ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UU TINDAK PIDANA KEKERASAN SEKSUAL PADA AKUN YOUTUBE KEMENPPPA RI

TUGAS AKHIR

Oleh:

Cindy Juliawan
2103110189

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual

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

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ 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	:	Cindy Juliawan
NPM	:	2103119189
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal	:	Selasa, 22 April 2025
Waktu	:	Pukul 08.15 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc.,Prof., Dr., ABRAR ADHANI., M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Assoc.,Prof.,Dr.,LEYLIA KHAIRANI, M.Si (.....)

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 الرَّحْمَٰنِ 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	:	**Cindy Juliawan**
NPM	:	2103110189
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	**Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Uu Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube Kemenpppa RI**

Medan,25 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

Dekan

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

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Cindy Juliawan**, NPM **2103110189**, 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, 5 Mei 2025

Yang Menyatakan,

Cindy Juliawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube KemenPPPA RI" dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai panutan umatnya yang selalu memberikan tauladan sepanjang masa. Penulisan tugas akhir ini adalah salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Univeristas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada kedua orangtua tercinta, Ayahanda **Hendri Juliawan** dan Ibunda **Sri Ningsih** yang telah membesarkan, merawat, menyayangi, dan memberikan penulis semangat baik secara moral maupun materil sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Teruntuk kedua abang kandung penulis, **Dicky Juliawan** dan **Rendy Juliawan** yang telah memberikan dukungan, memberikan semangat serta hiburan ketika penulis mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan sepenuh hati dan setulus jiwa, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. 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.
5. Ibu Dr. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis., S.Sos., M.I.Kom Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sekaligus Dosen Pembimbing penulis yang selalu memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan pengertian dalam membantu serta membimbing penulis dengan sabar dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu, motivasi dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
9. Seluruh Staf Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelengkapan administrasi dan informasi selama penulis menjalani perkuliahan.

10. Teman-teman bulu penulis yaitu kucing-kucing Ora dan Apoy yang sudah senantiasa menemani penulils selama mengerjakan tugas akhir.
11. kakak Aini Wita dan Fuzi Indraswary selaku kakak ipar penulis yang sudah ikut mendukung baik secara moral maupun materil.
12. Adik penulis Gaffi Juliawan yang selalu memberi semangat dengan cara yang berbeda dengan lainnya, hal-hal lucu yang dia lakukan membuat penulis selalu semangat setiap harinya.
13. Pertiwi sahabat penulis, terimakasih sudah mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu merayakan apapun bersama dari zaman SMP hingga berlangsung sampai saat ini.
14. Teman sekaligus bisa dibilang sebagai kakak, Aliya Cindy Sapitri yang selalu perhatian terhadap penulis dan juga menemani serta selalu mengingatkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Teman yang selalu ngeluh mengenai tugas perkuliahan namun selalu memberi dukungan hingga selesai, Ratih Indah Sari. Teman satu bimbingan yang skena habis, Nazwa Lathifah dan juga Wilda Handayani yang selalu mendukung dalam penulisan tugas akhir ini dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.
16. Teman kecil penulis, Rika Aliefia, Wilma Zahara dan Debora yang selalu ikut serta merayakan satu sama lain dan juga teman sekolah penulis, Ruhi Annyza dan juga Mawaddah. Terimakasih sudah senantiasa memberikan langkah yang positif sehingga banyak hal indah yang berjalan dengan baik.

17. Untuk seseorang yang sudah menemani penulis selama 3 tahun lebih, namun tidak bisa penulis sebutkan namanya. Terimakasih sudah selalu support apapun yang penulis lakukkan selagi itu positif.
18. Pihak-pihak lainnya yang sudah terlibat dalam penulisan tugas akhir ini dan tidak bisa penulis sebut satu persatu, terimakasih kepada semua orang yang telah berbuat baik serta mendoakan penulis sehingga penulisan tugas akhir ini bisa selesai dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan tugas akhir ini masih banyak mempunyai kekurangan, baik dari segi penulisan hingga pembahasan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan tugas akhir ini menjadi lebih baik di waktu yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Medan, Maret 2025

Cindy Juliawan
2103110189

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UU TINDAK PIDANA KEKERASAN SEKSUAL PADA AKUN YOUTUBE KEMENPPPA RI

CINDY JULIAWAN
NPM: 2103110189

ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap berbagai isu sosial, termasuk kekerasan seksual. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan pemerintah dalam menangani permasalahan ini adalah melalui iklan layanan masyarakat tentang Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS) yang diunggah di akun YouTube resmi Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (KemenPPPA RI). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna dalam setiap adegan iklan tersebut dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan informasi berupa studi dokumentasi terhadap setiap adegan dalam iklan. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori semiotika Barthes melalui tiga tingkatan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, dapat memahami bagaimana kekerasan seksual direpresentasikan dalam narasi visual iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap adegan dalam iklan ini membangun makna kekerasan seksual melalui ekspresi, interaksi antar tokoh, serta narasi yang menampilkan korban dalam posisi tertekan dan pelaku dalam posisi dominan. Pada tingkat mitos, iklan ini berupaya menghilangkan pandangan buruk serta kesalahpahaman tentang kekerasan seksual dengan menegaskan bahwa kekerasan seksual bukan kesalahan korban, sekaligus menekankan pentingnya pelaporan kasus. Dengan demikian, iklan layanan masyarakat ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat edukasi yang berperan dalam membentuk kesadaran publik mengenai urgensi pencegahan dan penanganan kekerasan seksual.

Kata Kunci: *semiotika, iklan layanan masyarakat, uu tpks, youtube*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....
ABSTRAK ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **ii**
DAFTAR TABEL ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **v**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **vi**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 3
1.5 Sistematika Penulisan 4

BAB II URAIAN TEORITIS **6**
2.1 Iklan Layanan Masyarakat 6
2.2 Undang-Undang (UU) TPKS 7
2.3 Kekerasan Seksual 10
2.4 Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi 11
2.5 New Media 13
2.6 Youtube 14
2.7 Tanda Verbal Dan Visual Iklan Layanan Masyarakat 15
2.8 Semiotika 15
2.9 Analisis Semiotika Roland Barthes 17

BAB III METODE PENELITIAN **19**
3.1 Jenis Penelitian 19
3.2 Kerangka Konsep 20
3.3 Definisi Konsep 20
3.3.1 Analisis Semiotika Roland Barthes 20
3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat 21
3.4 Kategorisasi Penelitian 22
3.5 Teknik Pengumpulan Data 23
3.6 Teknik Analisis Data 23
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 23
3.8 Deskripsi Ringkas Objek Peneltian 24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **25**
4.1 Profil Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 25
4.2 Sinopsis Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 26
4.3 Analisis Data 28
4.4 Keterkaiatannya Hasil Penelitian Dengan Teori Roland Barthes 39

BAB V PENUTUP.....42
5.1 Simpulan 42
5.2 Saran.....43

DAFTAR PUSTAKA.....44
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian 22
Tabel 4.1 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi,Konotasi,Mitos..... 29
Tabel 4.2 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi,Konotasi,Mitos..... 31
Tabel 4.3 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi,Konotasi,Mitos..... 33
Tabel 4.4 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi,Konotasi,Mitos..... 34
Tabel 4.5 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi,Konotasi,Mitos..... 36
Tabel 4.6 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi,Konotasi,Mitos..... 38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Scene Ke-1Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 29
Gambar 4.2 Scene Ke-2Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 31
Gambar 4.3 Scene Ke-3Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 33
Gambar 4.4 Scene Ke-4Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 34
Gambar 4.5 Scene Ke-5Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 36
Gambar 4.6 Scene Ke-6Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS 38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir
Lampiran 2. SK-2 Penetapan Judul Tugas Akhir dan Dosen Pembimbing
Lampiran 3. SK-3 Permohonan Seminar Proposal Tugas Akhir
Lampiran 4. SK-4 Undangan Seminar Proposal Tugas Akhir
Lampiran 5. SK-5 Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir
Lampiran 6. SK-10 Undangan Ujian Tugas Akhir
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan atau *advertising* adalah cara untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak melalui media. Kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan atau lembaga non-komersial untuk memberitahukan sesuatu atau menawarkan barang dan jasa. Menurut Danesi dalam jurnal (Fadillah & Sounvada, 2020) istilah periklanan berasal dari kata kerja latin pada abad pertengahan *'advertere'*, yang berarti untuk mengarahkan perhatian seseorang. Hal tersebut merujuk pada segala jenis apapun atau berbagai pengumuman publik yang dimaksudkan untuk mengarahkan perhatian pada komoditas yang spesifik atau layanan tertentu. Dengan demikian periklanan adalah suatu bentuk wacana, yang di mana dirancang dengan bujukan yang memaksa.

Kekerasan seksual merupakan salah satu masalah sosial serius yang hingga kini menjadi momok dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Kekerasan seksual terhadap perempuan, yang dapat berupa pelecehan, perkosaan, atau penyalahgunaan seksual lainnya, menjadi salah satu bentuk kekerasan yang umum dan berbahaya. Menurut data Kekerasan terhadap Perempuan (Komnas Perempuan), jumlah kasus kekerasan seksual terus meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2023 tercatat lebih dari 401.975 kasus kekerasan terhadap perempuan**,** dengan kekerasan seksual mencakup lebih dari 2.078 kasus (24,69%) dari total kekerasan yang terjadi menggambarkan bahwa perempuan masih menjadi

kelompok yang rentan terhadap tindakan yang mengancam keamanan, kehormatan, dan hak asasinya (Shelemo, 2023).

Iklan Layanan Masyarakat ini juga mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam upaya pencegahan dan penanggulangan kekerasan seksual. Solidaritas sosial, kepedulian, dan keberanian untuk bersuara menjadi faktor kunci dalam menciptakan lingkungan yang aman dan bebas dari kekerasan seksual. Dengan penyampaian yang efektif dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, diharapkan iklan ini mampu membentuk opini publik yang lebih sadar dan responsif terhadap isu kekerasan seksual, serta mendorong perubahan sosial yang lebih baik.

Menurut (Purwanti & Zalianti, 2018), Kekerasan seksual merupakan tindak pidana yang memiliki dampak luas bagi korban, baik secara fisik, psikis, maupun sosial. Dalam banyak kasus, korban kerap mengalami trauma berkepanjangan, kehilangan rasa aman, serta menghadapi *disgrace* dari lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, pemerintah dan berbagai pihak terkait perlu melakukan berbagai upaya untuk mencegah, menangani, serta memberikan perlindungan kepada korban kekerasan seksual. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah melalui kampanye sosial dalam bentuk iklan layanan masyarakat.

Iklan layanan masyarakat (ILM) dirancang untuk menyampaikan pesan yang berdampak besar kepada masyarakat, termasuk dalam upaya pencegahan berbagai bentuk kejahatan sosial, salah satunya adalah kekerasan seksual. Sebagai iklan non-komersial, ILM ini memiliki peran edukatif yang sangat penting. Tidak hanya memberikan informasi mengenai bentuk-bentuk kekerasan seksual dan

dampaknya, tetapi juga menjelaskan aspek hukum yang terkandung dalam UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual. Undang-undang ini bertujuan untuk melindungi korban, memberikan sanksi tegas bagi pelaku, serta memastikan bahwa tidak ada lagi kasus kekerasan seksual yang diabaikan atau tidak mendapatkan keadilan (I Gusti Ayu Vina Widiadnya, 2020).

Sebagai langkah maju, pemerintah Indonesia mengesahkan Undang-Undang Pencegahan Kejahatan Kekerasan Seksual (UU TPKS) pada tahun 2022. Undang-undang ini merupakan landasan penting dalam memberikan perlindungan hukum kepada korban, memberikan hukuman yang setimpal kepada pelaku, dan mendorong perubahan perilaku di masyarakat guna mencegah kekerasan seksual kembali menjadi hal yang wajar dalam bentuk apa pun. Namun, penerapan undang-undang ini memerlukan dukungan gerakan sosial yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan mendidik masyarakat tentang hak-hak mereka dan tindakan pencegahan (Rachmawati et al., 2023).

Lebih dari sekadar memberikan informasi, ILM ini juga mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam upaya pencegahan dan penanggulangan kekerasan seksual. Solidaritas sosial, kepedulian, dan keberanian untuk bersuara menjadi faktor kunci dalam menciptakan lingkungan yang aman dan bebas dari kekerasan seksual. Dengan penyampaian yang efektif dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, diharapkan iklan ini mampu membentuk opini publik yang lebih sadar dan responsif terhadap isu kekerasan seksual, serta mendorong perubahan sosial yang lebih baik.

Iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA RI) dan disebarkan melalui platform YouTube yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tindak pidana serta berbagai bentuk kekerasan seksual, dan pentingnya melaporkan kejadian-kejadian tersebut khususnya yang terjadi dalam lingkungan kerja. Iklan layanan masyarakat ini berusaha mendorong korban agar tidak takut untuk berbicara dan mellaporkan tindakan kekerasan yang di alami. Melalui iklan ini, diharapkan masyarakat bisa lebih peka dan berani mengindetifikasi serta melawan kekerasan seksual di tempat kerja dan dimana saja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube Kemenpppa RI.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitan ini untuk mengetahui bagaimana Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube Kemenpppa RI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

a) Aspek Teoritis, diharapkan penelitian dapat berkontribusi dalam pengembangan teori Roland Barthes, dalam analisis semiotika pada iklan layanan masyarakat, terutama yang berfokus pada isu kekerasan seksual terhadap perempuan.

b) Aspek Praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk merancang iklan layanan masyarakat yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran publik tentang kekerasan seksual terhadap perempuan.

c) Aspek Akademis, hasil penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penulisan tugas akhir ini penulis membuat suatu sistematika dengan penulisan menjadi V (lima) bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini penulis memaparkan mengenai komunikasi massa, iklan layanan masyarakat, undang-undang tindak pidana kekerasan seksual, kekerasan seksual, media sosial sebagai platform komunikasi, youtube, analisis semiotika Roland Barthes.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan memaparkan mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang dijabarkan berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis dapatkan berdasarkan hasil analisis

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis memaparkan simpulan dan saran dari hasil peneliltian dan pembahasan yang telah penulis dapatkan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat merupakan jenis iklan yang bertujuan menyampaikan pesan demi kepentingan umum. Iklan ini bersifat non-komersial dan mendorong masyarakat untuk melakukan perubahan perilaku ke arah yang positif. Contohnya adalah kampanye anti-mabuk saat berkendara atau pencegahan kekerasan terhadap perempuan. Sementara itu, menurut Masyarakat Periklanan Indonesia, iklan secara umum didefinisikan sebagai segala bentuk pesan mengenai suatu produk yang disampaikan melalui media dan ditujukan kepada masyarakat luas atau kelompok tertentu (Nasution, 2017).

Iklan layanan masyarakat atau yang disebut juga dengan *Public Service Advertisement* (PSA) adalah sebuah bentuk iklan yang ditujukan untukkepentingan sosial dan tidak bertujuan untuk mengeruk keuntungan komersial. Iklan ini berfungsi untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat sebagai audiens. Pesan-pesan yang terdapat pada iklan layanan masyarakat ini pada umumnya berisi tentang kesadaran sosial dan ajakan kepedulian kepada lingkungan hidup (Nisa, 2015).

Menurut (Santoso, 2015), iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan bentuk periklanan yang dilakukan oleh pemerintah dan organisasi non pemerintah untuk memengaruhi masyarakat umum secara persuasif melalui media cetak dan elektronik, dan tidak mencari keuntungan serta beroperasi sebagai bentuk penyediaan layanan. Ini merupakan media untuk periklanan atau kampanye.

Menghadapi serangkaian masalah sosial yang perlu ditangani, mereka berkontribusi kepada masyarakat melalui upaya untuk membangkitkan solidaritas dan kesadaran publik. Biasanya, pesan pengumuman layanan masyarakat mengajak masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu demi kebaikan masyarakat, atau mengubah perilaku "buruk" menjadi lebih baik, seperti mempromosikan kebersihan atau menghormati lingkungan.

Secara umum, iklan layanan masyarakat bertujuan untuk menyampaikan informasi, memberikan edukasi, dan menyadarkan masyarakat, agar mereka terdorong untuk ikut serta serta merespons secara positif terhadap pesan yang disampaikan. Iklan layanan masyarakat biasanya berisi pesan ajakan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau mengubah suatu kebiasaan atau perilaku masyarakat. Dan Iklan Layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat.

2.2 Undang-undang (UU) Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS)

Definisi Peraturan Perundang-undangan menurut Pasal 1 angka 2 UU 12/2011 adalah peraturan tertulis yang memuat norma hukum yang mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan dalam Peraturan Perundang-undangan (Wijayanti, 2016)."

Undang – undang tentang tindak pidana kekerasan seksual :

- Setiap individu berhak atas perlindungan dari kekerasan dan bebas dari penyiksaan atau perlakuan yang merendahkan martabat manusia,

sebagaimana dijamin oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Kekerasan seksual tidak hanya bertentangan dengan nilai-nilai ketuhanan dan kemanusiaan, tetapi juga mengganggu keamanan dan ketenteraman masyarakat. Sayangnya, peraturan perundang-undangan yang ada mengenai kekerasan seksual belum berjalan secara optimal dalam memberikan pencegahan, perlindungan, akses terhadap keadilan, serta pemulihan bagi korban. Hal ini membuat kebutuhan hak-hak korban Tindak Pidana Kekerasan Seksual belum terpenuhi, dan pengaturan mengenai hukum acara masih kurang komprehensif.

- Dasar hukum dari undang-undang ini merujuk pada UUD 1945, khususnya Pasal 20, Pasal 21, dan Pasal 28G ayat (2). Dalam undang-undang ini, diatur mengenai Tindak Pidana Kekerasan Seksual, yang didefinisikan sebagai segala tindakan yang memenuhi unsur tindak pidana sesuai ketentuan yang terdapat dalam undang-undang ini, serta perbuatan kekerasan seksual lainnya yang diatur di dalamnya. Jenis-jenis Tindak Pidana Kekerasan Seksual mencakup:
    - Pelecehan seksual fisik
    - Pemaksaan kontrasepsi
    - Pemaksaan strelisasi
    - Pemaksaan perkawaninan
    - Penyiksaan seksual
    - Eksploitasi seksual

- Perbudakan seksual dan
- Kekerasan seksual berbasis elektronik

Pengesahan dan pengundangan Undang-Undang No. 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS) menjadi sebuah harapan baru bagi para pejuang kesetaraan gender di Indonesia. Meskipun norma-norma yang terdapat dalam UU TPKS bersifat netral gender, yang berarti tidak menutup kemungkinan korban berasal dari kelompok gender selain perempuan, pengaturan dalam undang-undang ini secara khusus mengafirmasi pengalaman perempuan yang sering kali menjadi korban kekerasan seksual. Menurut survei yang dilakukan oleh *The Global Gender Gap Index* pada tahun 2023, tingginya angka kekerasan terhadap perempuan di Indonesia berkontribusi pada ketimpangan angka harapan hidup antara laki-laki dan perempuan.

Sebelum UU TPKS disahkan, pengaturan mengenai kekerasan seksual dapat ditemukan pada bab Kejahatan Terhadap Kesusilaan di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Hal ini membuat penanganan kasus kekerasan seksual cenderung menggunakan pendekatan moral dibandingkan dengan pendekatan penegakan hukum atau bahkan pendekatan keadilan transformatif yang bertujuan untuk menghentikan kekerasan tanpa mereproduksi kekerasan.

Dalam konteks struktur, Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS) tidak hanya menekankan bahwa pencegahan dan penanganan terhadap tindak pidana kekerasan seksual menjadi tanggung jawab negara melalui lembaga penegak hukum. Lebih dari itu, undang-undang ini mengajak masyarakat untuk bersama-sama membuka akses terhadap keadilan bagi para korban, baik

melalui dukungan dari keluarga atau orang terdekat korban maupun pendampingan yang mereka terima (Ummah, 2019).

Di tingkat budaya hukum, pendekatan dalam menangani kekerasan seksual sudah seharusnya tidak lagi berlandaskan pada moralitas. Para pihak yang terlibat diwajibkan untuk memiliki perspektif yang positif dan terus berusaha menghilangkan berbagai hambatan yang selama ini dihadapi oleh korban kekerasan seksual. Seperti misalnya, pandangan yang menyalahkan korban karena berada di luar rumah pada malam hari, atau anggapan yang mengutamakan solusi damai dengan cara mengawinkan korban dengan pelaku demi menutupi aib bagi kedua belah pihak.

2.3 Kekerasan Seksual

Definisi kekerasan seksual bervariasi, namun demikian pada umumnya, kekereasan seksual menggambarkan serangkaian aktivitas seksual yang sifatnya dipaksakan atau dilakukan tanpa persetujuan. Aktivitas tersebut termasuk di antaranya kontak seksual (misalnya cumbuan dan ciuman), pemaksaan seksual secara verbal, percobaan maunpun pemerkosaan lengkap. Definisi hukum dari aksi perkosaan bervariasi, namun demikian pada umumnya aksi tersebut didefinisikan sebagai penetrasi vagina atau anus (oleh penis, bagian tubuh lainnya, atau benda) dan seks oral yang diperoleh dengan kekerasan, ancaman kekerasan, atau ketika korban dalam keadaan tidak mampu/ tidak sadarkan diri (Soejoeti & Susanti, 2020).

Kekerasan seksual juga dapat muncul dalam bentuk kekerasan simbolik, sebagaimana diungkapkan oleh. Dapat dijelaskan bahwa kekerasan simbolik

merupakan salah satu jenis kekerasan non-fisik yang timbul dari perbedaan kekuatan antara kelompok sosial. Dalam konteks ini, kedua belah pihak sering kali secara tidak sadar menerima bentuk kekerasan ini. Namun, yang lebih mencolok adalah kecenderungan adanya pemaksaan norma-norma oleh kelompok yang memiliki kekuatan sosial yang lebih besar terhadap kelompok yang lebih lemah. Kekerasan simbolik ini dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan sosial, seperti kebangsaan, gender, orientasi seksual, maupun identitas etnis. Segala bentuk kekerasan dan pelecehan yang terjadi di lingkungan kerja dan dunia usaha adalah tidak dapat diterima, karena dapat menjadi pelanggaran atau penyalahgunaan hak asasi manusia; dan mempengaruhi kesehatan, martabat, dan keluarga serta lingkungan sosial seseorang. Ditinjau dari pasar kerja dan kesetaraan gender, adanya kekerasan dan pelecehan dapat mempengaruhi partisipasi pasar tenaga kerja, dan khususnya untuk perempuan (terutama di sektor dan pekerjaan yang jumlah pekerjanya didominasi laki-laki). Isu ini juga berdampak buruk pada hubungan kerja dan produktivitas perusahaan, dan mengganggu berlangsungnya *Decent Work for All* (Apindo, 2022).

2.4 Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi

Media sosial dapat diartikan sebagai sebuah platform digital yang menawarkan berbagai fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Di dalam media sosial, pengguna dapat melakukan berbagai kegiatan, seperti berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi atau konten dalam bentuk tulisan, foto, dan video. Konten yang dibagikan tersebut tersedia untuk semua pengguna sepanjang waktu, 24 jam sehari (Simarmata & Pahlevi,

2023). Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Sari & Basit, 2020)

Media sosial online merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat broadcast media monologue (satu ke banyak audiens) ke media sosial dialogue (banyak audiens ke banyak audiens). Jenis serta komposisi media sosial online di dunia virtual sangat beragam, antara lain jejaring sosial (Facebook, Instagram, Friendster, Linkedln, dan sebagainya), microblogging platform (Twitter, Plurk, Koprol, dan lain-lain), jejaring berbagi foto serta video (Flickr, Youtube, dan sebagainya), Podcast, Chat rooms, Message board, Forum, Mailing list, serta masih banyak lainnya.

Interaktivitas media sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas serta pemahaman terhadap pesan iklan layanan masyarakat (ILM). Berikut adalah beberapa cara di mana interaktivitas ini memberikan kontribusi signifikan :

a) Komunikasi Dua Arah: Media sosial memfasilitasi interaksi langsung antara audiens dan konten ILM melalui komentar, likes, dan berbagi. Hal ini menciptakan dialog yang mendalam antara pembuat iklan dan audiens, sehingga meningkatkan pemahaman dan keterlibatan terhadap pesan yang disampaikan.

b) Personalisasi Pesan: Melalui interaktivitas, pesan dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan individu, menjadikan ILM lebih relevan serta mudah diterima oleh berbagai segmen audiens.

c) Penyebaran Informasi yang Luas: Fitur berbagi di platform media sosial memungkinkan pesan ILM untuk menyebar secara viral, menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, sehingga memperbesar jangkauan dampak dari kampanye tersebut.

d) Keterlibatan Emosional: Interaksi langsung dengan konten, seperti memberikan komentar atau berbagi pengalaman pribadi, dapat memperkuat keterlibatan emosional audiens. Hal ini membuat pesan menjadi lebih berkesan dan mampu mendorong perubahan perilaku.

e) Umpan Balik Real-Time: Media sosial juga menyediakan platform bagi audiens untuk memberikan umpan balik secara langsung. Ini memungkinkan pembuat ILM untuk mengevaluasi efektivitas pesan yang telah disampaikan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

2.5 New Media

New media ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan kerakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti

Televisi, radio, majalah, dan surat kabar termasuk dalam kategori media lama (old media), sedangkan media berbasis internet yang memiliki unsur interaktif digolongkan sebagai media baru (new media). Istilah ini tidak berarti bahwa media lama akan lenyap dan sepenuhnya tergantikan oleh media baru, melainkan hanya digunakan untuk membedakan karakteristik masing-masing media.

Media baru (new media) adalah jenis media yang mengusung digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan dalam proses pembuatan serta penyampaian pesan. Salah satu keunggulannya adalah kemampuan interaktif yang memungkinkan pengguna untuk memilih informasi yang ingin diakses, mengatur konten yang dibagikan, serta menentukan preferensi sesuai keinginannya.

Manusia mulai menyadari pentingnya informasi dalam kehidupannya. Melalui informasi orang dapat memperoleh pengetahuan tentang berbagai hal. (Hastuti, 2013) Perlu disadari bahwa sebaik apa pun suatu informasi, nilainya bisa berkurang jika ditafsirkan secara berbeda oleh penerima. Masyarakat sangat bergantung pada media sebagai sumber informasi dan untuk mendapatkan akses terhadap berbagai peristiwa, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global.

2.6 Youtube

YouTube merupakan salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan berbagai pesan, termasuk kampanye sosial melalui iklan layanan masyarakat (ILM). Dengan basis pengguna yang sangat luas, YouTube memiliki karakteristik dan fitur yang mendukung efektivitas penyampaian pesan kepada audiens yang beragam (Wijayanti, 2016).

Berbagai fitur, seperti iklan pre-roll, kolom komentar yang mendorong interaksi, serta algoritme yang mendukung rekomendasi video, membuat konten berpotensi menjadi viral. Semua ini memberikan fleksibilitas dalam produksi konten dan efektivitas dalam menyampaikan pesan edukasi. Selain itu, platform ini juga membantu meningkatkan kesadaran publik dan menawarkan alternatif yang lebih efisien dibandingkan dengan media tradisional.

2.7 Tanda-Tanda Verbal Dan Visual Dalam Iklan Layanan Masyarakat

Tanda verbal adalah bagian dalam iklan yang dapat dianalisis melalui teks atau dalam bentuk tulisan. Sebuah iklan biasanya terdiri dari teks dalam bentuk nama atau trademark iklan, informasi tentang sesuatu, kalimat persuasi atau bentuk teks lainnya. Sedangkan tanda visual atau non verbal yaitu jenis tanda dalam iklan yang digunakan untuk mendukung bagian verbal untuk membuat iklan terlihat lebih menarik. Bagian non-verbal ini bisa dalam bentuk warna, musik atau suara, animasi atau gambar(I Gusti Ayu Vina Widiadnya, 2020).

2.8 Semiotika

Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks scenario, gambar, teks, dan adegan di dalam iklan layanan masyarakat (ILM) menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Tanda tidak pernah benar-benar mengatakan kebenaran secara keseluruhan (Norazelia, 2023).

Semiotika mempelajari tanda-tanda yang kemungkinan mempunyai arti atau makna. Semiotika adalah suatu metode yang digunakan untuk mempelajari tanda. Tanda menjadi landasan utama dalam segala bentuk komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari, tanda berfungsi sebagai alat untuk menjelajahi dunia di

sekitar kita. Penting untuk diingat bahwa memaknai tanda tidak sama dengan mengomunikasikan tanda itu sendiri. Tanda menunjukkan sesuatu yang ada di luar dirinya, sementara makna terbentuk dari hubungan antara tanda dan pemikiran manusia. Tanda adalah konstruksi sosial yang hanya dapat dipahami dalam konteks orang-orang yang berinteraksi dengan tanda-tanda tersebut (Lubis, 2017).

Berikut beberapa metode semiotika yang terkenal di antaranya:

a. Charles Sander Peirce

   Teori Pierce sering dikenal sebagai *'grand theory'* karena konsep yang di tawarkan bersifat keseluruhan, memberikan deskripsi yang mendalam mengenai semua sistem penandaan. Dalam semiotika Peirce, semiotika berlandaskan pada logika, yang meneliti cara berpikir manusia, sementara proses berpikir itu sendiri terjadi melalui tanda-tanda. Menurut Pierce, semiotika terdiri dari tiga unsur utama yaitu tanda, objek dan interpretant.

b. Ferdinand De Sausures

   Dalam teori ini, semiotik dibagi menjadi dua bagian yang saling berhubungan, yaitu penanda (signifier) dan pertanda (signified). Penanda dapat dipahami sebagai wujud fisik yang dapat dikenali melalui karya arsitektur, sedangkan pertanda berfungsi sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi, dan nilai-nilai yang terkandung dalam karya tersebut. Eksistensi semiotika menurut Saussure terletak pada relasi antara penanda dan pertanda yang dibangun berdasarkan konvensi, yang sering disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi merupakan

sistem tanda yang mempelajari hubungan antar elemen tanda dalam suatu sistem, sesuai dengan aturan atau konvensi tertentu. Oleh karena itu, kesepakatan sosial sangat diperlukan untuk mampu memaknai tanda-tanda tersebut. Menurut Saussure, tanda terdiri atas dua komponen: bunyi-bunyian dan gambar, yang disebut sebagai penanda, dan konsep-konsep yang berkaitan dengan bunyi-bunyian dan gambar tersebut, yang dikenal sebagai pertanda (Husna & Hero, 2022)

c. Roland Barthes

Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya.

2.9 Semiotika Roland Barthes

Teori semiotika Roland Barthes. Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Tentu saja hal ini dapat dibuktikan melalui teori semiotika yang dikemukakan oleh Barthes, yang secara hampir harfiah diturunkan dari teori bahasa Saussure. Menurut Barthes, semiologi merupakan studi tentang bagaimana manusia memberikan makna pada objek-objek di sekitarnya. Dalam konteks ini, objek dapat dipahami sebagai tanda yang mengandung pesan tersirat. Sementara Saussure berfokus pada penandaan dalam tataran denotasi dan konotasi, Barthes memperluas pemahaman tersebut dengan menambahkan konsep penandaan konotatif dan mitos dalam semiology (Vera, 2014:27) di dalam jurnal (Septiwi, 2022).

Sistem signifikansi tingkat pertama dan konotasi sistem signifikansi tingkat kedua. Dalam pengertian Sobur (Rosalinda et al., 2019), makna denotasi adalah

arti kata yang dapat ditemukan dalam kamus, yaitu makna yang sesuai dengan apa yang tampak secara langsung atau yang ditangkap oleh indra penglihatan. Dengan kata lain, denotasi merupakan tingkat pertama dalam proses pemaknaan, di mana apa yang terlihat dianggap sebagai kebenaran yang nyata. Sebaliknya, makna konotatif bersifat subjektif dan bisa berbeda-beda tergantung pada interpretasi masing-masing individu. Konotasi, yang merupakan pemaknaan pada tingkat kedua, mengandung arti tersembunyi atau makna di balik tanda-tanda yang muncul.

Dalam teori Barthes, terdapat aspek lain dalam proses penandaan yang disebut sebagai ‘mitos’. Mitos yang dimaksud Barthes bukanlah mitos dalam pengertian umum yang berkaitan dengan takhayul atau cerita yang dianggap tidak rasional. Sebaliknya, Barthes memaknai mitos sebagai bentuk bahasa, yaitu suatu sistem tanda yang menyampaikan pesan tertentu. Dikutip dari buku Semiotika Dalam Riset Komunikasi (Vera, 2014), Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimaknai manusia. Mitos merupakan perkembangan dari konotasi. Jadi, jika konotasi tersebut sudah lama terbentuk di masayarakat maka itu menjadi sebuah mitos.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif. Metode ini menggunakan data kualitatif dan dijelaskan secara deskriptip (Lubis, 2024). Metode ini dipilih untuk menggali data secara mendalam mengenai makna yang terkandung dalam iklan layanan masyarakat mengenai UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual yang dipublikasikan di akun YouTube KemenPPPA RI. Penelitian kualitatif ini menghasilkan data deskriptif yang dianalisis melalui lensa semiotika, dengan fokus pada interpretasi tanda-tanda visual dan teks dalam iklan tersebut. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana pesan disampaikan kepada audiens dan bagaimana pesan ini berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang upaya pencegahan kekerasan seksual.

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan tidak berbentuk angka atau nilai numerik. Sebaliknya, data ini biasanya bersifat observasional dan dicatat, sehingga dapat menghasilkan informasi yang signifikan.

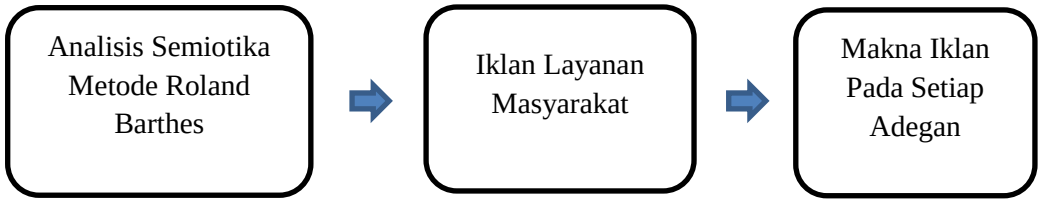
Melalui metode kualitatif deskriptif peneliti mengamati secara menyeluruh terhadap adegan yang mengandung makna dalam iklan layanan masyarakat uu tpks (tindak pidana kekerasan seksual) yang diproduksi oleh kementrian perberdayaan perempuan dan perlindungan anak Republik Indonesia selaku objek penelitian. 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 merupakan suatu bentuk pola pikir yang digunakan sebagai pendekatan untuk menemukan solusi terhadap suatu permasalahan. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut.

Bagan 1. kerangka konsep



Sumber: Olahan peneliti, 2025

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjelasan yang mendetail mengenai berbagai konsep yang telah dikelompokkan ke dalam variabel untuk memberikan arah yang lebih jelas. Sehubungan dengan hal tersebut, dalam penelitian ini akan digunakan konsep-konsep sebagai berikut:

3.3.1 Analisis Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan studi yang mendalami tanda-tanda dalam kehidupan manusia beserta makna yang terkandung di baliknya. Kata "semiotika" sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu *"semeion,"* yang berarti tanda. Ilmu ini berfokus pada pemahaman tanda (sign), cara kerja tanda, serta proses produksi makna. Tanda itu sendiri adalah sesuatu yang bagi seseorang memiliki arti yang berbeda. Setiap hal yang dapat kita amati atau temui dalam kehidupan sehari-hari dapat diinterpretasikan sebagai tanda.

Tanda-tanda dapat kita amati dalam beragam bentuk, sehingga tidak hanya terbatas pada benda-benda fisik. Keberadaan suatu peristiwa, ketidakhadirannya, struktur yang tampak, maupun kebiasaan yang ada, semuanya dapat dianggap sebagai tanda. Inti dari semiotika berkaitan dengan pesan dan kode. Analisis makna pada tingkat pertama, yang sering disebut sebagai denotatif, akan diikuti oleh pemaknaan pada tingkat kedua, yaitu konotatif. Makna tersembunyi ini, menurut Roland Barthes, merujuk pada konsep kawasan. Barthes menjelaskan bahwa semiotik berkaitan dengan bentuk atau *"form"*. Ia membagi proses pemaknaan menjadi dua tahap, yang dikenal sebagai signifikansi *(two order signification)*, yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos.

Makna denotasi merujuk pada arti sebuah kata yang dapat ditemukan dalam kamus. Denotasi menyampaikan makna dari apa yang dapat dilihat secara langsung, sehingga bisa dikatakan bahwa makna denotasi adalah makna yang sebenarnya. Sementara itu, konotasi memiliki makna yang bersifat subjektif dan bervariasi, sehingga cara menggambarkannya dapat berbeda-beda bagi setiap orang. Mitos dapat dianggap sebagai perkembangan dari konotasi. Apabila suatu konotasi telah lama ada dan diterima dalam masyarakat, maka konotasi tersebut bisa berkembang menjadi sebuah mitos.

3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat identik dengan sebuah pesan atau ajakan yang disampaikan oleh pemerintah. Namun, iklan layanan masyarakat ini tidak hanya Berasal dari pemerintah, iklan layanan masyarakat merupakan media yang menyampaikan pesan-pesan sosial kepada masyarakat. Iklan ini umumnya

berkaitan dengan kondisi yang dapat mengancam kesejahteraan dan kehidupan bersama. Tujuan dari iklan layanan masyarakat adalah untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap berbagai permasalahan yang ada (Siddiq & Hamidi, 2015).

Iklan Layanan Masyarakat bertajuk "UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual" adalah sebuah inisiatif yang diluncurkan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA) RI. Iklan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perlindungan bagi korban kekerasan seksual. Melalui saluran YouTube KemenPPPA, iklan ini menyampaikan informasi mengenai berbagai jenis kekerasan seksual, dampak yang ditimbulkannya, serta peran Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual yang berfungsi untuk memberikan perlindungan hukum kepada korban. Selain itu, iklan ini mengajak masyarakat untuk lebih peka, menghentikan normalisasi kekerasan seksual, dan berani melaporkan setiap kasus kekerasan. Dengan demikian, harapannya adalah terciptanya lingkungan yang lebih aman dan bebas dari kekerasan, khususnya bagi perempuan dan anak-anak.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Penelitian	Kategorisasi
1.	Iklan Layanan Masyarakat “UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)	- Informing(memberikan informasi) - Persuading (membujuk) - Reminding(Mengingatkan)
2.	Analisis Semiotika Roland Barthes	- Denotasi - Konotasi - Mitos

Sumber : Olahan peneliti, 2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terkait dengan tujuan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif melalui metode dokumentasi. Teknik dokumentasi dipilih karena objek penelitian berupa dokumen visual, yaitu iklan layanan masyarakat yang dipublikasikan melalui akun YouTube KemenPPPA RI. Studi dokumentasi ini dilakukan dengan cara meneliti dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Maleong (Rijali, 2019) Merupakan proses menyusun dan mengelompokkan data ke dalam pola, kategori, serta unit-unit informasi dasar. Sementara itu menurut (Hidayat & Lubis, 2021) analisis data dalam penelitian kualitatif adalah bagaimana menguraikan objek yang sedang diteliti secara sistematis. Penelitian ini memanfaatkan data primer berupa potongan-potongan adegan dari iklan layanan masyarakat yang berkaitan dengan UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual yang dipublikasikan di saluran YouTube KemenPPPA RI. Adapun data sekunder yaitu data tambahan sebagai penunjang data utama atau data primer agar lebih valid. Setelah mengumpulkan data tersebut, penulis melakukan analisis dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, yang mencakup analisis pada tiga tingkat makna: denotasi, konotasi, dan mitos.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari Januari sampai dengan April 2025, penelitian dapat dilakukan dimana saja dikarenakan objek penelitian adalah video iklan layanan masyarakat yang dapat diakses melalui aplikasi youtube.

3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat mengenaiUndang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS) yang diunggah melalui akun YouTube resmi Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (KemenPPPA RI). Iklan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap kekerasan seksual, pentingnya perlindungan hukum bagi korban, serta mendorong keberanian dalam melaporkan kasus kekerasan seksual.

Iklan ini menampilkan berbagai adegan yang memperlihatkan bentuk-bentuk kekerasan seksual yang sering terjadi di masyarakat. Melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan interaksi antar tokoh, iklan ini menggambarkan bagaimana kekerasan seksual berdampak pada korban serta bagaimana masyarakat seharusnya bersikap terhadap kasus-kasus tersebut. Sebagai bagian dari komunikasi publik, iklan layanan masyarakat ini berfungsi tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang berupaya membentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai kekerasan seksual serta urgensi penerapan UU TPKS dalam melindungi korban.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Iklan Layanan Masyarakat “ UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Iklan layanan masyarakat berjudul "Pahami UU TPKS: Panggilan Aksi dan Kolaborasi Menyeluruh untuk Melawan Kekerasan Seksual” merupakan salah satu bentuk kampanye sosialisasi yang dilakukan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA). Iklan ini dirilis pada tanggal 5 Desember 2023 melalui akun resmi YouTube KemenPPPA RI dan memiliki durasi 3.58 dan sudah di putar sebanyak 2,3 rb. Sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS), iklan ini menyajikan narasi edukatif yang berfokus pada pemahaman masyarakat terhadap bentuk-bentuk kekerasan seksual serta langkah-langkah hukum yang dapat diambil untuk menanganinya.

Dalam penyampaiannya, iklan ini menggunakan visual yang menarik dengan teks informatif, dan cuplikan adegan yang menggambarkan realitas kekerasan seksual di berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, pemilihan musik latar yang mendukung suasana serius namun penuh harapan menambah daya tarik emosional bagi audiens. Sebagai bentuk kampanye yang memiliki misi sosial, iklan ini ditujukan untuk berbagai kelompok masyarakat, mulai dari individu yang rentan terhadap kekerasan seksual, para penyintas, hingga para pemangku kepentingan seperti aparat penegak hukum, lembaga masyarakat, dan instansi

pemerintah yang bertugas dalam perlindungan serta pendampingan korban. Melalui pesan-pesan yang disampaikan, iklan ini berusaha memberikan pemahaman bahwa kekerasan seksual dapat terjadi dalam berbagai bentuk, baik secara fisik, verbal, maupun non-verbal, serta menekankan bahwa setiap individu memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang adil. Dengan adanya iklan ini, pemerintah berharap masyarakat tidak hanya menjadi lebih sadar akan bahaya kekerasan seksual, tetapi juga aktif dalam melaporkan kasus-kasus yang terjadi di lingkungan sekitar mereka. Selain itu, kampanye ini juga berfungsi sebagai pengingat bahwa UU TPKS bukan hanya sekadar regulasi, tetapi juga bentuk nyata dari komitmen negara dalam menciptakan lingkungan yang lebih aman dan bebas dari kekerasan seksual.

4.2 Sinopsis Iklan Layanan Masyarakat UU TPKS (Tindnak Pidana Kekerasan Seksual)

Iklan layanan masyarakat UU TPKS dimulai dengan adegan seorang perempuan (mbok Sri) yang sedang bekerja di salah satu kost-kostan . Saat dia tengah sibuk dengan pekerjaannya, seorang laki-laki datang menghampiri dan meminta minuman. Namun, tatapan laki-laki tersebut menunjukkan niat yang tidak baik. Setelah menerima minuman yang dimintanya, laki-laki itu mulai bertindak tidak senonoh dengan memaksa dan melecehkan perempuan tersebut. Situasi ini menggambarkan bagaimana pelecehan seksual bisa terjadi di tempat kerja dan dialami oleh perempuan yang sedang menjalankan tugasnya.

Kemudian beralih ke ruangan lain di tempat kerja tersebut, di mana beberapa karyawan tengah berdiskusi tentang perilaku tidak pantas yang

dilakukan oleh atasan mereka. Mereka membahas pengalaman pelecehan yang dialami oleh beberapa karyawan perempuan di kantor. Beberapa dari mereka bahkan memiliki bukti berupa foto-foto yang menunjukkan bagaimana atasan mereka sering melakukan pelecehan, mengancam bawahannya, dan menyalahgunakan kekuasaannya untuk melakukan tindakan yang tidak pantas. Salah satu karyawan yang telah lama menyimpan kekhawatiran akhirnya memberanikan diri untuk melaporkan kejadian tersebut. Selanjutnya, diperlihatkan bagaimana atasan tersebut secara langsung melakukan pelecehan terhadap salah satu karyawannya, dengan menyentuh fisiknya tanpa izin. Pada saat yang sama, salah satu perempuan penghuni kost tersebut melihat langsung bagaimana pelecehan itu terjadi dengan mbok sri yang dilakukan oleh satpam kostnya. Dengan keberanian yang mulai tumbuh, mereka memutuskan untuk mengambil tindakan dan melaporkan kejadian tersebut. Dia segera menghubungi rekan-rekan kantornya untuk memberi tahu bahwa ia akan melaporkan kasus kekerasan seksual yang terjadi di tempat kerja mereka.

Tidak hanya itu, dalam iklan juga diperlihatkan bahwa perempuan tersebut bukan satu-satunya korban. Seorang satpam di kosnya juga telah melakukan pelecehan kepada temannya, dan temannya pun akhirnya ikut berani untuk melapor. Dengan dukungan satu sama lain, mereka bersatu untuk membawa kasus tersebut ke jalur hukum. Di bagian akhir iklan, ditampilkan pesan kuat berupa teks yang berbunyi “Stop Kekerasan Seksual”, disertai dengan informasi mengenai Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS). Iklan ini menegaskan bahwa kekerasan seksual adalah tindakan yang tidak bisa ditoleransi

dan harus dilaporkan agar pelaku mendapatkan hukuman yang setimpal. Dengan adanya UU TPKS, korban kini memiliki perlindungan hukum yang lebih kuat untuk mendapatkan keadilan.

4.3 **Analisis Data**

Dalam tulisan ini, penulis akan menganalisis beberapa adegan yang menggambarkan pesan moral dalam iklan "UU TPKS". Analisis ini akan menggunakan pendekatan Roland Barthes, dengan fokus pada pencarian makna melalui konotasi, denotasi, dan mitos.

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

1. Penulis melakukan penelitian dengan memulai menonton serta mengamati iklan layanan masyarakat “ UU TPKS” secara berulang – ulang untuk menemukan scene yang mengandung baik buruknya pesan, kebiasaan dan disesuaikan dengan semiotika Roland Barthes.
2. Dan setelah menonton dan melihat tanda yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat UU TPKS, kemudian penulis akan mendokumentasikan (screenchoot) adeganfilm dan kemudian dilanjutkan dengan menganalisis makna iklan pada setiap adegan layanan masyarakat ini.

3. Kemudian penulis membuat analisis dengan menggunakan model semiotika Roland Barthes.
4. Penulis mencoba untuk menarik hubungan antara scene dan dialog yang ditampilkan dalam iklan layanan masyarakat UU TPKS dengan menganalisis dan menjelaskan tanda dan sebuah makna yang sesuai dengan semiotika Roland Barthes.

Berikut adalah scene yang diambil oleh penulis yang berkaitan dengan makna iklan pada setiap adegan iklan layanan masyarakat UU TPKS

Gambar 4.1 scene ke -1 Iklan Layanan Masyarakat berjudul "UU TPKS

(Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :00.37 s/d 00.49 detik

Tabel 4.1 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi, Konotasi, Mitos

Scene 1 Tindakan Pelecehan Di Lorong

DENOTASI
adegan ini menampilkan seorang perempuan (Mbak Sri) yang sedang dipaksa oleh seorang satpam untuk mengikuti kemauannya. Satpam tersebut memiliki kekuatan

fisik yang jauh lebih besar, sehingga Mbak Sri tidak bisa melawan atau melepaskan diri. Dalam situasi ini, Mbak Sri menggunakan ponselnya, yang mungkin dimaksudkan untuk merekam atau mencari bukti sebagai langkah untuk melaporkan tindakan tersebut.

KONOTASI

adegan ini menggambarkan ketidakberdayaan perempuan dalam menghadapi kekerasan seksual, di mana kekuatan fisik dan penyalahgunaan posisi atau jabatan digunakan untuk memaksakan kehendak. Satpam yang lebih kuat mewakili dominasi dan kontrol, sementara Mbak Sri, meski dalam posisi terpojok, mencoba untuk melawan dengan merekam kejadian tersebut.

MITOS

Dalam hal ini mencerminkan mitos bahwa perempuan yang lebih lemah secara fisik selalu terjebak dalam posisi tak berdaya saat menghadapi kekerasan seksual. Namun, melalui penggunaan ponsel untuk merekam bukti, iklan ini menggambarkan bahwa meskipun perempuan rentan, mereka tetap memiliki cara untuk melawan dan mencari keadilan.

Pada scene pertama, Mbak Sri, seorang pekerja perempuan di kost, terlihat dipaksa oleh seorang satpam yang jauh lebih kuat fisiknya. Satpam tersebut menekan dan memaksa Mbak Sri mengikuti keinginannya, membuatnya tidak bisa melawan. Meskipun tertekan, Mbak Sri berusaha merekam kejadian itu dengan ponselnya, seolah ingin merekam bukti dari pelecehan yang sedang dialaminya. Momen ini menggambarkan ketidakberdayaan korban, namun juga menunjukkan

keberanian dalam mencari cara untuk mendapatkan keadilan, meski dalam situasi yang sangat sulit.

Gambar 4.2 scene ke -2 Iklan Layanan Masyarakat berjudul "UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :00.53 s/d 1.11 menit

Tabel 4.2 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi, Konotasi, Mitos,

Scene 2 Pelecehan Verbal Via Chat

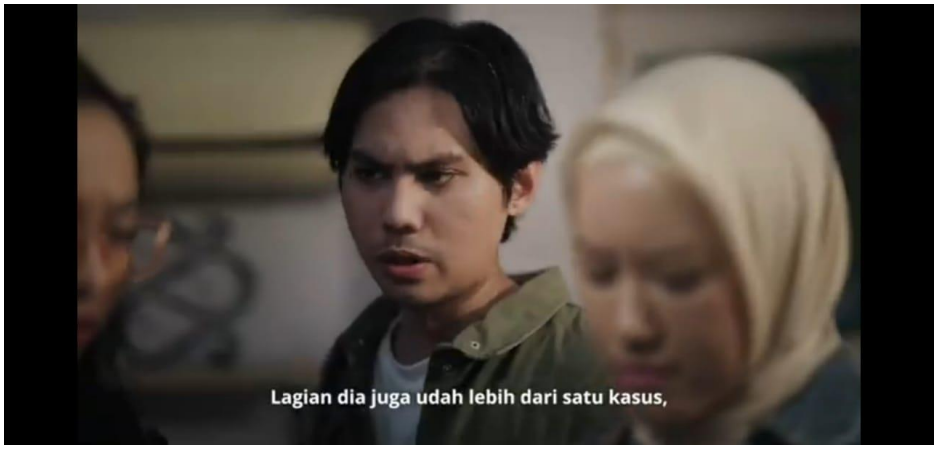
DENOTASI
Adegan ini menunjukkan tampilan handphone yang berisi pesan-pesan antara seorang karyawan dengan atasannya (Pak Hari). Pesan tersebut berisi kalimat-kalimat pelecehan seksual, seperti komentar tentang pakaian karyawan yang dianggap terlalu ketat dan permintaan yang tidak pantas untuk membuka jaketnya. Selain itu, ada foto yang dikirim oleh Pak Hari yang didapatkan secara diam-diam tanpa izin dari karyawan tersebut.
KONOTASI
Adegan ini menunjukkan bagaimana atasan menyalahgunakan posisinya untuk

melakukan pelecehan seksual terhadap bawahan. Dengan kekuasaan yang dimilikinya, bos ini mengendalikan karyawan dan memanfaatkannya untuk kepentingan pribadi melalui pesan-pesan verbal yang melecehkan dan pengiriman foto yang diambil diam-diam. Pengambilan foto tanpa izin menambah rasa intimidasi dan ketidaknyamanan, serta memperlihatkan pemanfaatan fisik dan seksual terhadap karyawan yang seharusnya tidak terjadi di lingkungan kerja.

MITOS

Mitos dalam scene ini adalah anggapan bahwa pelecehan verbal dari atasan hanyalah gurauan yang tidak berbahaya. Padahal, komentar bernada seksual dapat menciptakan lingkungan kerja yang tidak nyaman. Scene ini menunjukkan bahwa pelecehan harus disadari sebagai masalah serius dan dilaporkan.

Pada scene ke-2 ini Layar handphone menampilkan serangkaian pesan dari atasan yang berisi kata-kata bernada pelecehan. Pesan tersebut menunjukkan bagaimana kekuasaan sering disalahgunakan untuk melecehkan bawahan. Dalam adegan ini, terdengar suara seorang karyawan yang ragu, namun mulai berani mengungkapkan keinginannya untuk melapor dengan exchange, "Akutuh sebenarnya pengen ngelapor." Momen ini menyoroti pergulatan batin korban yang merasa terjebak, tetapi juga menampilkan sisi positif yaitu kesadaran dan keberanian mulai tumbuh, menjadi langkah awal untuk melawan pelecehan di tempat kerja.



Gambar 4.3 scene ke -3 Iklan Layanan Masyarakat berjudul “UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :1.27 s/d 1.35 menit

Tabel 4.3 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi, Konotasi, Mitos, Scene 3 Kesadaran Terhadap Pola Kekerasan Yang Berulang

DENOTASI
Adegan ini menampilkan sekelompok karyawan, laki-laki dan perempuan, sedang berdiskusi . Wajah mereka menunjukkan ekspresi tegang dan fokus, menandakan keseriusan situasi. Salah satu dari mereka menyebutkan bahwa lagian dia juga udah lebih dari satu kasus
KONOTASI
Percakapan ini mencerminkan ketidaknyamanan dan kemarahan karyawan terhadap perilaku atasan mereka. Ekspresi serius menunjukkan bahwa mereka mulai menyadari tindakan pelecehan ini bukanlah hal sepele dan harus ditindaklanjuti. Dialog "lebih dari satu kasus" menegaskan bahwa pelecehan yang terjadi bukan insiden tunggal, melainkan pola perilaku yang terus berulang.

MITOS

Gambar 4.4 scene ke - 4 Iklan Layanan Masyarakat berjudul “UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :1.50 s/d 2.02 menit

Mitos pada scene ini adalah bahwa pelecehan yang dilakukan oleh atasan sering kali dianggap hal biasa dan sulit untuk dilawan. Namun, adegan ini menunjukkan bahwa kesadaran mulai tumbuh di kalangan karyawan, menandakan perubahan sosial di mana korban dan saksi mulai berani bersuara dan melawan ketidakadilan.

Beberapa karyawan, baik laki-laki dan perempuan, berdiskusi untuk membahas pesan-pesan tidak pantas yang dikirim oleh bos mereka. Wajah mereka menunjukkan ekspresi serius, menandakan bahwa mereka mulai menyadari betapa berulangnya perilaku tidak pantas tersebut. Salah satu dari mereka menegaskan bahwa ini bukan pertama kalinya sang atasan bertindak demikian. Diskusi ini bukan sekadar obrolan, tetapi langkah awal untuk mengambil tindakan nyata. Dengan kebersamaan dan dukungan satu sama lain, mereka berencana untuk melaporkan tindakan pelecehan tersebut, menunjukkan keberanian dalam melawan ketidakadilan di tempat kerja.

Gambar 4.4 scene ke - 4 Iklan Layanan Masyarakat berjudul “UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :1.50 s/d 2.02 menit

Tabel 4.4 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi, Konotasi, Mitos, Scene 4 Sentuhan Yang Tidak Pantas Terhadap Atasan dan Karyawan

DENOTASI
Pada scene ini menunjukkan seorang bos yang awalnya datang untuk menanyakan pekerjaan kepada karyawannya. Namun, di tengah percakapan, ia tiba-tiba mengatakan, "Ini yang cewek-cewek saya antar aja ya," yang menunjukkan sikapnya yang suka mendominasi perempuan di kantor. Setelah itu, ia menyentuh fisik salah satu karyawannya sambil mengatakan "Hati-hati, ya," dengan nada yang terkesan manipulatif dan melecehkan.
KONOTASI
Makna konotasi yang ingin disampaikan di scene ini ialah sentuhan fisik yang tidak pantas disertai kata-kata "Hati-hati, ya" menggambarkan bagaimana pelecehan bisa terjadi dalam bentuk yang halus tetapi tetap menimbulkan

ketidaknyamanan dan perasaan terancam bagi korban.

MITOS

Melalui pemahaman konotasi pada gambar mitos yang ada ialah anggapan bahwa tindakan pelecehan seperti menyentuh karyawan atau memberi komentar berbau seksual adalah sesuatu yang wajar dan hanya sekadar bercanda. Dalam budaya kerja yang toxic, tindakan seperti ini sering kali diabaikan atau bahkan dianggap hal biasa, sehingga korban merasa sulit untuk berbicara. Namun, kenyataannya, perilaku seperti ini merupakan bentuk pelecehan seksual yang tidak boleh dibiarkan.

Pada scene ke-4 ini, terlihat bagaimana kekuasaan dapat disalahgunakan untuk melakukan pelecehan secara halus, di mana bos menggunakan dalih kepedulian untuk menyentuh fisik karyawannya tanpa persetujuan. Ini mencerminkan realitas buruk di banyak lingkungan kerja yang *toxic*, di mana pelecehan sering dianggap sepele atau tidak disadari sebagai tindakan yang salah. Namun, pesan positif yang muncul adalah kesadaran dan keberanian yang mulai tumbuh di antara para karyawan. Mereka tidak lagi diam, melainkan mulai memahami bahwa pelecehan bukan sesuatu yang bisa dibiarkan, dan mendukung satu sama lain untuk berani bersuara.

Gambar 4.5 scene ke -5 Iklan Layanan Masyarakat berjudul "UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :3.16 s/d 3.25 menit

Tabel 4.5 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi, Konotasi, Mitos,

Scene 5 Dukungan Moral Terhadap Korban

DENOTASI
Pada scene ini memperlihatkan seorang perempuan yang terlihat bersedih di dalam pelukan seorang wanita. Dalam kondisi yang emosional, menunjukkan kepedulian terhadap apa yang telah terjadi. Mbok Sri, yang juga menjadi korban pelecehan, tampak terpukul, tetapi perempuan tersebut mencoba menenangkan dan meyakinkannya bahwa mereka tidak sendirian.
KONOTASI
Scene ini menggambarkan bagaimana pelecehan seksual tidak hanya berdampak pada korban secara langsung, tetapi juga pada orang-orang di sekitarnya yang peduli. Perasaan sedih yang ditampilkan menunjukkan bahwa kekerasan seksual meninggalkan trauma yang mendalam. Namun, dengan tindakan menenangkan

korban juga memiliki makna harapan bahwa dengan dukungan dari orang lain, korban dapat merasa lebih kuat dan tidak harus menghadapi situasi ini sendirian.

MITOS

Mitos yang terdapat pada scene ini ialah anggapan bahwa korban pelecehan seksual harus menanggung sendiri rasa malu dan ketakutan mereka, serta bahwa berbicara tentang kejadian tersebut hanya akan memperburuk keadaan. Namun, adegan ini membantah mitos tersebut dengan menunjukkan bahwa berbagi pengalaman dengan orang lain justru dapat memberikan dukungan emosional yang penting dan membantu korban untuk bangkit dan berani melapor.

Dalam scene ini, seorang perempuan (Mbok Sri) terlihat bersedih setelah menyaksikan pelecehan yang dialami Mbok Sri. Dengan mata berkaca-kaca, dia mengungkapkan kekhawatirannya dan rasa ketidakadilan atas kejadian tersebut. Sementara itu, Mbok Sri tampak terpukul, namun perempuan itu mencoba menenangkannya dengan penuh empati dan dukungan. Tindakan positif dalam adegan ini adalah munculnya solidaritas dan kepedulian. Ini menunjukkan bahwa korban tidak sendirian, serta memberikan harapan bahwa dengan dukungan dan keberanian untuk bersuara, pelecehan bisa dilawan.

Gambar 4.6 scene ke -6 Iklan Layanan Masyarakat berjudul “UU TPKS (Tindak Pidana Kekerasan Seksual)

Sumber : https://youtu.be/dqAoaqTdHcI?si=GMwrGWWwuPa4gY_6 , 2023

Timecode :3.45 s/d 3.55 menit

Tabel 4.6 Analisis Semiotika Roland Barthes Denotasi, Konotasi, Mitos, Scene 6 Peringatan Stop Kekerasan Seksual

DENOTASI
Adegan ini menampilkan tulisan "STOP KEKERASAN SEKSUAL" dengan kalimat tambahan di bawahnya yang berbunyi "Berdayakan sesama perempuan, saatnya bergerak." Tulisan ini muncul sebagai bagian dari pesan utama dalam iklan layanan masyarakat.
KONOTASI
Penggunaan warna merah pada tulisan “STOP KEKERASAN SEKSUAL” mencerminkan urgensi dan peringatan bahwa kekerasan seksual adalah isu serius yang harus segera dihentikan. Kalimat di bawahnya menegaskan bahwa perempuan memiliki kekuatan untuk saling mendukung dan tidak harus menghadapi masalah ini sendirian.

MITOS
Mitos dalam scene ini adalah pandangan bahwa perempuan harus menerima kekerasan seksual sebagai bagian dari kehidupan mereka dan tidak bisa berbuat apa-apa. Pesan ini menegaskan bahwa perempuan memiliki kekuatan untuk bergerak, bersatu, dan melawan ketidakadilan.

Pada scene ini menampilkan sebuah pesan tegas yang berbunyi "STOP KEKERASAN SEKSUAL" dengan tambahan kalimat "Berdayakan sesama perempuan, saatnya bergerak" . Tulisan ini muncul dengan latar yang sederhana namun kuat, menyoroti pentingnya pesan yang ingin disampaikan. Tindakan positif di dalam scene ini yaitu adanya dorongan untuk mengambil tindakan nyata. Tidak hanya sekedar menyuruhkan penghentian kekerasan seksual, tetapi juga mengajak perempuan untuk saling mendukung, memberdayakan satu sama lain, dan berani melawan ketidakadilan yang mereka hadapi.

4.4 Keterkaitan Hasil Penelitian Dengan Teori Roland Barthes

Dalam penelitian ini, teori semiotika Roland Barthes menjadi pendekatan utama dalam menganalisis makna yang dalam setiap dalam iklan layanan masyarakat UU TPKS. Barthes membagi makna tanda ke dalam tiga tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian dapat mengungkap makna lebih dalam dari iklan yang tidak hanya tampak secara eksplisit, tetapi juga bagaimana pesan yang tersirat dapat membentuk pemahaman dan opini publik. Pada tingkat denotasi, iklan layanan masyarakat UU TPKS secara langsung menyampaikan ajakan kepada masyarakat

untuk menghentikan kekerasan seksual. Hal ini ditunjukkan melalui penggunaan teks persuasif dalam motto yang menegaskan urgensi permasalahan serta visualisasi yang menggambarkan kondisi korban kekerasan seksual. Iklan ini juga memperlihatkan representasi perlawanan terhadap kekerasan seksual melalui adegan-adegan yang menunjukkan solidaritas serta dukungan terhadap korban.

Pada tingkat konotasi, iklan menggunakan berbagai elemen visual. ekspresi wajah korban yang diperlihatkan dalam iklan mencerminkan ketakutan, trauma , dan ketidakberdayaan yang sering kali dialami oleh korban kekerasan seksual. Penggunaan narasi ajakan seperti "berdayakan sesama perempuan, saatnya bergerak" mengandung makna mendalam yang menekankan pentingnya dukungan sosial bagi korban serta peran perempuan dalam memperjuangkan keadilan. Pada tingkat mitos, iklan ini berusaha membongkar narasi sosial yang selama ini membungkam korban kekerasan seksual.

Mitos yang sering berkembang di masyarakat adalah anggapan bahwa korban kekerasan seksual sebaiknya diam dan tidak melawan, atau bahwa tindakan kekerasan seksual sering kali dianggap sebagai sesuatu yang tabu untuk dibicarakan secara terbuka. Iklan ini ada untuk menantang mitos tersebut dengan memberikan representasi baru yang menekankan bahwa setiap individu memiliki hak untuk melawan ketidakadilan dan mendapatkan perlindungan hukum. Dengan demikian, iklan layanan masyarakat ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk mengubah pola pikir masyarakat dan membentuk kesadaran bersama tentang pentingnya tindakan menghindari terhadap kekerasan seksual.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat UU TPKS tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun opini publik dan kesadaran sosial. Dengan pendekatan semiotika Barthes, dapat dipahami bahwa iklan ini menggunakan strategi komunikasi yang kuat untuk menggugah emosi, meningkatkan kesadaran, dan mendorong perubahan sikap terhadap kekerasan seksual.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan semiotika metode Roland Barthes Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube KemenPPPA RI. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Iklan ini secara denotatif menampilkan berbagai bentuk kekerasan seksual yang terjadi di lingkungan kerja dan tempat tinggal, memperlihatkan bagaimana korban mengalami pelecehan baik secara fisik maupun verbal. Pada tingkat konotatif, iklan ini menunjukkan ketimpangan kekuasaan yang sering kali membuat korban merasa terjebak dan tidak berdaya. Namun, melalui dukungan sosial serta keberanian untuk melapor, iklan menegaskan bahwa pelecehan seksual dapat dilawan. Dari aspek mitos, iklan ini membongkar anggapan bahwa kekerasan seksual adalah hal yang sulit dilawan. Pesan yang disampaikan adalah bahwa korban tidak boleh merasa sendirian, dan penting bagi masyarakat untuk memberikan dukungan agar kasus kekerasan seksual dapat diminimalisir serta diusut secara hukum.
2. Iklan layanan masyarakat "UU TPKS" secara tidak langsung menggambarkan pentingnya kesadaran dan keberanian dalam melawan kekerasan seksual, dan mendapatkan dukungan dari orang – orang sekitar. Melalui pesan-pesan yang disampaikan, iklan ini berusaha memberikan pemahaman bahwa kekerasan seksual dapat terjadi dalam berbagai bentuk,

3. baik secara fisik, verbal, maupun non-verbal, serta menekankan bahwa setiap individu memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang adil.

5.2 Saran

1. Diharapkan agar iklan layanan masyarakat "UU TPKS" lebih efektif, untuk meningkatkan kekuatan visual dan narasi dengan elemen yang lebih emosional untuk membangun empati penonton. Selain itu, iklan sebaiknya tidak hanya menyoroti masalah, tetapi juga memberikan solusi konkret yang dapat diambil oleh korban dan masyarakat. Penyebaran iklan layanan masyarakat melalui mediayang lebih luas juga sangat penting untuk meningkatkan jangkauan pesan.
2. Bagi peneliti diharapkan kedepannya agar selalu lebih cermat lagi dalam memperhatikan dan melakukan sebuah penelitian dan mengupas lebih jauh lagi iklan layanan masyarakat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

APINDO, D. (2022). *Pedoman Pencegahan dan Penanganan Kekerasan & Pelecehan Seksual di Tempat Kerja Bagi Pengusaha*. 31.

Fadillah, N., & Sounvada, S. N. (2020). Analisis Semiotika Iklan Wardah Cerita "Kita Tak Sendiri" Episode 4. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, *2*(03), 201–214. https://doi.org/10.30998/vh.v2i03.855

Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 67–72.

Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(1), 31–41. https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5564

Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Sausures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, *1*(01), 44–59.

I Gusti Ayu Vina Widiadnya, P. (2020). Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, *4*(2), 10–18. https://doi.org/10.22225/kulturistik.4.2.1871

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

Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 174–183. http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1202

Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, *4*(2), 158–164.

Norazelia. (2023). *Analisis semiotika makna pesan iklan layanan masyarakat "ini gak lucu" dalam meminimalisir kasus perundungan di kalangan remaja*.

Purwanti, A., & Zalianti, M. (2018). Strategi Penyelesaian Tindak Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan Dan Anak Melalui Ruu Kekerasan Seksual.

Masalah-Masalah Hukum, *47*(2), 138. https://doi.org/10.14710/mmh.47.2.2018.138-148

Putri, L. R. (2017). Citra Perempuan Dalam Berita Kekerasan Seksual. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, *6*(2), 148–155.

Rachmawati, I., Listyaningrum, I., Waysang, J. M., Suratiningsih, D., & Sari, A. R. (2023). Edukasi Bagi Anak Dalam Upaya Preventif Tindak Kejahatan Seksual Dengan Modus Child Grooming. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 332–339. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2399

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, *17*(33), 81. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374

Rosalinda, H., Susanti, K., & Nuriyanti, W. (2019). Kajian Semiotika Komik Rengasdengklok. *Jurnal Desain*, *6*(2), 89–98.

Santoso, H. (2015). Upaya Meningkatkan Minat dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat. *Pustakawan Madya*, *1*, 1–19.

Sari, D. N., & Basit, A. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*. *3*, 23–36. https://doi.org/10.30596/persepsi.v

Septiwi. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PEMAKNAAN PELECEHAN SEKSUAL DALAM FILM SPOTLIGHT. *Globa Komunika*, *4 no.*(2085 – 6636).

Shelemo, A. A. (2023). komisi nasional anti kekerasan terhadap perempuan. *Nucl. Phys.*, *13*(1), 104–116.

Siddiq, M., & Hamidi, J. (2015). Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Dana Bos Sebagai Bahan Belajar. *Jurnal Teknodik*, 147–160. https://doi.org/10.32550/teknodik.v19i2.156

Simarmata, togu rotua, & Pahlevi, P. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Penunjang Hasil Pertanian Pada Petani Di Kabupaten Dairi. *Sosial Dan Humaniora*, *1*(1), 21–29.

Soejoeti, A. H., & Susanti, V. (2020). Memahami Kekerasan Seksual dalam Menara Gading di Indonesia. *Community : Pengawas Dinamika Sosial*, *6*(2), 207. https://doi.org/10.35308/jcpds.v6i2.2221

Ummah, M. S. (2019). undang undang nomer 12 tahun 2022 tentang tindak pidana kekerasan seksual. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Wijayanti, W. (2016). Eksistensi Undang-Undang Sebagai Produk Hukum dalam Pemenuhan Keadilan Bagi Rakyat (Analisis Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 50/PUU-X/2012). *Jurnal Konstitusi*, *10*(1), 179. https://doi.org/10.31078/jk1018

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/Akr.KP/PT/XII/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
Program Studi Ilmu komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 09 January 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Cindy Juliawan
N P M : 2103180089
Program Studi : Ilmu komunikasi
SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3.70

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Isi Program Markombur di TVRI Sumut Sebagai Strategi Peningkatan daya tarik Publik	
2	Analisis Semiotika Iklan layanan masyarakat UU tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada akun Youtube kemenPPPA RI	9 Jan 2025
3.	Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure makna Satire dalam animasi Pada akun Youtube Tekotok	

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.

101.21.311

Medan, tanggal 09 Januari 2025
Ketua
Program Studi Ilmu komunikasi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0127048901

Pemohon,

(Cindy Juliawan)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu komunikasi

Faisal Hamzah Lubis
NIDN: 0121058702

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

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 64/SK/II.3.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/II.3.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 **: 09 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	**: CINDY JULIAWAN**
N P M	: 2103110189
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: **ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UU TINDAK PIDANA KEKERASAN SEKSUAL PADA AKUN YOUTUBE KEMENPPPA RI**
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: 101.21.311 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: 09 Juli 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tangal, 09 Rajab 1446 H
09 Januari 2025 M

Dekan,

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

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

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

Sk-3

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

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 09 Februari 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Cindy Juliawan
NPM : 2103110189
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: 1969 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 09 Januari 2025 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat UU Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube KemenPPPA RI

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 dimasukan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Propsosal 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	Menyetujui	Pemohon,
Program Studi	Pembimbing	
(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom)	(FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom)	(Cindy Juliawan)
NIDN: 0127048401	NIDN: 0121058202	

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia Malaysian Qualifications Agency QS STARS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN 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
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
6	CINDY JULIAWAN	2103110189	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UU TINDAK PIDANA KEKERASAN SEKSUAL PADA AKUN YOUTUBE KEMENPPPA RI
7	ALIYA CINDY SAPITRI	2103110028	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI., M.Si.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	PENERAPAN EMPATHY THEORY DALAM PROSES PENDAMPINGAN PADA ANAK DOWN SYNDROME DI SLB MELATI AISYIYAH DELI SERDANG
8	DICKY PRATAMA	2103110078	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.Si.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	MAKNA LGBT DALAM LIRIK LAGU "ANGEL BABY" KARYA TROYE SIVAN DAN "SLEEPOVER" KARYA HAYLEY KIYOKO
9	FARIS AL KHAIRI	2103110046	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN SUMUT
10	CITRA SEPTIANA	2103110015	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT KOTA MEDAN UNTUK BERUMROH DAN HAJI DI PT. ANNAJWA ISLAMIC TOUR

Medan, 18 Sya'ban 1446 H
17 Februari 2025 M

Dekan,

(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)

BAN-PT QS STARS

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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Cindy Juliawan
NPM : 2103110189
Program Studi : Ilmu komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : "Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Ttl Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pada Akun Youtube KemenPPPA RI"

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	09/01/24	Acc Judul dan Penetapan dosen pembimbing	
2.	31/01/25	Bimbingan Proposal tugas akhir	
3.	03/01/25	Bimbingan dan revisi proposal tugas akhir	
4.	10/02/25	Acc Proposal dan tanda tangan Sk-3	
5.	24/02/25	Bimbingan revisi Seleran Sempro	
6.	12/03/25	Bimbingan dan revisi bab IV dan bab V	
7.	20/03/25	Revisi bab IV	
8.	21/03/25	Revisi bab V	
9.	24/03/25	Revisi Sistematika Penulisan	
10.	25/03/25	Acc tugas akhir dan penandatanganan Sk-5	

Medan, 25 Maret 2025

Dekan,

Assoc Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.Si
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

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

Pembimbing,

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

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia Malaysian Qualifications Agency QS STARS

Sk-10

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 724/UND/III.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : **Ilmu Komunikasi**
Hari, Tanggal : Selasa, 22 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	DEA PUTRI ANDINY	2103110215	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	EDUKASI BERBASIS STORY TELLING PENGGUNAAN QRIS MELALUI IKLAN "EPISODE 1: KRIS DAN IPAY" DI AKUN INSTAGRAM @BANK_INDONESIA_SUMUT
2	RATU ULHAQ	2103110184	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS DALAM MENGATASI KELUHAN KONSUMEN SABUN ARAB PYARY PADA PT. SANOBAR GUNAJAYA
3	ERIKA ERIANTI SIREGAR	2103110153	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT SIANTAR PADA KOMUNIKASI PEMASARAN SUZUYA MERDEKA MALL TERHADAP MINAT BELI
4	CINDY JULIAWAN	2103110189	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UU TINDAK PIDANA KEKERASAN SEKSUAL PADA AKUN YOUTUBE KEMENPPPA RI
5	MAYOLLA FRANSISKA PUTRI	2103110085	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	ANALISIS KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM PTPN4_REGIONAL2 SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN REPUTASI PERUSAHAAN

Total : 24 mhs ✓ 21/04/25

Notulis Sidang :
1.

Ditetapkan oleh :
Rektor
Wakil Rektor I

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

Medan, 22 Syawal 1446 H
21 April 2025 M

Ketua Panitia Ujian

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

Sekretaris

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

BAN-PT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama	: Cindy Juliawan
Npm	2103110189
Tempat/Tanggal Lahir	: Medan, 11 Agustus 2003
Jenis Kelaminan	: Perempuan
Agama	: Islam
Status	: Belum Kawin
Kewarganegaraan	: Indonesia
Anak ke	: 3 dari 3 bersaudara
Alamat	: jl. Persatuan gg swadaya
No. Hp	: 087891984019

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD	: SD Negri 066653 Medan
SMP	: SMP Negri 16 Medan
SMA	: SMK Panca Budi Medan
Kuliah	: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

NAMA ORANG TUA

Ayah	: Hendri Juliawan
Ibu	: Sri Ningsih