 BULAN YANG MENGALAMI STUNTING DI DESA PAGERHARJO WILAYAH KERJA PUSKESMAS SAMIGALUH II KULON PROGO TAHUN 2021*. Poltekkes Kemenkes Yogyakarta.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Intrans Publishing.
- Rambe, H. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEJADIAN STUNTING PADA BALITA USIA 24-59 BULAN (STUDI KASUS PADA BALITA NY. N) DI KELURAHAN HUTARAJA KECAMATAN MUARA BATANGTORU KABUPATEN TAPANULI SELATAN TAHUN 2022*. UNIVERSITAS AUFA ROYHAN .
- Rivanica, R. (2020). FAKTOR – FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN TUMBUH KEMBANG ANAK PRASEKOLAH. *Jurnal 'Aisyiyah Medika*, 3(1). <https://doi.org/10.36729/jam.v3i2.176>
- Rizki, D. C., Restu, N., Fitra Dianti, R., & Maryati, Y. (2022). Journal of Language Education, Linguistics, and Culture Analisis Semiotika pada Kumpulan Lagu Karya Mahalini Raharja. *J-LELC*, 2(2).
- Rosyidi, R. (2021). PERAN KOMUNIKASI MASSA DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *HUDAN LIN NAAS: JURNAL ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.28944/hudanlinnaas.v2i1.388>
- Santika, I. D. A. D. M., Suastini, N. W., & Winarta, I. B. G. N. (2020). TANDA VERBAL DAN VISUAL DALAM POSTER IKLAN TENTANG LINGKUNGAN. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMANTIKS)*. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Santoso, P. (2016). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Al-Balagh*, 1(1).

- Saussure, F. de. (1996). *Pengantar Linguistik Umum*. Gadjah Mada University Press.
- Seotarjo, L. S. (2018). KAJIAN SEMIOTIKA KONOTASI ROLAND BARTHES PADA FOTO WANITA JAWA PADA KARTU POS TAHUN 1900-1910. *DESKOVI: Art and DesignJournal*, 1(1).
- Silaban, S.F., & Nasution, N. (2023). *Persepsi Peserta Program Kampus Mengajar Dalam Mempraktekkan Kemampuan Public Speaking Perception of Participants of Campus Teaching Program In Practice of Public Speaking Capabilities*. 2(1), 6-15.
- Shimp, T. A. , & A. J. C. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Suhendang, K. (2010). *Periklanan Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Pernebit Nuansa.
- Suherdiana, D. (2014). KONSEP DASAR SEMIOTIK DALAM KOMUNIKASI MASSA MENURUT CHARLES SANDERS PIERCE . *Jurnal Ilmu Dakwah* , 4(12).
- Sulastri, D. (2012). Faktor Determinan Kejadian Stunting Pada Anak Sekolah di Kecamatan Lubuk Kilang Kota Padang. *Majalah Kedokteran Andalas*, 29(1).
- Sutarto, Mayasari, D., & Indriyani, R. (2018). Stunting, faktor risiko dan pencegahannya. *J Agromedicine*, 5(1). <https://doi.org/10.1201/9781439810590-c34>
- Sutrio, S., & Lupiana, M. (2019). Berat Badan dan Panjang Badan Lahir Meningkatkan Kejadian Stunting. *Jurnal Kesehatan Metro Sai Wawai*, 12(1), 21. <https://doi.org/10.26630/jkm.v12i1.1734>
- Suwandi. (2011). *Semantik Pengantar Kajian Makna*. Media Perkasa.
- Umay, U., & Masluroh, M. (2024). Efektivitas Pemberian ASI Eksklusif dengan Kejadian Stunting pada Balita di PMB Umay Bekasi. *Malahayati Nursing Journal*, 6(2), 558–568. <https://doi.org/10.33024/mnj.v6i2.10786>
- UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran (2002).
- Wibowo. (2011). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Wilantari, N. N. A., & Memoriance, --. (2018). Komunikasi Massa dalam Manajemen Pariwisata. *Dharma Duta*, 16(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v16i1.139>
- Yubiah, T., Nurwati, S., Astuti, S., & Kebidanan Harapan Bunda Bima, A. (2022).

FAKTOR PENYEBAB STUNTING PADA BALITA USIA 1-5 TAHUN
DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS MPUNDA TAHUN 2021. In *Jurnal
Ilmiah Bidan* (Vol. 6, Issue 3). www.e-journal.ibi.or.id

Yuwanti, Mulyaningrum, F. M., & Susanti, M. M. (2021). *FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI STUNTING PADA BALITA DI KABUPATEN
GROBOGAN*. 10(1).



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Buatlah prestasi agar disebutkan
nama dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi 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 umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

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

Medan, 3 Mei 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Audrey Fanni Lubis
N P M : 2003110139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 133 SKS, IP Kumulatif 3,75

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Semiotika Representasi Identitas Diri dalam Film "Eighth grade" karya Bo Burnham dan "Are You There God? It's Me, Margaret" karya Kelly Ffemon Craig.	
2	Analisis Semiotika Dialektika Relasional dalam Film "Noktah Merah Perkawinan" karya Sabrina Rochelle Kalangie dan "Decision to Leave" karya Park Chan-wook.	
3	Analisis Semiotika pada Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Edisi: Pencegahan Stunting Masyarakat 60 Detik.	 21 Mei 2024

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.

181.20.311

Pemohon,

(AUDREY FANNI LUBIS)

Medan, tanggal 28 Mei 2024

Ketua,
Program Studi:.....

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi:.....

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

(NURHASANAH NASITUN)
NIDN: 0160776022





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

UMSU Terakreditasi 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://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Audrey Fanni Lubis
 N P M : 2002110139
 Program Studi : Ilmu komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Semiotika Pada Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan ^{Republik} Indonesia Edisi : Pencegahan Stunting 60 Detik.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/ Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	28/5/24	Penetapan judul skripsi	
2.	4/6/24	Bimbingan Penyusunan sistematika isi Pembuatan proposal skripsi	
3.	12/6/24	Revisi proposal Bab I, II, III berupa latar belakang, uraian teoritis, dan metode penelitian	
4.	24/7/24	Acc proposal skripsi	
5.	6/8/24	Bimbingan skripsi Bab III dan IV berupa penyusunan sistematika pembuatan isi skripsi	
6.	27/9/24	Bimbingan skripsi Bab IV dan V berupa revisi hasil penelitian dan pembahasan	
7.	2/10/24	Bimbingan skripsi Bab IV dan V berupa revisi Abstrak	
8.	3/10/24	Acc skripsi	

Medan, 10 Oktober 2024



Dekan

(Drs. Anhar Saich, S.Sos., MSP.)
 NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,

(Akhya Anshori S. Sgs, M.I.kom)
 NIDN : 0127048401

Pembimbing,

(NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.kom)
 NIDN : 0110077602



Agensi Kelayakan Malaysia
 Malaysian Qualifications Agency



UMSU

Unggult | 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

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 871/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **28 Mei 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut

Nama mahasiswa : **AUDREY FANNI LUBIS**
N P M : 2003110139
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA EDISI: PENCEGAHAN STUNTING 60 DETIK**
Pembimbing : **NURHASANAH NASUTION, 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 Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 181.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 28 Mei 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 21 Dzulqa'idah 1445 H
29 Mei 2024 M

Dekan,

Dr. ARIEFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN: 0030017402



Tembusan :

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





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjabarkan prestasi agar disebarkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.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 [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 24 Juli 2024

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 : Audrey Fanni Lubis
N P M : 2003110139
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Analisis Semiotika Pada Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Edisi : Pencegahan Stunting 60 Detik.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Foto copy Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
2. Foto copy 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

(NURHASANAH NASUTION)

NIDN: 0110077602

Pemohon,

(AUDREY FANNI LUBIS)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1292/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 30 Juli 2024
 Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	FATYA AZZAHRA	2003110135	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH MOTIVASI BELAJAR TERHADAP SPROKRASINASI AKADEMIK MAHASISWA FMIPA UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
12	M. AGUNG SAFARI HARAHAP	1703110017	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI REDAKSI TVRI SUMUT DALAM MEMPERTAHANKAN NETRALITAS PEMBERITAAN PEMILU 2024
13	MUHAMMAD TAUFIK HIDAYAT	2003110222	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA NON VERBAL PADA KARAKTER TOKOH UTAMA DALAM FILM DUNIA TANPA SUARA KARYA HANUNG BRAMANTIO
14	AUDREY FANNI LUBIS	2003110139	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA EDISI: PENCEGAHAN STUNTING MASYARAKAT 60 DETIK
15	RIDHO HASIBULLAH	2003110226	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI TUTOR DALAM PENGGUNAAN METODE BELAJAR UNIK SATU MURID SATU TUTOR DI LKP SAS ENGLISH LABORATORY

Medan, 23 Juli 2024
 29 Juli 2024 M

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.S.P.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
 Nomor : 1847/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 18 Oktober 2024
 Waktu : 08:15 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	FATYA AZZAHRA	2003110135	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	PENGARUH KOMUNIKASI DAN MOTIVASI BELAJAR TERHADAP PROKRASITINASI AKADEMIK MAHASISWA FMIPA UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
2	YOGA RIZALDY	2003110103	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	PEMAKNAAN BAHASA NON VERBAL PADA KARAKTER UTAMA DALAM SERIAL ANIME A SILENT VOICE DAN KOMI CANT COMMUNICATE
3	ABDILLAH RAMADHAN	2003110147	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR BIDANG SOSIAL PT. AEROFOOD INDONESIA DALAM PEMBERDAYAAN PANTI ASUHAN SOS KOTA MEDAN
4	AUDREY FANNI LUBIS	2003110139	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA EDISI: PENCEGAHAN STUNTING 60 DETIK
5	RIZKY FADILAH	2003110238	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	KEKERASAN KOMUNIKASI VERBAL ORANG TUA TERHADAP ANAK

Notulis Sidang:

Medan, 12 Rabiul Akhir 1446 H
 15 Oktober 2024 M

Ditetapkan oleh:
 Ketua, Rektor



Sekretaris

[Signature]

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

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

