

**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT “PEMILU CERDAS
LAWAN HOAX” DIKANAL YOUTUBE TVRI
NASIONAL**

TUGAS AKHIR

**Oleh:
ATHALLAH PUTRA YAMANSYAH
2103110212**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **Athallah Putra Yamansyah**
NPM : **2103110212**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Pada Hari, Tanggal : **Kamis, 17 April 2025**
Waktu : **Pukul : 08.15 s/d Selesai**

TIM PENGUJI

PENGUJI I : DR. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc., Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP Assoc., Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom



BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

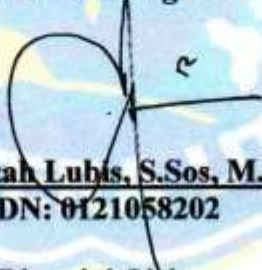
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **Athallah Putra Yamansyah**
NPM : **2103110212**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Layanan Masyarakat "Pemilu Cerdas Lawan Hoax" Dikanal Youtube TVRI Nasional**

Medan, 24 Maret 2025

Pembimbing


Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0121058202

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0127048401


Assoc., Prof., Dr., ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Athallah Putra Yamansyah**, NPM 2103110212, 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 tugas akhir 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 tugas akhir 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. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

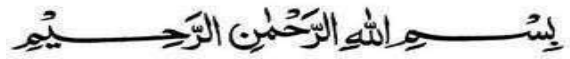
Medan, 22 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Athallah Putra Yamansyah

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Segala bentuk puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahuwa Ta'ala yang selalu senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti mampu diberi langkah agar dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa untuk selalu panjatkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan.

Proses penyusunan pada skripsi yang berjudul **“Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Lawan Hoax Dikanal Youtube TVRI Nasional”** ini bukanlah perjalanan yang mudah. Banyak tantangan, hambatan dan pembelajaran yang penulis alami selama menyelesaikan penelitian ini. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penulis mengucapkan Terimakasih yang tak terhingga dan setulusnya kepada kedua orang tua tercinta penulis, kepada Almarhum ayah saya tercinta **dr.H.Muhammad Firmansyah** dan bunda saya **dr.Julia Tevi Yanti** 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.

Dalam kesempatan ini maka saya juga menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai

pihak, oleh karena itu penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc.Prof., Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Soisal 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 Dr. Hj. 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 Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dan Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
8. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu peneliti dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan.

9. Wak Erik, Kak Shelly, Bang Ari, Bang Defin, Kak Renny Terimakasih selalu menjadi penyemangat dirumah dan mendukung di setiap proses peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Teman Kuliah yang Membantu dan Seperjuangan Skripsi dengan Peneliti Nahdansyah A.Rauf, Ismil Huda,Aldian Padli Prasetya, Ameylia Putri Harahap, Adinda Putri Hasiani,Angpra,Chalisa Audia Lubis terima kasih telah membantu proses peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman Kuliah Tergokil Ragil Fatah Zamroni, Arvin Yogi Siregar, Syafwan Difaza, M.Rifki Aziz Ritonga,Donny Bagaskara Terima kasih atas hiburan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti dalam proses mengerjakan skripsi ini.
12. Orang Spesial yang paling sabar Rizki Maulida Terima kasih atas dukungan, selalu membantu dan Menemani disetiap proses peneliti dalam keadaan apapun hingga dapat menyelaikaikan skripsi ini, serta selalu mendengarkan keluh kesah peneliti.
13. Sahabat-sahabat penulis di Aceh Muhammad Abrar, Muhammad Iqbal Alfattan, Sulthan Hanif Asyraf, Muhammad Syauki, Muhammad Varuq, Muhammad Afdal Terima kasih atas Hiburan,dukungan dan apresiasi yang telah diberikan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Athallah Putra Yamansyah atas apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih karena terus berjuang dan senantiasa menikmati setiap prosesnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

Medan, Maret 2025

Athallah Putra Yamansyah

ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEMILU CERDAS LAWAN HOAX” DIKANAL YOUTUBE TVRI NASIONAL

Athallah Putra Yamansyah

2103110212

ABSTRAK

Penelitian ini membahas iklan layanan masyarakat "Pemilu Cerdas Lawan Hoax" yang ditayangkan di kanal YouTube TVRI Nasional. Iklan ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya bersikap kritis terhadap informasi yang beredar, khususnya menjelang pemilu, guna menghindari penyebaran hoaks yang dapat merusak tatanan demokrasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes yang mengkaji makna melalui tiga tingkatan: denotasi, konotasi, dan mitos. Data dikumpulkan melalui teknik observasi terhadap tayangan iklan dan dokumentasi berupa tangkapan layar dari video. Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan tersebut secara visual dan naratif menyampaikan pesan kuat tentang bahaya hoaks, pentingnya verifikasi informasi, serta ajakan untuk menjadi pemilih yang cerdas. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi visual, tetapi juga menjadi acuan praktis bagi pembuat iklan layanan masyarakat dalam menyusun pesan yang efektif dan edukatif, penelitian ini memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi, khususnya dalam memahami peran semiotika dalam kampanye sosial agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan edukatif.

Kata Kunci : Semiotika Roland Barthes, Iklan Layanan Masyarakat, Hoax, Pemilu, TVRI

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	1
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Analisis.....	7
2.2 Semiotika.....	7
2.3 Iklan.....	8
2.4 Iklan Layanan Masyarakat	9
2.4.1 Pengertian Iklan Layanan Masyarakat	9
2.4.2 Fungsi Iklan Layanan Masyarakat	9
2.5 Pemilu.....	10
2.6 Hoax	10
2.7 Komunikasi Digital	11
2.8 Media Digital.....	11
2.9 Media Sosial	13
2.10 Youtube	14
2.11 TVRI Nasional	16
2.12 Teori Semiotika Roland Barthes	16
2.13 Denotasi.....	18
2.14 Konotasi	18
2.15 Mitos.....	19
2.16 Media Visual	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Kerangka Konsep	22
3.3 Definisi Konsep.....	23
3.3.1 Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Lawan Hoax”	23
3.3.2 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	23
3.3.3 Denotasi.....	23
3.3.4 Konotasi	23
3.3.5 Mitos	24
3.3.6 Makna Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Tanpa Hoax”	24
3.4 Kategorisasi Penelitian	24

3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisis Data	26
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Identifikasi Umum Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas Lawan Hoax” Dikanal Youtube TVRI Nasional	28
4.1.2 Sinopsis Iklan layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax”	28
4.2 Pembahasan	29
4.2.1 Narasi Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Lawan Hoax”	29
4.2.2 Visualisasi dan Deskripsi Iklan Layanan Masyarakat “ Pemilu cerdas lawan hoax”	30
4.2.3 Hasil Analisis Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax” dengan menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes.....	36
4.2.4 Pesan Yang terkandung dalam Iklan Pemilu Cerdas Lawan Hoax Dikanal Youtube TVRI Nasional.....	42
BAB V PENUTUP	44
5.1 Simpulan.....	44
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	24
Tabel 4.1 Analisis Hasil Penelitian 1	37
Tabel 4.2 Analisis Hasil Penelitian 2	38
Tabel 4.3 Analisis Hasil Penelitian 3	39
Tabel 4.4 Analisis Hasil Penelitian 4	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	22
Gambar 3.2 Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax”	27
Gambar 4.1 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:03)	30
Gambar 4.2 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:11)	31
Gambar 4.3 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:13)	31
Gambar 4.4 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:30)	32
Gambar 4.5 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:34)	32
Gambar 4.6 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:36)	33
Gambar 4.7 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:42)	33
Gambar 4.8 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:45)	34
Gambar 4.9 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:54)	34
Gambar 4.10 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:56)	35
Gambar 4.11 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Menit (1:03)	35
Gambar 4.12 Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Menit (1:06)	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan salah satu strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Sama seperti iklan komersial, ILM harus dirancang dengan strategi yang kreatif agar pesan yang disampaikan dapat memengaruhi perilaku audiens secara efektif (Afandy, 2024). Dalam konteks literasi digital dan Pemilu, ILM menjadi alat penting untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai bahaya penyebaran berita palsu atau hoaks serta mendorong pemilih agar lebih cerdas dalam menerima informasi (Binasri & Witarti, 2024).

Di era digital saat ini, penyebaran berita hoaks semakin marak, terutama melalui internet dan media sosial. Kemudahan akses informasi yang ditawarkan teknologi modern justru menjadi tantangan tersendiri, karena tidak semua informasi yang beredar bersifat valid dan dapat dipercaya (Tuhuteru et al., 2021). Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), sekitar 800.000 situs di Indonesia tercatat sebagai penyebar informasi palsu. Selain itu, laporan The Jakarta Post menyebutkan bahwa sejak 2008, sebanyak 144 orang telah diproses hukum terkait ujaran kebencian dan penyebaran informasi palsu di media sosial (Sabrina, 2019). Penyebaran hoaks yang semakin meluas tidak hanya berdampak pada opini publik, tetapi juga berpotensi merusak kepercayaan terhadap institusi pemerintahan dan demokrasi (Asriadi & Hasyim, 2024).

Salah satu contoh nyata upaya menangkal hoaks adalah kampanye edukasi melalui Iklan Layanan Masyarakat yang dilakukan oleh berbagai pihak. Salah satu ILM yang menarik perhatian adalah kampanye "**Pemilu Cerdas Lawan Hoax**" yang ditayangkan di kanal YouTube TVRI Nasional. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjadi pemilih yang cerdas dan kritis dalam menerima informasi politik (Putri, 2024). Dengan pendekatan yang persuasif dan visual yang menarik, iklan ini mengajak masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam menyaring informasi yang beredar, khususnya selama proses Pemilu.

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi memang membawa kemudahan dalam mendapatkan informasi, tetapi juga menghadirkan tantangan besar dalam menangkal penyebaran hoaks. Media sosial menjadi sarana utama bagi banyak orang untuk mengakses berita, tetapi di sisi lain, juga menjadi lahan subur bagi penyebaran informasi yang belum tentu benar. Hoaks terkait Pemilu, misalnya, menjadi isu serius yang dapat membentuk opini publik yang keliru, merusak citra kandidat, memicu perpecahan sosial, serta menimbulkan kecemasan di tengah masyarakat (Roy Marthen Moonti et al., 2024). Jika tidak dikendalikan, fenomena ini akan merusak integritas Pemilu dan mengancam nilai-nilai demokrasi (Ramadan & Adnan, 2024).

Literasi digital menjadi aspek yang sangat penting dalam menghadapi tantangan ini. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa literasi digital berperan vital dalam memprediksi dan menangani penyebaran hoaks (Herlina et al., 2024). Masyarakat yang memiliki tingkat literasi digital yang baik akan

cenderung mencari informasi dari sumber yang kredibel dan terverifikasi. Sayangnya, masih banyak pengguna internet di Indonesia yang belum memiliki kesadaran akan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang lebih masif agar masyarakat lebih kritis dalam menerima dan membagikan berita.

Media sosial juga memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap calon legislatif dan kandidat politik lainnya. Para politisi memanfaatkan platform ini untuk menarik perhatian publik serta memahami tren yang berkembang di masyarakat (Nugroho et al., 2022). Namun, di sisi lain, media sosial juga menjadi medan perang informasi yang sering kali dipenuhi oleh hoaks dan propaganda politik. Dalam kondisi ini, penyelenggara Pemilu serta pihak terkait lainnya harus merancang strategi yang efektif untuk menangkal hoaks guna memastikan proses demokrasi yang sehat dan berintegritas.

Selain itu, analisis semiotika menjadi alat yang berguna dalam memahami bagaimana pesan disampaikan dalam berbagai media, termasuk dalam film dan iklan. Semiotika yang diperkenalkan oleh Roland Barthes membahas konsep denotasi, konotasi, dan mitos, yang dapat membantu mengungkap makna di balik simbol dan tanda visual yang digunakan dalam kampanye media (Anisa & Rifa, 2024). Dalam konteks ILM, pemanfaatan analisis semiotika dapat membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan target audiens dan memiliki dampak yang lebih kuat dalam membentuk opini publik.

Penyebaran hoaks di era digital merupakan tantangan besar yang dapat berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam konteks

Pemilu. Literasi digital menjadi faktor penting dalam menangkal penyebaran informasi palsu, namun upaya edukasi yang lebih luas tetap diperlukan (Tuhuteru et al., 2021). Dalam hal ini, Iklan Layanan Masyarakat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya (Afandy et al., 2024). Kampanye **"Pemilu Cerdas Lawan Hoax"** yang ditayangkan di TVRI Nasional adalah salah satu contoh upaya konkret dalam mengedukasi masyarakat mengenai bahaya hoaks (Putri, 2024). Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan ILM dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan mendukung proses demokrasi yang lebih.

1.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini akan difokuskan pada analisis semiotika Roland Barthes terhadap iklan layanan masyarakat **"Pemilu Cerdas Lawan Hoax"** yang ditayangkan di kanal YouTube TVRI Nasional.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis semiotika Roland Barthes pada iklan layanan Masyarakat **"Pemilu cerdas lawan Hoax"** di kanal Youtube TVRI Nasional.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Layanan Masyarakat **"Pemilu cerdas Lawan Hoax"** Di kanal Youtube TVRI Nasional.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian semiotika, khususnya dalam konteks analisis iklan layanan Masyarakat dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya melawan hoaks untuk mendukung pemilu yang cerdas.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan untuk Mahasiswa dapat memahami bagaimana teori Roland Barthes diterapkan dalam analisis media digital dan kampanye sosial

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Berisi Bagian pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Berisikan Uraian teoritis yang menjelaskan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan penelitian yang saya buat.

BAB III: Menguraikan perihal persiapan pelaksanaan penelitian mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian

BAB IV: Menjelaskan Hasil dari penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

BAB V : Penutup bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Analisis

Analisis adalah kajian mendalam tentang bahasa untuk memeriksa struktur secara rinci. Analisis ini bertujuan untuk mempelajari bahasa dengan mengkaji strukturnya lebih dalam. Pengertian analisis adalah kegiatan yang melibatkan proses memilah, memecah, dan membedakan elemen-elemen untuk dikelompokkan berdasarkan kriteria tertentu (Tianingrum & Sopiany, 2017).

2.2 Semiotika

Semiotika berkembang sebagai metode analisis yang dapat diterapkan di berbagai disiplin ilmu karena melihat wacana sosial sebagai fenomena kebahasaan. Dengan kata lain, bahasa menjadi model utama dalam memahami berbagai aspek sosial. Dalam perspektif semiotika, jika praktik sosial dianggap sebagai fenomena kebahasaan, maka setiap elemen kehidupan sosial bisa dikategorikan sebagai tanda karena konsep tanda memiliki cakupan luas. Van Zoest, sebagaimana dikutip oleh Rahayu S. Hidayat, menjelaskan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda, penggunaannya, dan aspek yang terkait. Tanda berperan sebagai alat navigasi dalam kehidupan sosial, sehingga tujuan utama semiotika adalah memahami bagaimana tanda diciptakan, ditafsirkan, dan dimanfaatkan dalam berbagai konteks makna (Basri & Sari, 2019).

Peirce mendefinisikan semiotika sebagai ilmu yang mempelajari tanda, perannya dalam komunikasi, serta bagaimana tanda menghasilkan makna. Ia

mengembangkan konsep *triangle meaning* atau segitiga makna, yang terdiri dari tiga elemen utama: tanda, objek, dan *interpretant*.

Menurut Peirce, tanda adalah sesuatu yang dapat ditangkap oleh indera dan merujuk pada sesuatu di luar dirinya. Ia mengklasifikasikan tanda menjadi tiga jenis utama: simbol, yang maknanya didasarkan pada kesepakatan; ikon, yang memiliki kemiripan bentuk dengan objek yang diwakilinya; dan indeks, yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan objeknya. Sementara itu, objek adalah sesuatu yang dirujuk atau diwakili oleh tanda tersebut (Sidik, 2018).

2.3 Iklan

Iklan merupakan bentuk promosi non-pribadi yang menyampaikan ide, produk, atau layanan dengan biaya dari suatu sponsor. Penjual menggunakan iklan untuk menginformasikan pelanggan melalui berbagai media, termasuk majalah, surat kabar, dan platform lainnya.. Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002 Pasal 1 (5), siaran iklan adalah penyampaian informasi komersial maupun layanan publik mengenai barang, jasa, atau ide yang dapat dimanfaatkan masyarakat, dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran. Periklanan memainkan peran strategis sebagai bentuk komunikasi umum yang digunakan oleh bisnis yang menyediakan barang dan jasa. Iklan layanan masyarakat bertujuan memberikan informasi dan memengaruhi audiens dengan fokus sosial, bukan sekadar keuntungan ekonomi seperti iklan komersial. Manfaat sosialnya mencakup peningkatan kesadaran, perubahan sikap, serta perilaku masyarakat terhadap isu yang disampaikan. Tujuan utama iklan layanan masyarakat adalah membangun citra positif lembaga di mata publik atau pemangku kepentingan (Adyas & Khairani, 2019).

2.4 Iklan Layanan Masyarakat

2.4.1 Pengertian Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat mendorong orang untuk mengambil tindakan yang akan menguntungkan mereka atau orang lain. Iklan ini tidak bersifat komersial karena tidak ada tawaran produk atau jasa yang harus dibeli. Iklan itu hanya cenderung mengajak masyarakat untuk melakukan sesuatu agar lebih baik dalam hal kesehatan, kebersihan, keindahan, kemajuan, dsb. Iklan layanan masyarakat tetap bagian dari pesan persuasif untuk kepentingan masyarakat, baik masyarakat individu maupun masyarakat luas yang terlepas dari unsur komersial., iklan layanan masyarakat juga didesain komunikatif dan atraktif agar pesan dapat disampaikan dengan baik. Hal itu merupakan strategi iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat dapat dipasang di papan baliho, spanduk, pamflet, poster, tau yang lain di ruang publik; dapat ditayangkan di media elektronik (televisi) dapat disiarkan di media radio; dapat dimuat di media cetak (majalah, koran), dan di media internet. Pada penelitian ini, iklan yang dibahas ialah iklan layanan masyarakat yang terdapat pada media internet, yaitu dari ruang laman (website) dan blog (Sukesti, 2021).

2.4.2 Fungsi Iklan Layanan Masyarakat

Berikut adalah beberapa kegunaan iklan yang wajib diketahui :

- Menyampaikan informasi.
- Mengajak seseorang untuk meniru tindakan yang ditampilkan dalam iklan.
- Sebagai pengingat atau peringatan untuk seseorang.
- Menyita perhatian dan membujuk seseorang (Sukesti, 2021).

2.5 Pemilu

Pemilihan umum merupakan proses penentuan individu yang akan menduduki jabatan politik tertentu dan menjadi bagian dari tradisi demokrasi yang telah lama berlangsung di Indonesia. Melalui pemilu, diharapkan pejabat yang terpilih mampu mewujudkan aspirasi rakyat, membawa perubahan positif, serta memajukan Indonesia menuju kemakmuran dan kesejahteraan (Hidayat, 2020). Pemilu merupakan proses demokrasi yang memungkinkan rakyat memilih pemimpin secara langsung. Namun, dalam praktiknya, pemilu sering dipengaruhi oleh Strategi komunikasi Politik yang memanfaatkan berbagai simbol termasuk Agama. (Lubis et al., 2024)

Pemilu di Indonesia telah berlangsung sejak 1955 dengan menerapkan sistem proporsional. Sistem ini membagi kursi di parlemen kepada partai politik berdasarkan proporsi suara yang mereka peroleh dalam pemilu. Indonesia telah menerapkan dua jenis sistem proporsional, yaitu terbuka dan tertutup. Sistem proporsional tertutup digunakan dalam Pemilu 1999 dan 2004, sedangkan sistem proporsional terbuka diterapkan pada Pemilu 2009, 2014, dan 2019 (Rantau, 2019).

2.6 Hoax

Hoax adalah istilah yang sering dipakai untuk menggambarkan informasi yang tidak. Hoax juga cenderung mengaburkan kebenaran dan membuat orang menjauh dari fakta, yang bisa menjadi ancaman serius bagi demokrasi yang melibatkan partisipasi aktif Masyarakat (Firmansyah, 2017).

Upaya mengatasi penyebaran informasi hoaks dapat dilakukan dengan menanamkan nilai ideologis dan menjadikan penyebaran hoaks sebagai bagian dari strategi kewaspadaan nasional (Anshori & Izharsyah, 2023).

2.7 Komunikasi Digital

Dampak positif komunikasi digital terhadap perubahan perilaku masyarakat terlihat pada peningkatan kualitas hidup, yang berfungsi sebagai media dan aset baru dalam revolusi teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini berdampak pada beberapa aspek, antara lain: kemajuan dalam pengelolaan informasi kekuasaan yang dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan. Sistem baru ini menawarkan kenyamanan yang lebih personal di setiap aspeknya. Individu tidak hanya menikmati efisiensi yang lebih tinggi dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, tetapi juga terlibat lebih banyak dalam interaksi dengan orang lain dan berbagai minat, yang pada gilirannya mendorong kreativitas dan partisipasi pribadi (Boestam & Derivanti, 2022).

Komunikasi digital adalah proses pengiriman pesan atau informasi antar pihak menggunakan media digital. Ciri utama komunikasi digital berbeda jauh dengan komunikasi tradisional, terutama dalam hal bagaimana informasi disusun, dikemas, dan disampaikan. (Susila, 2023)

2.8 Media Digital

Literasi digital, yang sering disebut juga sebagai literasi komputer, merupakan bagian integral dari keterampilan dalam memahami media. Kemampuan ini mencakup penggunaan perangkat digital seperti komputer, internet, ponsel serta teknologi sejenis lainnya. Secara umum, literasi digital

mencakup serangkaian keterampilan yang meliputi mengenali, mencari, memahami, mengevaluasi, serta menganalisis informasi melalui teknologi digital. Pada dasarnya, literasi digital berkaitan dengan minat, sikap, dan kapasitas seseorang dalam memanfaatkan teknologi serta sarana komunikasi digital guna mengakses, mengelola, mengintegrasikan, serta menganalisis informasi secara kritis. Selain itu, mereka yang memiliki literasi digital yang kuat dapat menciptakan, berkomunikasi, dan mempelajari hal-hal baru, sehingga dapat berperan aktif dalam kehidupan sosial. Media digital sendiri merupakan bagian dari perkembangan media baru. Dalam buku Komunikasi dan Komodifikasi, yang merujuk pada pemikiran Dennis McQuail (2000) sebagaimana dikutip oleh Ibrahim dan Akhmad (2014), media baru dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok utama, yaitu:

1. Media komunikasi interpersonal seperti email,
2. Media permainan interaktif seperti game
3. Media pencarian informasi seperti mesin pencarian di Net, (Kurniawati & Baroroh, 2016)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar, terutama dalam peralihan perangkat dari sistem analog ke digital. Salah satu perubahan paling mencolok adalah bagaimana teknologi digital mampu menghadirkan berbagai keunggulan dibandingkan teknologi sebelumnya. Beberapa manfaat utama dari teknologi digital meliputi:

- Mengurangi kebutuhan penyimpanan data secara signifikan dalam proses pemrosesan, penyimpanan, tampilan, dan transmisi informasi.

- Memungkinkan reproduksi data dalam jumlah tak terbatas tanpa mengalami degradasi kualitas.
- Memberikan kemudahan dalam manipulasi data dengan tingkat akurasi yang sangat tinggi.

Keunggulan tersebut baru mencerminkan aspek teknis dari teknologi digital. Namun, dampak positifnya tidak hanya terbatas pada aspek teknis saja. Teknologi digital telah merambah ke berbagai bidang, termasuk dunia pendidikan, di mana penggunaannya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas serta memaksimalkan hasil pembelajaran. Selain itu, revolusi digital yang berlangsung telah mengubah cara pandang masyarakat, termasuk dalam proses belajar-mengajar. Bahkan, kehadiran platform digital dan media sosial turut memberikan pengaruh signifikan serta dapat dimanfaatkan dalam lingkungan pendidikan guna meningkatkan efektivitas pembelajaran (Sitepu, 2021)

2.9 Media Sosial

Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dalam berbagai bentuk, baik melalui pertukaran informasi, kerja sama, maupun membangun relasi. Aktivitas ini dapat dilakukan dalam format teks, gambar, maupun audiovisual. Terdapat tiga elemen utama dalam media sosial, yaitu berbagi (*sharing*), berkolaborasi (*collaborating*), dan terhubung (*connecting*). Dari waktu ke waktu, media sosial terus mengalami perkembangan pesat. Pada tahun 2002, Friendster menjadi platform dominan di dunia digital karena pada masa itu belum banyak pesaing yang memiliki fitur serupa. Namun, seiring kemajuan teknologi, berbagai platform media sosial bermunculan dengan ciri khas dan karakteristik

unik masing-masing. Jejak awal perkembangan media sosial dapat ditelusuri hingga tahun 1970-an, ketika sistem papan buletin (bulletin board system) pertama kali diperkenalkan. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi melalui surat elektronik serta berbagi file dengan cara mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Pada masa itu, semua aktivitas tersebut masih bergantung pada jaringan telepon yang terhubung melalui modem. (AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, 2018)

Salah satu strategi pemasaran yang efisien, praktis, dan hemat biaya dengan cakupan yang luas adalah menggunakan media sosial, yaitu platform berbasis internet. Metode ini dianggap mudah karena hampir seluruh lapisan masyarakat telah akrab dengan penggunaannya. Informasi dapat disebarkan dalam hitungan detik, menjadikannya salah satu cara promosi yang sangat cepat. Selain itu, sebagian besar platform media sosial dapat diakses tanpa biaya, sehingga menjadi alternatif promosi yang ekonomis. Keunggulan lainnya adalah jangkauan yang luas, karena informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat tersebar secara universal tanpa batasan geografis (Tanjung et al., 2021).

2.10 Youtube

Di zaman perkembangan teknologi sekarang, hampir semua orang sudah familiar dengan YouTube. Kemudahan akses internet turut mendorong perkembangan platform ini semakin pesat. Dalam strategi pemasaran, memilih media yang memiliki banyak pengunjung adalah faktor penting agar promosi dapat mencapai audiens yang luas. Oleh karena itu, YouTube menjadi pilihan

yang sangat tepat untuk mempromosikan animasi, karena tingginya jumlah pengguna meningkatkan peluang keberhasilan kampanye pemasaran.

Sebagai media promosi, YouTube menawarkan potensi besar tidak hanya karena banyaknya pengunjung, tetapi juga karena kemudahan penggunaannya. Selain itu, tidak ada batasan durasi dalam menayangkan konten animasi, sehingga materi promosi dapat disajikan secara lebih rinci. Dengan penyajian yang lebih detail, calon konsumen dapat memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai produk atau layanan yang dipromosikan tanpa mengalami kebingungan (Putra, 2019).

YouTube berperan sebagai platform pembelajaran yang inovatif, menarik, dan menyenangkan. Kontennya yang informatif serta mudah dipahami menjadikannya sarana edukasi yang praktis dan efektif. Keberadaan YouTube juga memberikan dampak signifikan terhadap dunia pendidikan, membantu proses belajar menjadi lebih dinamis dan interaktif. Selain itu, YouTube memungkinkan penyampaian informasi yang dapat diamati secara visual sekaligus didengar dengan jelas, sehingga memperkuat pemahaman. Setiap media tentu memiliki kelebihan dan kekurangan, yang kemudian menjadi bahan evaluasi untuk pengembangannya. Salah satu keunggulan utama YouTube adalah ketersediaan berbagai jenis video dengan beragam kategori, yang tidak hanya memberikan wawasan baru tetapi juga menjadi sumber inspirasi bagi para pembuat konten (Mutoharoh Tryas, 2022).

2.11 TVRI Nasional

Televisi Republik Indonesia (TVRI) adalah stasiun televisi yang berstatus sebagai lembaga penyiaran milik negara, yang berarti siaran yang disajikan berorientasi pada kepentingan nasional. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2005, TVRI memiliki tanggung jawab untuk menyajikan layanan informasi, edukasi, serta hiburan yang bersifat mendidik. Selain itu, TVRI juga berperan sebagai pengawas sosial, pemersatu masyarakat, serta pelestari kebudayaan bangsa. Seluruh tayangan yang disiarkan bertujuan untuk menjangkau dan melayani berbagai lapisan masyarakat di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (Zulfiandri & Wardhani, 2015).

2.12 Teori Semiotika Roland Barthes

Sebagai seorang ahli teori struktural, Roland Barthes secara aktif memajukan dan menggunakan teori bahasa dan semiologi Saussure. Ia beranggapan bahwa bahasa merupakan sistem tanda yang merefleksikan keyakinan serta pandangan suatu masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Dalam analisisnya, Barthes membagi sistem tanda menjadi dua tingkatan utama. Pada tingkat pertama, yang disebut sistem denotasi, terdapat hubungan antara penanda (aspek material) dan petanda (konsep abstrak di baliknya). Sementara itu, dalam sistem konotasi, yang merupakan tingkat kedua, penanda dan petanda dari denotasi mengalami pergeseran fungsi menjadi bagian dari rantai pemaknaan yang lebih kompleks. Dalam teori Barthes, konotasi berkaitan erat dengan ideologi yang ia istilahkan sebagai "mitos." Mitos berperan dalam membentuk serta melegitimasi nilai-nilai yang mendominasi suatu periode tertentu. Sama seperti

sistem tanda lainnya, mitos juga terdiri dari tiga elemen utama, yakni penanda, petanda, dan tanda, tetapi dengan struktur yang khas. Mitos dibentuk berdasarkan sistem pemaknaan yang telah ada sejak dulu, sehingga dapat dikatakan bahwa mitos merupakan tingkat kedua dalam proses pembentukan makna. Semiotika Barthes menekankan bahwa pemaknaan terhadap suatu tanda terjadi dalam dua tahap. Tahap pertama adalah makna denotatif, yaitu makna literal atau sesungguhnya dari suatu tanda, sedangkan tahap kedua adalah makna konotatif, yang bersifat interpretatif dan bergantung pada konteks serta ideologi yang melingkupinya (Wibisono & Sari, 2021).

Roland Barthes merupakan penerus pemikiran Ferdinand de Saussure. Saussure sendiri lebih fokus pada bagaimana kalimat terbentuk secara kompleks serta bagaimana struktur kalimat dapat mempengaruhi makna. Namun, ia lalai untuk mempertimbangkan, bahwa orang yang berbeda dapat menafsirkan kata-kata yang sama dengan cara yang berbeda tergantung pada situasinya. Roland Barthes kemudian mengembangkan konsep penanda-petanda yang diperkenalkan Saussure dengan menambahkan analisis terhadap makna denotasi dan konotasi. Salah satu aspek penting dalam kajiannya mengenai tanda adalah peran pembaca dalam proses pemaknaan. Barthes secara mendalam membahas sistem pemaknaan tingkat kedua, yang dibangun di atas sistem yang telah ada sebelumnya. Ia menyebut sistem ini sebagai konotatif, yang dalam karyanya *Mythologies* secara jelas ia bedakan dari sistem pemaknaan tingkat pertama, yaitu denotatif (Tamara, 2020).

2.13 Denotasi

Denotasi merujuk pada makna suatu kata dalam bentuk yang paling murni, tanpa adanya tambahan makna lain. Secara sederhana, denotasi dapat dipahami sebagai arti sebenarnya dari sebuah kata, yang sering digunakan dalam konteks ilmiah untuk memberikan pemahaman yang lebih objektif. Denotasi dapat dikategorikan ke dalam dua jenis hubungan. Pertama, hubungan antara suatu kata dengan objek spesifik yang diwakilinya secara langsung. Kedua, hubungan antara kata dengan karakteristik atau sifat tertentu yang melekat pada objek tersebut. Dengan demikian, dalam lingkup ilmiah, denotasi menggambarkan keterkaitan antara kata dan objek individual yang dirujuknya, serta hubungan antara kata dengan ciri khas dari objek yang diwakilinya (Johanes et al., n.d.).

2.14 Konotasi

Konotasi mengacu pada makna tambahan yang muncul akibat asosiasi sosial, budaya, atau emosional yang berkembang dalam masyarakat. Makna ini sering kali berkaitan dengan nilai-nilai tertentu yang dianut dalam suatu lingkungan. Konotasi juga dikenal sebagai makna asosiatif, yaitu pemaknaan yang muncul dari sikap sosial, pandangan pribadi, serta faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi interpretasi suatu konsep. Berbeda dengan makna denotatif yang bersifat umum dan objektif, makna konotatif lebih bersifat profesional dan operasional, karena dipengaruhi oleh kondisi serta situasi tertentu. Dengan kata lain, konotasi tidak hanya merujuk pada arti harfiah suatu kata, tetapi juga mencerminkan pemahaman yang lebih subjektif sesuai dengan konteks penggunaannya (TUDJUKA, 2019).

2.15 Mitos

Roland Barthes memahami mitos sebagai sesuatu yang dipercayai oleh masyarakat, bukan sekadar cerita biasa, melainkan sebagai cara suatu budaya menafsirkan serta menjelaskan berbagai aspek realitas. Dalam pengertian mendasar, mitos merupakan narasi yang digunakan untuk memahami fenomena alam maupun kehidupan manusia. Pada masa primitif, mitos banyak berkaitan dengan konsep kehidupan dan kematian, hubungan manusia dengan Tuhan, serta perbedaan antara kebaikan dan kejahatan. Sementara dalam konteks modern, mitos berkembang mencakup gagasan tentang maskulinitas dan feminitas, dinamika keluarga, serta konsep kesuksesan dalam masyarakat (Lubis, 2017).

2.16 Media Visual

Menurut Ulfah (2019), media visual adalah sarana yang hanya melibatkan indera penglihatan untuk menyampaikan informasi. Media ini bisa berupa bentuk cetak maupun non-cetak yang digunakan untuk mendukung proses komunikasi visual. Media visual dapat dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, media visual-verbal, yang menyampaikan pesan dalam bentuk teks atau tulisan, sering dijumpai dalam bahan cetak seperti buku dan artikel. Kedua, media visual non-verbal-grafis, yang menggunakan simbol visual atau elemen grafis seperti gambar, foto, sketsa, grafik, diagram, dan peta untuk menyampaikan informasi. Ketiga, media visual non-verbal tiga dimensi, yang menyajikan objek tiga dimensi seperti model miniatur, mock-up, spesimen, dan diorama. Media visual berguna sebagai alat bantu dalam proses belajar mengajar, dengan keunggulannya dalam

memperjelas materi melalui representasi visual yang lebih nyata dari konsep atau fenomena yang dipelajari (Mayasari et al., 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggali makna yang ada dalam iklan melalui analisis tanda dan simbol, berdasarkan teori semiotika dari Roland Barthes.

Penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menggali pemahaman tentang fenomena sosial atau perilaku manusia melalui perspektif orang-orang yang terlibat langsung dalam fenomena tersebut. Pendekatan ini berfokus pada makna, pengalaman, dan pandangan mereka dalam lingkungan alami. Penelitian ini sering dianggap eksploratif, interpretatif, dan menyeluruh karena bertujuan menggali pemahaman yang mendalam. Tidak seperti penelitian kuantitatif yang berfokus pada angka dan statistik, penelitian kualitatif lebih mengutamakan kualitas data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung, atau analisis dokumen (Detri Karya et al., 2024).

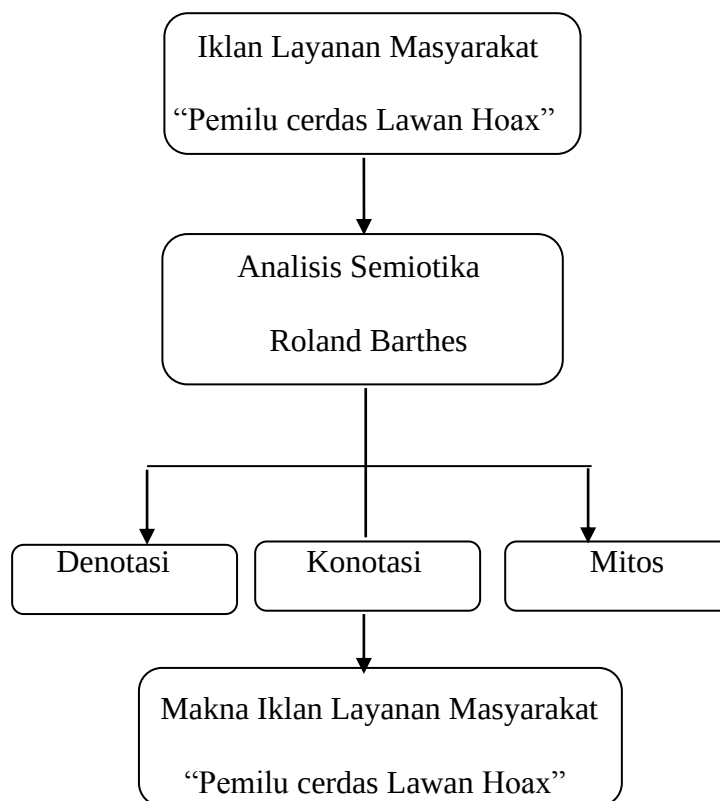
Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek atau fenomena sesuai kenyataan di lapangan, tanpa mengubah atau memanipulasi objek yang diteliti. Penelitian ini memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang kondisi sebenarnya yang terjadi dalam fenomena tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini lebih mengutamakan pengumpulan data yang tepat dan objektif untuk menjelaskan karakteristik dan hal-hal penting dari subjek yang diteliti (M. Sukardi, 2021). Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami dan

menggambarkan keadaan suatu objek atau fenomena berdasarkan data aktual yang ditemukan selama penelitian di lapangan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Dalam penelitian kualitatif, data bisa diperoleh melalui bahan audiovisual yang mencakup elemen gambar dan suara. Bahan-bahan ini, seperti foto, rekaman video, gambar digital, dan lukisan, digunakan untuk membantu peneliti dalam memahami fenomena yang sedang diteliti. Penggunaan bahan audiovisual semakin sering ditemui dalam penelitian kualitatif, di mana elemen visual, seperti jejak-jejak di salju atau bukti suasana yang dapat diperoleh dari gambar, menjadi sumber informasi yang penting (Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif, 2019)

3.2 Kerangka Konsep

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: olahan peneliti, 2025

3.3 Definisi Konsep

3.3.1 Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Lawan Hoax”

Iklan layanan masyarakat ini merupakan media komunikasi publik yang bertujuan memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjalankan pemilu yang cerdas dan bebas dari hoaks. Fokusnya adalah menyampaikan pesan anti-hoaks sebagai bagian dari proses demokrasi yang sehat.

3.3.2 Analisis Semiotika Roland Barthes

Analisis semiotika menurut Roland Barthes digunakan untuk menginterpretasikan makna tanda dalam iklan. Barthes memisahkan analisis menjadi tiga level denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini bertujuan memahami bagaimana pesan dalam iklan disusun dan makna yang terkandung di dalamnya, termasuk ideologi yang mungkin tersirat.

3.3.3 Denotasi

Denotasi adalah makna literal atau makna yang paling dasar dari tanda-tanda yang terlihat dalam iklan. Dalam konteks ini, denotasi mencakup elemen visual dan verbal seperti teks, gambar, suara, dan warna yang digunakan dalam iklan.

3.3.4 Konotasi

Konotasi adalah makna yang muncul dari asosiasi budaya, sosial, atau emosional yang terkait dengan tanda-tanda dalam iklan. Pada level ini, analisis menyoroti interpretasi subjektif yang dipengaruhi oleh konteks budaya. Contoh dalam Iklan pemilihan warna tertentu (misalnya hijau untuk harapan atau biru

untuk kedamaian) dan simbol-simbol (seperti tangan yang menekan tombol atau logo tertentu) yang memberi pesan moral atau ideologi tertentu.

3.3.5 Mitos

Mitos adalah makna yang lebih dalam, yaitu ideologi atau pesan besar yang ingin disampaikan oleh iklan kepada masyarakat. Pada level ini, pesan sering kali membentuk pandangan atau persepsi tertentu yang mendukung tatanan sosial atau nilai-nilai tertentu. Contoh dalam Iklan narasi tentang pentingnya pemilu yang bersih dan cerdas sebagai fondasi demokrasi, serta kepercayaan bahwa melawan hoaks adalah bentuk tanggung jawab sosial.

3.3.6 Makna Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Tanpa Hoax”

Setelah melalui tiga level analisis denotasi, konotasi, dan mitos , diperoleh makna keseluruhan dari iklan. Makna ini mencakup pesan utama iklan, yaitu mengedukasi masyarakat untuk lebih kritis terhadap informasi, tidak menyebarkan hoaks, dan menjaga demokrasi yang sehat melalui pemilu yang cerdas.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam Penelitian ini dapat dilihat seperti pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep	Kategorisasi
1.	Analisis Semiotika Roland Barthes	-Denotasi -Konotasi -Mitos
2.	Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas Lawan Hoax”	- <i>Informing</i> (informasi) - <i>Persuading</i> (Membujuk) - <i>Reminding</i> (Mengingatkan) - <i>Adding Value</i> (Memberikan Nilai Lebih)

Sumber: olahan peneliti, 2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Metode ini berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data secara sistematis guna memastikan keakuratan hasil penelitian.

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

a. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan mengamati objek yakni iklan layanan Masyarakat “Pemilu cerdas Lawan Hoax” produksi kanal Youtube TVRI Nasional. Dalam observasi ini, iklan dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

b. Dokumentasi

Teknik kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan menghimpun berbagai catatan atau informasi penting yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Proses dokumentasi ini didasarkan pada video yang telah diunduh dari YouTube, dengan meninjau rekaman iklan layanan masyarakat berjudul “Pemilu Cerdas Lawan Hoax” yang diunggah di kanal YouTube TVRI Nasional. Setelah itu, dilakukan pengambilan tangkapan layar (screenshot) dari video tersebut untuk dianalisis lebih lanjut.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menelaah seluruh informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, dokumen pribadi, dokumen resmi, dan foto. Setelah data terkumpul, dilakukan reduksi dengan merangkum inti serta pernyataan penting agar tetap terjaga. Selanjutnya, data disusun dalam satuan tertentu, kemudian dikategorikan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Berikut adalah Jenis-Jenis Teknik analisis data dalam penelitian:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyaring, menyederhanakan, dan merangkum data mentah dari catatan lapangan. Ini merupakan bagian dari analisis dengan mengelompokkan, mengklasifikasikan, serta membuang informasi yang tidak relevan. Tujuannya adalah mempercepat analisis, menghemat ruang penyimpanan, dan meningkatkan efisiensi pengolahan data.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses menyusun, menggambarkan, dan menampilkan data agar mudah dipahami. Tujuannya adalah menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif. Dalam penelitian kualitatif, data biasanya disajikan dalam bentuk narasi, tetapi juga dapat menggunakan matriks, grafik, jaringan, atau bagan.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dalam penelitian kualitatif. Data yang diperoleh harus diuji keakuratan, relevansi, dan ketahanannya. Jika

terdapat kesimpulan yang masih diragukan, proses pengumpulan data dilakukan kembali. Validasi menjadi langkah penting dalam memastikan ketepatan kesimpulan (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023).

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai Januari 2025 hingga Maret 2025. Adapun, lokasi penelitian tidak terbatas pada tempat tertentu, karena penelitian ini bisa dilakukan di mana saja dengan objek iklan video yang dapat diakses melalui YouTube TVRI Nasional.

Gambar 3.2 Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax”



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Identikasi Umum Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas Lawan Hoax” Dikanal Youtube TVRI Nasional

Iklan Layanan Masyarakat dengan tema “Hoax Pemilu” adalah iklan yang diproduksi oleh TVRI Nasional dan ditayangkan melalui akun Youtube TVRI Nasional yang diupload pada tanggal 11 Januari 2024 dengan durasi 90 Detik. Iklan Layanan Masyarakat Pemilu cerdas lawan Hoax ini sudah diputar sebanyak 6.745 Tayangan dengan 55 Like Di Youtube tersebut.

Pada tayangan iklan tersebut dapat kita lihat betapa mudahnya Hoax menyebar di lingkungan sosial tanpa adanya Upaya untuk mengecek kebenarannya yang pasti dan sesuai. Dengan masalah tersebut TVRI Nasional menayangkan iklan tersebut dengan tujuan untuk mengedukasi Masyarakat pengguna aktif Media Sosial agar lebih cerdas dalam menerima dan menyebarkan informasi, khususnya terkait Pemilu, serta melawan hoax yang dapat memecah belah persatuan.

4.1.2 Sinopsis Iklan layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax”

Iklan ini mengangkat isu maraknya berita hoax menjelang Pemilu dan bagaimana Masyarakat dapat bersikap kritis dalam menyikapi informasi yang diterima. Narasi utama menunjukkan “Mak Caleg” yang mendapatkan informasi bahwa dirinya menang, namun akhirnya mendapat pencerahan dari “Mak Cerdas”

bahwa informasi tersebut adalah berita palsu setelah mendapatkan verifikasi informasi yang jelas. Dengan Visual yang menarik dan pesan yang kuat, iklan ini mengajak penonton untuk tidak mudah percaya pada informasi yang tidak jelas sumbernya dan untuk selalu mengecek kebenarannya sebelum menyebarkan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Narasi Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Lawan Hoax”

Dalam Iklan Pemilu cerdas lawan hoax ini terdapat narasi iklan yang dibawakan oleh pemain iklan tersebut. Berikut adalah Narasinya :

Mak Caleg	:Hahahaha (Tertawa terbahak)
	Yess,joss,Hasil hitung suara Mak caleg
	Menang,hahaha (tertawa lagi), buah pisang
	buah kedondong
Dua Pengawal mak caleg	:caakeeeppp....
Mak Caleg	:yang menang bole dong sombonggg
Dua pengawal mak caleg	:Mak Caleg si paling josss!!!
Mak Caleg	:Hahaaha (Tertawa terbahak) , Mas Bakso,
	bikinkan bakso untuk semua orang se-desa,
	Hari ini adalah Hari kemenangan Mak Caleg
Dua Pengawal Mak Caleg	:Hidup Mak Caleg !!!
Warga	:Hidup Mak Caleg !!!
Mak Cerdas	:Woi Woi Woi,Yang bilang Mak Caleg
	menang itu siapa?

Mak Caleg :Heeh, jangan sembarangan kamu yaaa, ini buktinyaa lihat,lihat,lihat

Mak Cerdas :Ealah, itu Cuma berita Hoax, jangan dipercaya,perhitungan suara juga belum, kok sudah ada pengungumannya.Haluuuuuuuuu, Hahaha (tertawa terbahak

Mak Caleg :Ealaahhh ! (Nada Kecewa)

Mak Cerdas :Penyebar Hoax bisa dipenjara lho,Ayo pilih cerdas,LAWAN HOAX !

Mak Caleg :Semua Gara-Gara Kalian !

Pengawal 1 :Sabar Mak Calegku

Pengawal 2 :Biar silaturahmi tidak terputus

Pengawal 1 :Pinjam dulu serratus.

Mak Caleg :Ciatttt !(ingin memukul pengawalnya)

4.2.2 Visualisasi dan Deskripsi Iklan Layanan Masyarakat “ Pemilu cerdas lawan hoax”

Gambar 4.1
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:03)



Sumber:YOUTUBE TVRI, 2025

Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Cerdas Lawan Hoax” diawali dengan memperlihatkan sosok dua orang dibalik yang menyebarkan hoax pada berita online.

Gambar 4.2

Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:11)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Pada Gambar kedua terlihat Mak Caleg membuka Handphone dan melihat beredar kabar di berita Online bahwa Hasil perhitungan suara Mak Caleg menang.

Gambar 4.3

Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:13)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Pada gambar ke 3 terlihat Mak Caleg dengan nada senang dan sombong mengatakan dirinya menang sambil berpantun sombong “Buah pisang Buah kedondong, yang menang boleh dong sombong”

Gambar 4.4
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:30)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Pada Gambar ke 4 terlihat pengawal mak caleg mengapresiasi kemenangan Mak Caleg “Mak Caleg Sipaling Jossss!!!”

Gambar 4.5
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:34)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Pada Gambar ke 5 terlihat Mak Cerdas yang sedang mengurus Kain Jemuran, dibalik kain jemuran tersebut terdengar Mak Caleg yang sedang girang dan sombong karena Mak Caleg di informasikan Menang.

Gambar 4.6
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:36)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Pada Gambar 6 terlihat tukang bakso yang kaget Ketika dipanggil Mak Caleg, dan setelah itu Mak Caleg menyuruh Mas Tukang Bakso membuat bakso untuk dibagikan ke warga atas perayaan Mak Caleg menang.

Gambar 4.7
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:42)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Terlihat pada gambar ke 7 Mak Caleg, Pengawal Mak Caleg, dan warga yang sedang makan bakso merayakan atas Kemenangan Mak Caleg

Gambar 4.8
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:45)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Terlihat pada gambar 8 Mak Cerdas dengan Tiba-tiba keluar dan Berteriak dan memberitahukan lamb berita Kemenangan Mak Caleg tersebut adalah Hoax

Gambar 4.9
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:54)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Pada gambar ke 9 Mak Caleg dengan tidak terima lamb berita tersebut dibilang Hoax oleh Mak Cerdas, Mak Caleg langsung Menunjukkan bukti Berita yang ada di Handphonenya.

Gambar 4.10**Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Detik (0:56)***Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025*

Pada Gambar ke 10 terlihat Mak Cerdas mengatakan berita itu Hoax jangan dipercaya karena perhitungan suara aja belum dilaksanakan sementara berita perhitungan suara kemenangan Mak Caleg telah keluar di Berita.

Gambar 4.11**Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Menit (1:03)***Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025*

Pada Gambar ke 11 terlihat Mak Caleg kecewa karena dirinya tertipu oleh berita Hoax yang menginformasikan bahwa dirinya menang.

Gambar 4.12
Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Menit (1:06)



Sumber: YOUTUBE TVRI, 2025

Terlihat Pada Gambar 12, Mak Cerdas menginformasikan bahwa pelaku Hoax itu bisa dipidana, dan mengajak untuk orang agar menjadi pemilih yang cerdas dan lawan Hoax.

4.2.3 Hasil Analisis Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax” dengan menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes

Peneliti akan melakukan analisis terhadap beberapa scene yang mengandung makna tertentu atau pesan penting yang ingin disampaikan pihak TVRI Nasional kepada Masyarakat terkhususnya pengguna aktif Media Sosial dalam Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas lawan Hoax”. Dari beberapa Scene yang dipilih oleh peneliti akan dianalisis dengan pendekatan Roland Barthes, yang membagi data menjadi tiga elemen yakni Denotasi, Konotasi dan Mitos

Pengumpulan data dilakukan dengan menonton dan melihat serta mengamati tayangan Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas Lawan

Hoax”dikanal Youtube TVRI Nasional secara berulang-ulang.Berikut adalah Hasil adegan Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu cerdas Lawan Hoax” menurut model semiotika Roland Barthes yang diambil oleh peneliti:

a. Makna Konotasi,denotasi dan Mitos pada Scene 1

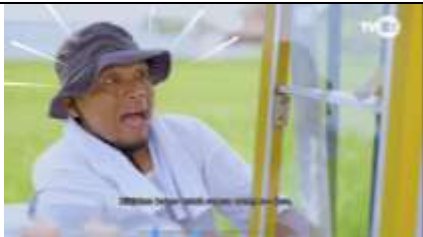
Tabel 4.1
Analisis Hasil Penelitian 1

<i>Visual</i>	<i>Dialog/Suara</i>	<i>Shot</i>
 Sumber : Youtube TVRI Nasional	Terlihat sosok dua orang dibalik yang menyebarkan berita Hoax	<i>Long</i> <i>Shoot</i>
Denotasi	Dalam Scene ini menunjukkan dua orang mengenakan pakaian gelap dengan kain menutupi kepala mereka,mereka tampak berjongkok dan berjabat tangan,salah satu dari mereka memegang ponsel,Dilayar terdapat teks pesan terkirim,yang secara literal menunjukkan bahwa sebuah pesan telah terkirim	
Konotasi	Kedua orang tersebut sedang melakukan sesuatu yang mencurigakan.penggunaan pakaian yang cenderung tertutup dan gelap,serta suasana yang terlihat	

Denotasi	Dalam Scene ini menampilkan Mak Caleg berpenampilan memakai kacamata hitam besar,anting Mutiara,dan baju ungu berenda yang percaya diri berbicara dirinya menang setelah membaca berita dari Handphone.
Konotasi	Sosok politisi atau calon Flamboyan (Mak Caleg) dipresentasikan sebagai seseorang yang berkarakter mencolok,percaya diri,dan menonjolkan kemenangan tanpa memperhatikan fakta yang sebenarnya
Mitos	Adegan ini melihatkan budaya konsumsi informasi yang serba cepat tanpa verifikasi, Dimana banyak orang lebih mudah percaya pada berita viral disbanding informasi yang tervirifikasi.

c. Makna Denotasi,Konotasi dan Mitos pada Scene 3

Tabel 4.3
Analisis Hasil Penelitian 3

<i>Visual</i>	<i>Dialog/Suara</i>	<i>Shot</i>
		<i>Medium Shot</i>

 Sumber : Youtube TVRI Nasional		<i>Medium Shot</i>
Denotasi	Dalam Scene ini memperlihatkan pedagang bakso tampak terkejut saat Mak Caleg memesan bakso untuk seluruh desa dan menunjukkan kerumunan orang bersorak mendukung Mak Caleg tersebut.	
Konotasi	Pembelian bakso dalam jumlah besar merupakan simbol kampanye populis,yaitu memberikan hadiah atau makanan kepada Masyarakat untuk menarik simpati dan sorakan Hidup Mak Caleg melambangkan bagaimana Masyarakat mudah terpengaruh oleh aksi politik simbolik.	
Mitos	Scene ini mempresentasikan fenomena politik Dimana calon Legislatif sering menggunakan cara Populis,yang dalam nudaya politik dianggap sebagai hal yang lumrah	

4.2.4 Pesan Yang terkandung dalam Iklan Pemilu Cerdas Lawan Hoax Dikanal Youtube TVRI Nasional

Setiap media massa dalam menyampaikan sesuatu, pasti memiliki sebuah pesan. Begitu pula dengan Iklan, melalui penggambaran secara visual dan verbal dari berbagai ekspresi dan karakter pemain iklan tersebut memberikan pesan baik secara tersirat maupun tersurat. Melalui isi pesan yang dikandungnya, iklan juga dapat dijadikan sebagai Pendidikan informal bagi orang-orang.

Lalu Bagaimanakah pesan yang terkandung dalam iklan Layanan Masyarakat Pemilu cerdas Lawan Hoax yang menjadi objek penelitian penulis ini? Salah satu pesan yang disampaikan kepada Masyarakat terutama pengguna handphone dan Media Sosial yaitu untuk selalu waspada berita palsu yang tersebar di Media Sosial, berita palsu sering digunakan untuk memanipulasi opini public, terutama dalam konteks pemilu.

Peneliti juga meneliti isi pesan yang terkandung dalam setiap Scene yang peneliti buat diatas, Yaitu :

a. Pesan Yang terkandung dalam Scene 1

Scene 1 Menunjukkan bagaimana berita Hoax disebarkan oleh oknum melalui teknologi digital, maka dari itu kita sebagai Masyarakat harus memverifikasi iklan tersebut benar atau tidaknya.

b. Pesan yang terkandung dalam Scene 2

Scene 2 Menunjukkan bagaimana seorang Calon Legislatif bisa terjebak dalam informasi yang belum terverifikasi, memperlihatkan dampak dari informasi

yang serba cepat, Maka dari itu pentingnya Verifikasi informasi yang jelas agar tidak terkena dampak dari informasi yang serba cepat ini.

c. Pesan yang terkandung dalam Scene 3

Scene 3 ini menunjukkan Mak Caleg merayakan hasil kemenangannya dengan Mengtraktir Makanan ke seluruh desa tanpa informasi kemenangan yang jelas. Dengan itu jangan mudah terpengaruh oleh politik simbolik yang hanya menawarkan kesenangan sesaat tanpa memperhatikan visi, misi dan komitmen nyata calon pemimpin, karena pemilu bukan sekedar tentang siapa yang paling banyak memberi, tetapi siapa yang benar-benar peduli dengan kesejahteraan rakyat dalam jangka Panjang.

d. Pesan yang terkandung dalam Scene 4.

Scene 4 ini mengingatkan kita bahwa tidak semua Informasi yang kita dengar atau baca adalah benar. Sebagai Masyarakat yang cerdas, kita harus berani melawan berita bohong. Jangan mudah percaya pada klaim kemenangan atau janji Politik tanpa Verifikasi yang jelas. Periksa sumber informasi, cari kebenaran, dan jangan mudah terbawa arus opini yang tidak jelas.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan dari Analilis PerScene dengan menggunakan Semiotika Roland Barthes Iklan Layanan Masyarakat Pemilu cerdas lawan hoax di kanal Youtube TVRI Nasional, Pada Scene 1 Menunjukkan bagaimana berita Hoax disebarkan oleh Oknum melalui teknologi digital, maka dari itu kita sebagai Masyarakat harus memverifikasi iklan tersebut benar atau tidaknya, Pada Scene 2 Menunjukkan bagaimana seorang Calon Legislatif saja bisa terjebak dalam informasi yang belum terverifikasi, Pada Scene ini menunjukkan Mak Caleg merayakan hasil kemenangannya dengan Mengtraktir Makanan ke seluruh desa tanpa informasi kemenangan yang jelas atau biasa disebut politik simbolik, dan Pada Scene 4 mengingatkan kita bahwa tidak semua Informasi yang kita dengar atau baca adalah benar.

Pesan Utama dari Iklan ini adalah agar Menjadi pengguna sosial yang cerdas dan tidak mudah termakan oleh berita bohong. Selain itu, Iklan ini mengingatkan bahwa menyebarkan Hoax dapat memiliki konsekuensi Hukum.

5.2 Saran

Dalam Iklan Layanan Masyarakat ini mengangkat kesadaran pentingnya memastikan kebenaran Berita melalui berbagai sumber yang kredibel agar tidak termakan berita Hoax. Peneliti memberi saran kepada TVRI Nasional agar terus melakukan inovasi terhadap iklan layanan Masyarakat sebagai salah satu media

untuk menyebarluaskan kesadaran Masyarakat agar terhindar dari Hoax terutama pada Pemilu di Indonesia ini.

DAFTAR PUSTAKA

- AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, December.
- Achmad Afandy, Muhammad Rapi Tang, & Mahmudah, M. (2024). Kajian Simiotika pada Iklan Layanan Masyarakat di Kabupaten Barru Teori Charles Sanders Peirce. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(2), 2018–2028. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i2.3645>
- Adyas, D., & Khairani, A. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan TV Tokopedia. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 95–101. <https://doi.org/10.35592/jrb.v2i2.402>
- Anisa, S. D., & Rifa, M. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Pemilu Damai Dalam Film Kejorlah Janji. 3(3), 218–229.
- Anshori, A., & Izharsyah, J. R. (2023). Pemahaman Literasi Politik Pemilih Pemula dalam Upaya Pencegahan Informasi Hoax Pemilu 2024. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 177–184. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14727>
- Asriadi, M., & Hasyim, M. Q. (2024). Pelatihan Literasi Media Sosial Bagi Pemilih Pemula Tentang Hoax, Hate Speech dan Negative Campaign. *Vokatek: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02, 124–133.
- Basri, S., & Sari, E. (2019). Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong). *GETER: Jurnal Seni Drama, Tari Dan Musik*, 2(1), 55–69. <https://doi.org/10.26740/geter.v2n1.p55-69>
- Binasri, B., & Witarti, D. I. (2024). Analisis Design Thinking Iklan KPU di YouTube Menjaring Pemilih Pemula Pemilu 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 211–224. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3788>
- Boestam, A. B., & Derivanti, A. Des. (2022). Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2829–2834. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4032/http>
- Buku Ajar Metode penelitian kualitatif. (2019). <https://books.google.co.id/books?id=nJm8EAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Firmansyah, R. (2017). Web Klarifikasi Berita untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax. *Jurnal Informatika*, 4(2), 230–235.

- Herlina, I., Suryatman, A. G., Aditya, T., & Kosasih, A. (2024). *Pentingnya Literasi Digital Bagi Pemilih Pemula Dalam Menyikapi Berita Hoax di Media Sosial Pada Pilpres 2024 (Studi Di Kampus UMT)*. 4.
- Hidayat, A. (2020). Manfaat Pelaksanaan Pemilu Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Politicon: Jurnal Ilmu Politik*, 2(1), 72–85. <https://doi.org/10.15575/politicon.v2i1.7513>
- Johanes, S. N., Munawaroh, S., Asror, A. G., Indonesia, S., & Bojonegoro, I. P. (n.d.). *Prosiding Analisis Makna Denotasi dan Konotasi pada Lirik Lagu " Kupu- Kupu " karya Laleilmanino*.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Interaksi*, 1(1), 17–42. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/877>
- Lubis, F. H., Nasution, F. A., & Harahap, R. H. (2024). The Commodification of Religious Rituals: Representations of Political Actors in Indonesian Elections. *Pharos Journal of Theology*, 105(2), 1–11. <https://doi.org/10.46222/pharosjot.105.214>
- Mayasari, A., Pujasari, W., Ulfah, U., & Arifudin, O. (2021). Pengaruh Media Visual Pada Materi Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Tahsinia*, 2(2), 173–179. <https://doi.org/10.57171/jt.v2i2.303>
- Mutoharoh Tryas. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Youtube untuk Media Pembelajaran. *Jubah Raja (Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran)*, 1(November), 97–102.
- Nugroho, A. S., Hidayat, N., Robiyanti, R. R., Purwaningsih, T., Tinggi, S., Buddha, A., Pulo, N. J., Permai, G., 107, N., & Timur, J. (2022). Peran Literasi Digital Dan Big Data Dalam Mencegah Hoax Jelang Pemilu 2024. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang (SINOV)*, 4(2), 98–105.
- Detri Karya, M. A., Kusumastuti, Y., Dr. Eka Rakhmat Kabul, M. S., Joni Mantong, S. H. M. S., & Dr. Sjukun, S. T. S. M. M. M. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takaza Innovatix Labs. <https://books.google.co.id/books?id=meowEQAAQBAJ>
- H. M. Sukardi, M. E. M. S. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara. https://books.google.co.id/books?id=gJo_EAAAQBAJ

- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 259–265. <https://cashbac.com>
- Ramadan, R., & Adnan, M. F. (2024). Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube pada Pelaksanaan Pemilu 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i1.1805>
- Rantau, M. I. (2019). Penguatan Sistem Presidensial Di Indonesia: Analisis Terhadap Undang Undang No 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 19(2), 181–193. <https://doi.org/10.33592/pelita.vol19.iss2.120>
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Roy Marthen Moonti, Saiful R. Pakaya, Rustam Hs. Akili, Yusrianto Kadir, & Marten Bunga. (2024). Strategi Pencegahan Hoaks Dalam Kampanye Pemilu Ditinjau Dari Prespektif Pidana Dan Dampak Sosial. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 242–264. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i4.322>
- Sabrina, A. R. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 5(2), 31. <https://doi.org/10.37535/101005220183>
- Sidik, A. (2018). Analisis Iklan Produk Shampoo Pantene Menggunakan Teori Semiotika Pierce. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 9(4), 201. <https://doi.org/10.31602/tji.v9i4.1533>
- Sitepu, E. N. (2021). Media Pembelajaran Berbasis Digital. *Mahesa*, 1(1), 242–248. <https://doi.org/10.34007/ppd.v1i1.195>
- Sukesti, R. (2021). Analisis Struktur Dan Fungsi Teks Iklan Layanan Masyarakat. *Widyaparwa*, 49(2), 199–212. <https://doi.org/10.26499/wdprw.v49i2.893>
- Susila, T. (2023). Komunikasi digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July). http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/judul/000000000000000084311/
- Tamara, J. (2020). Kajian Semiotika Roland Barthes pada Poster Unicef. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 726–733. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.403>
- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk

- Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3091–3103.
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5435%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5435/pdf>
- Tianingrum, R., & Sopiany, H. N. (2017). Analisis Kemampuan Pemahaman Matematis Siswa SMP pada Materi Bangun Ruang Sisi Datar. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika (SESIOMADIKA)*, 440–446. <http://pmat-unsika.eu5.org/Prosiding/64RisnaTianingrum-SESIOMADIKA-2017.pdf>
- Tudjuka, N. S. (2019). Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Geguritan. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 4(1), 12–25.
- Tuhuteru, S., Kaiwai, O., Douw, L., Oni, W., Willi, F., Agapa, R., Kogoya, I., Mabel, R., Karoba, M., & Tabuni, I. (2021). J . A . I : Jurnal Abdimas Indonesia. *Abdimas Indonesia*, 1(2), 26–32. <https://dmi-journals.org/jai/article/view/226>
- Wibisono, P., & Sari, Y. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30–43.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi dalam Metode Penelitian. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90.
- Zulfiandri, & Wardhani, D. C. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Aset Berbasis Private Cloud (Studi Kasus : TVRI Nasional). *Jurnal Ilmiah SimanteC*, 5(1), 49–58.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

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/PTD/II/2022

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

Website: <https://fkip.umcu.ac.id> Email: fkip@umcu.ac.id Instagram: [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) Facebook: [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) Twitter: [umsuMEDAN](https://twitter.com/umsuMEDAN)

Sk-1

PERMCHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi **ILMU KOMUNIKASI**
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan,20....

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : **Athallah Putra Yamanyah**
NPM : **2103110212**
Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
SKS diperoleh : **119** SKS, IP Kumulatif **3.59**

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis semiotika Roland Barthes (Klan Layanan Masyarakat "Pemilu cerdas" Lawan Haax" Disand Youtube TVRI Nasional	 8 Jan 2025
2	Analisis Makna Visual dalam Iklan Samsung Galaxy A06 "Ancaman Pribadi	
3	Analisis Gaya Penyampaian informasi konten kreator pada akun Youtube calon sarjana	

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.

077.21.311

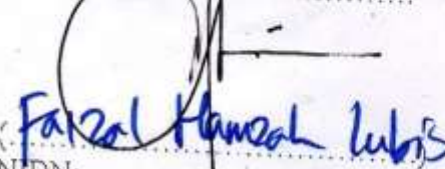
Pemohon,



(Athallah Putra Yamanyah)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi :


Farzal Hamzah Lubis

NIDN:

Medan, tanggal **8 Januari**20**25**

Ketua

Program Studi,

NIDN:

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 40/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **08 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **ATHALLAH PUTRA YAMANSYAH**
N P M : 2103110212
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PEMILU CERDAS LAWAN HOAX" DI KANAL YOUTUBE TVRI NASIONAL**

Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 077.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

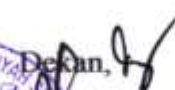
Masa Kadaluarsa tanggal: 08 Juli 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 08 Rajab 1446 H
08 Januari 2025 M



Tembusan :

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



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.
NIDN. 0030017402




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/DAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 20....

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : ATHALLAH PUTRA YAMANSYAH
 NPM : 2103110212
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 40..../SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025... tanggal 8 Januari 2025 dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHEZ IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PEMILU CERDAS LAWAN HOAX" DIKANAL YOUTUBE TVRI NASIONAL

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua
 Program Studi

Menyetujui

Pembimbing

Pemohon,

(AKHYAR ANTHORI, S.Sos.M.kom)

(FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos.M.kom)

(ATHALLAH PUTRA YAMANSYAH)

NIDN: 0127040401

NIDN: 0121058202





UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 458/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 18 Februari 2025
Waktu : 08.45 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Penyempitan Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
51	RATIH INDAH SARI SASMITA	2103110176	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	REPRESENTASI MAKNA PATERNALISTIK FILM SKANDAL MAKERS KARYA RAHABI DAN FILM DUA HATI: BIRU KARYA GINA
52	AULIA KHAIRANI HAKIM	2103110166	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMBELAJARAN GURU DALAM MENGGATASI KETERLAMBATAN MEMBACA SISWA DI UPT SD NEGERI 106152
53	ATTILLAH PUTRA YAMANSYAH	2103110212	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PEMILU CERDAS LAYAN HOAX DI KANAL YOUTUBE TVRI NASIONAL
54	RIZKA RAHMADANI	2103110008	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	PENGARUH MEDIA PROSI EJA-BASED LEARNING TERHADAP KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS MAHASISWA DALAM PEMBELAJARAN DI FAKULTAS FARMASI UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
55	JIVAD FAKHRI HARAHAP	2103110134	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PEMCENTUKAN OPINI TENTANG TREN CHIDFREE PADA FASUTRI MENIKAH MUDA DI KOTA MEDAN

Medan, 18 Syaban 1446 H
17 Februari 2025 M
Ditandatangani
(Assoc. Prof. Dr. ARIEN SALEH, MSP.)
MOB 03 STARS
BIMPT





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

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

<https://isip.umsu.ac.id> fiatp@umsu.ac.id [umsu.sumed](https://www.facebook.com/umsu.sumed) [umsu.sumed](https://www.instagram.com/umsu.sumed) [umsu.sumed](https://www.youtube.com/umsu.sumed)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap

: Athallah Putra Yamangyah

NPM

: 2103110212

Program Studi

: ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

: Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Layanan Masyarakat
Pemilu Cerdas Lawan Hoax Dikawal Youtube TVRI Nasional

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1)	8/1/25	Penetapan judul skripsi	
2)	17/1/25	Bimbingan penyusunan proposal skripsi Bab I, Bab II, dan Bab III	
3)	22/1/25	Revisi proposal Bab I	
4)	4/2/25	Revisi proposal Bab II dan III	
5)	7/2/25	Acc seminar proposal	
6)	19/2/25	Bimbingan penyusunan skripsi Bab IV dan V	
7)	13/3/25	Revisi skripsi Bab IV dan V	
8)	15/3/25	Revisi skripsi Bab IV dan V	
9)	17/3/25	Abstrak dan daftar pustaka	
10)	24/3/25	Acc sidang	

Medan, 24 Maret 2025

Ketua Program Studi,

(Akhyar Anshori, S.Sos., M.Ikom
NIDN: 0127048401

Pembimbing,

(Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.Ikom
NIDN: 0121058202





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/ PANGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 681/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



Sk-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
31	ATHALLAH PUTRA YAMANSYAH	2103110212	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PEMILU CERDAS LAWAN HOAX" DI KANAL YOUTUBE TVRI NASIONAL
32	ENDA PUTRI MUTIARA BR. MAHA	2103110251	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom, -	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI PROKOPIM SETDA KOTA MEDAN DALAM MEWUJUDKAN CURRENT IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL
33	RAGIL FATAH ZAMRONI	2103110232	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	STRATEGI KOMUNIKASI UD. HERMAN BERSAMA DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA TANJUNG JATI KABUPATEN LANGKAT
34	ZUL KHAIRIL AKHYAR	2103110010	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MENINGKATKAN CINTA LINGKUNGAN BEBAS BANJIR DI DESA KLUMPANG, KECAMATAN HAMPARAN PERAK
35	ALMER SUHADDA MANURUNG	2103110202	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS PRODUKSI PROGRAM SIARAN SOHIL DI SALAM TV

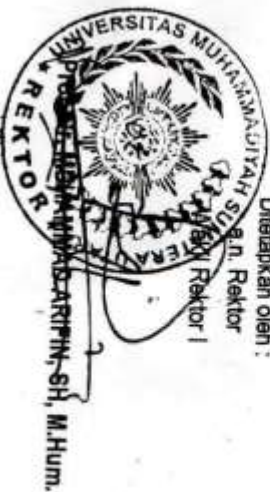
Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

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

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



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

Ketua

Sekretaris

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



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama	: Athallah Putra Yamansyah
Tempat/Tanggal Lahir	: Gampong Pante Kec.Simpang tiga,13 Oktober 2003
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Gampong Asan,Kota Sigli, Kab.Pidie,Aceh
Anak ke	: 1 (Tunggal)

Data Orang Tua

Nama Ayah	: (Alm)dr.H.Muhammad Firmansyah
Nama Ibu	: dr.Julia Tevi Yanti
Pekerjaan Ayah	: -
Pekerjaan Ibu	: PNS
Alamat	: Gampong Asan,Kota Sigli,Kab.Pidie,Aceh

Pendidikan Formal

TK	: TK Simpang Tiga
SD	: SD Negeri 3 Sigli
SMP	: SMP Unggulan Iqro‘ Sigli
SMA	: SMA Negeri 3 Unggul Sigli
S1	: Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara