

**ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES
LABUHAN BATU EDISI PEMBAKARAN HUTAN**

SKRIPSI

Oleh:
YOGIE ARDIANSYAH
1903110339

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

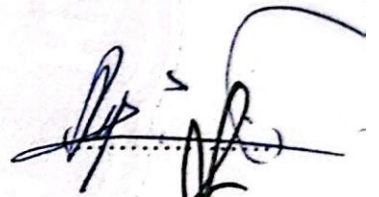
Nama : YOGIE ARDIANSYAH
NPM : 1903110339
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Pada Hari, tanggal : Selasa, 25 Februari 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.S., M.SP

PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, MSP

PENGUJI III : Dr. Muhammad Said Harahap, S.Sos., M.I.Kom


(.....)

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, MSP

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, M.I.Kom



BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

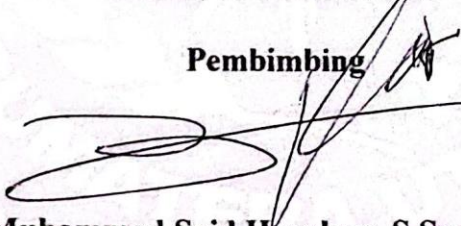
Bismillahirrahmanirrahim

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

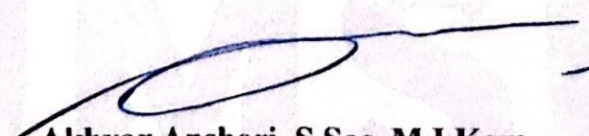
Nama : YOGIE ARDIANSYAH
NPM : 1903110339
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Tugas Akhir : ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDISI PEMBAKARAN HUTAN

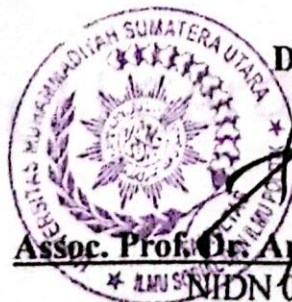
Medan, 18 Februari 2025

Pembimbing


Dr. Muhammad Said Harahap, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0109077302

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


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



Assoc. Prof. Dr. Ayifin Saleh, S.Sos., MSP
NIDN 0030017402

PERNYATAAN
Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Yogie Ardiansyah**, NPM 1903110339 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 sesuai imbalan atau memplagiat 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 ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 24 April 2025

Yang menyatakan



Yogie Ardiansyah

KATA PENGANTAR



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

Alhamdulillah berkat rahmat Allah yang Maha Kuasa dan juga hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Nirwan dan Ibunda Sariyanti yang dengan tulus selalu menjadi orang terdepan yang memberikan do'a, kasih sayang dan dukungan baik moril dan materi sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang ini. Semoga Ayah dan Mama selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Aamiin. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada Abang, Kakak dan Adik yang penulis sangat cintai khususnya adik Dhiva dan Annisa yang juga selalu mendukung dan berkorban dalam banyak hal untuk penulis. Semoga Allah balas dengan hal yang lebih besar lagi dan kita semua sukses dunia dan akhirat. Aamiin.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih juga kepada

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rudianto, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP 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. 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 selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus Dosen yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat-nasihat yang memotivasi selama masa perkuliahan serta masa penulisan skripsi ini.
8. Bapak, Ibu Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Direktorat Promosi Kesehatan dan

Pemberdayaan Masyarakat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, yang telah memproduksi iklan Adaptasi

10. Kebiasaan Baru yang begitu baik, sehingga penulis termotivasi untuk menjadikan sebagai bahan penelitian.
11. Teman-teman KKN Indah, Alief, Ariri, Chintya, Fachrul, Indra, Maharani, Tasya, Putri, Dayat, Alda. Terimakasih sudah saling mendukung, membantu sejauh ini dan juga banyak menghibur. Semoga kita semua sukses dan tetap berteman sepanjang waktu kita. Aamiin.
12. Teman-teman sekelas yang juga sedikit banyaknya juga banyak membantu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Medan, Agustus 2023

Yogie Ardiansyah

ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDISI PEMBAKARAN HUTAN

Oleh :
Yogie Ardiansyah
NPM : 1903110339

ABSTRAK

Melihat poster tidak bisa hanya melihat hasil akhir berupa bendanya saja, karena di dalam poster terdapat banyak hal yang tak kelihatan termasuk unsur-unsur kreatif, komunikatif, dampak (media exposure), Audience di mana (place) ditempatkan, ukuran-ukuran keberhasilannya, biaya yang dikeluarkan, sampai pada indikator-indikator keberhasilan sebuah poster. semua itu adalah mata rantai dari proses kreatif, sampai pada hasil dan tujuan pembuatannya. Poster mampu mengkomunikasikan pesan dengan cepat dan berkesan. sebuah poster yang bila dalam pemilihan antara gambar dan kata kata yang disajikan tepat maka bisa memiliki nilai yang sama dengan ribuan kata, juga secara individual mampu untuk memikat perhatian. Semiotika merupakan kajian keilmuan yang menitik beratkan untuk memahami tanda dalam kehidupan manusia. Maksudnya adalah segala sesuatu harus kita beri makna karena semua yang ada dalam kehidupan manusia dapat dilihat sebagai tanda. Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi khalayak untuk orientasi fungsi sosial bukan semata orientasi ekonomi seperti layaknya iklan komersial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya pengetahuan, kesadaran sikap, perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah atau informasi yang diiklankan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain poster pada Iklan Layanan Masyarakat Pembakaran Hutan yang di unggah melalui akun Instagram Polres Labuhan Batu. Penelitian ini menggunakan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. dalam membangun kesadaran seluruh Masyarakat akan bahaya nya pembakaran hutan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Kata Kunci : Poster, Semiotika, Iklan Layanan Masyarakat

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Ilmu Komunikasi.....	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2 Komunikasi Masa	8
2.2 Analisis.....	9
2.3 Analisis Semiotika	11
2.4 Model Segitiga Ferdinand Deseasure.....	13
2.5 Poster.....	15
2.6 Iklan	16
2.7 Iklan Layanan Masyarakat	18
2.7.1 Fungsi Iklan Layanan Masyarakat	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Kerangka Konsep.....	21
3.3 Definisi Konsep.....	21
3.3.1 Analisis Semiotika	21
3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat	

Poster Pembakaran Hutan	22
3.3.3 Makna Pada Setiap Simbol	
Yang terdapat Pada Poster	23
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Teknik Analaisis Data.....	25
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Hasil Penelitian	27
4.1.1 Desain Poster Iklan Layanan Masyarakat	
Polres Labuhan Batu	27
4.1.2 Analisis Semiotika Sanders Pierce	
Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat	
Polres Labuhan Batu	29
4.2 Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Penelitian	30
----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Segitiga Charles Sanders Pierce	14
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	21
Gambar 4.1 Desain Poster Polres Labuhan Batu	27
Gambar 4.2 Background bergambar api	30
Gambar 4.3 Judul pada poster	31
Gambar 4.4 Tulisan Peringatan UU Pembakaran Hutan	32
Gambar 4.5 Background Poster Bergambarkan Api.....	33
Gambar 4.6 Judul Poster Stop Kebakaran.....	34
Gambar 4.7 Tulisan Peringatan UU Pembakaran Hutan	35
Gambar 4.8 Nama Program POLRI	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai provinsi di Indonesia tentu memiliki permasalahan dalam mengelola sumber daya alam yang dimiliki. Kebakaran hutan dapat diartikan sebagai salah satu permasalahan yang sering dihadapi setiap daerah termasuk di wilayah labuhan batu. Hutan memegang peran penting di ekosistem dalam lingkungan hidup namun akibat pengelolaan yang salah dimana terdapat oknum tertentu yang ingin mencari keuntungan dengan menimbulkan kerusakan hutan, Kabupaten Labuhan batu adalah salah satu daerah yang berada di kawasan Pantai Timur Sumatera Utara. Kabupaten ini menempati area seluas 2.561,38 Km² yang terbagi menjadi 9 Kecamatan dan 98 desa/kelurahan definitif. Secara geografis, Kabupaten Labuhan batu berada pada 10 41' – 2 0 44' Lintang Utara, 22' Bujur Timur dengan 33' – 100°99 ketinggian 0 sampai dengan 700 meter di atas permukaan laut.

Kabupaten Labuhan batu memiliki 9 Kecamatan dimana Kecamatan panai hilir merupakan kecamatan dengan luas wilayah mencapai 342.03 km². Tentu saja kekayaan alam di labuhan batu sangatlah beragam salah satunya yaitu hutan yang sangat luas, kini keberadaan hutan labuhan batu mulai terancam akibat dari perambahan hutan yang tidak terkendali dan pemanfaatan lahan untuk ditanami jenis tanaman tertentu yang menjadi komoditi dalam skala besar guna mendapatkan

keuntungan, tentu hal ini sangat membawa dampak yang memprihatinkan bagi Indonesia.

Kebakaran hutan dan lahan menjadi ancaman di labuhan batu pada saat masa musim kemarau tiba, khususnya yang terjadi di wilayah desa sei berombang kecamatan panai hilir kabupaten labuhan batu memiliki luas kawasan hutan lindung seluas 17.983 Ha, hutan konversi seluas 32.556 ha, dan juga hutan produksi seluas 14.573 Ha, dimana lahan tersebut merupakan lahan yang paling mudah terbakar ketika kondisi lahan mengalami kekeringan.

Kebakaran hutan dan lahan merupakan suatu permasalahan yang sering terjadi di kabupaten labuhan batu terutama ketika musim kemarau ditambah kondisi lahan di wilayah ini merupakan lahan gambut yang notabene merupakan lahan yang terdiri dari unsur sisa tanaman atau pepohonan yang sudah membusuk kemudian mengendap diatas permukaan tanah, apabila lahan gambut ini mengalami kondisi kekeringan maka akan mudah sekali terbakar dan menyebar kesekitarnya, kemudian proses pemadaman api pada lahan gambut berbeda dengan lahan biasa dimana hal ini cenderung sulit dilakukan karena apabila api di bagian atas sudah mati, tetapi api yang berada di bawah belum mati dan hal itu menjadi tantangan barau karena kesulitan dilakukan pemadaman secara cepat.

Bencana kebakaran hutan dan lahan tidak dapat dipungkiri lagi tentu membawa dampak buruk salah satunya adalah yang dirasakan masyarakat berupa kabut asap, dimana ketika melakukan aktivitas sangat susah karena jarak pandang yang pendek kemudian mulai bermunculan berbagai penyakit terutama yang

menyerang saluran pernafasan. Dampak yang ditimbulkan dari kebakaran hutan dan lahan yang terjadi di kabupaten labuhan batu tentu membawa hal yang merugikan antara lain: terganggunya mobilisasi masyarakat yang menggunakan alat transportasi, hal ini disebabkan karena jarak pandang yang berkurang, akibat tertutup asap kemudian seperti pada transportasi darat dan udara, kemudian dari sisi Kesehatan asap yang ditimbulkan dapat membawa penyakit pada pernapasan seperti infeksi saluran pernapasan akut (ISPA).

Oleh sebab itu pemerintah daerah dan Polres kabupaten labuhan batu membuat sebuah program dengan membentuk tim pengendali stop kebakaran hutan dan lahan, dalam rangka upaya mencegah dan menanggulangi potensi terjadi bencana. Dengan membuat poster iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh Polres labuhan batu dan diunggah di social media seperti Instagram dengan tujuan iklan yang mengajak masyarakat agar mulai melindungi dan melestarikan ekosistem hutan yang ada di labuhan batu.

Dalam poster tersebut melampirkan dan menyertakan tulisan-tulisan kalimat informasi yang dinilai cukup serius. Hal ini menunjukkan bahwasanya poster ini adalah iklan yang benar-benar harus diperhatikan secara seksama dan dimengerti oleh seluruh lapisan masyarakat kemudian menjalankannya dengan konsisten. Oleh karena itu, iklan layanan Masyarakat poster ini diumumkan atau diunggah ke media social seperti Instagram karena Instagram dipandang lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi masyarakat. Poster Kebakaran Hutan Dan Lahan tersebut didesain dengan tulisan yang sederhana dan mudah diingat oleh

masyarakat. Menyampaikan informasi dan ajakan pada iklan ini dibuat jelas dan tegas.

Berdasarkan pemaparan ini peneliti ingin meneliti dan menganalisa tanda-tanda yang ada di dalam Iklan Poster Pembakaran Hutan seperti logo-logo atau gambar-gambar tertentu, serta bahasa-bahasa yang retorik. Semiotika adalah salah satu bagian dari bentuk analisis isi kualitatif yang dipakai untuk mengetahui dan menganalisis apa yang tidak terlihat, atau dengan kata lain penelitian kualitatif ingin melihat isi komunikasi yang tersirat. (Wibowo, 2013) Oleh karena itu peneliti menjadikan penjabaran di atas sebagai latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan dengan judul “Analisis Semiotika Desain Poster Iklan Layanan Masyarakat Di Instagram Polres Labuhan Batu Edisi Pembakaran Hutan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, adapun rumusan masalah pada penelitian ini hanya difokuskan pada permasalahan pemahaman pada iklan layanan Masyarakat “Pembakaran Hutan”. dalam mengkaji persoalan tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda pada iklan tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah penulis tentukan maka rumusan masalah pada penelitian adalah bagaimana makna yang terkandung pada iklan layanan masyarakat “Analisis Semiotika Desain Poster Iklan Layanan Masyarakat Di Instagram Polres Labuhan Batu Edisi Pembakaran Hutan” dalam mengkaji persoalan tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda pada iklan tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuannya adalah untuk mengetahui makna yang terkandung dalam iklan layanan masyarakat “ Pembakaran Hutan” di Polres Labuhan batu.

1.5 Manfaat Penelitian

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

- a. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi penelitian lainnya serta dapat menambah uraian-uraian yang bersifat teoritis.
- b. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan informasi awal bagi penelitian yang serupa.
- c. Secara Akademis, sebagai salah satu syarat kelulusan dan meraih gelar sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Berisikan Pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II. URAIAN TEORITIS

Berisikan uraian-uraian relevan dengan masalah yang diteliti dan dapat dijadikan anggapan dasar penelitian kualitatif.

BAB III.METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, narasumber penelitian, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknis analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan hasil dari penelitian dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin “*communicatio*”. Istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. (Efendi, 2021)

Komunikasi menjadi sesuatu hal yang penting bagi manusia. Manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa menggunakan komunikasi. Apabila komunikasi dilakukan tidak benar maka hubungan manusia juga tidak akan baik. Sebagai makhluk sosial komunikasi menjadi hal yang penting dan wajib dalam kehidupan. Komunikasi itu juga ilmu yang mengajarkan manusia bagaimana cara berkomunikasi dengan baik. (Nasution & Harahap, 2024)

Komunikasi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana sampai dengan cara yang kompleks, artinya komunikasi berproses dari mana saja kapan saja dan menggunakan media mana saja. (S. R. Harahap, 2021) Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicare*” yang artinya “menyampaikan”. Menurut asal katanya tersebut, arti komunikasi adalah proses penyampaian makna dari satu entitas atau kelompok ke kelompok lainnya melalui

penggunaan tanda, simbol, dan aturan semiotika yang dipahami bersama. (Rakna Fahreza, 2020)

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

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki peran yang sangat signifikan dalam merubah keadaan masyarakat, merubah pola pikir mereka dan dengan mudah menggiring sudut pandang mereka terhadap sesuatu (Rosyidi, 2021). Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. (Wilantari & Memoriance, 2018). Bittner mengatakan “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (massa communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people). (Bahtiar, 2019).

Komunikasi massa adalah proses di mana media memproduksi dan mengirim pesan-pesan kepada khalayak luas dan proses yang mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dipengaruhi oleh audiens. Media mendistribusikan pesan-pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya masyarakat, dan pesan-pesan tersebut

menyediakan informasi secara berkelanjutan pada audiens yang luas, membuat media bagian dari perangkat institusi masyarakat. (Pramesthi, 2013) Bagi kalangan masyarakat tertentu khususnya tokoh, pemuka masyarakat, media massa merupakan infrastruktur kekuasaan (*power*). Adapun kebijakan perundang-undangan, peraturan, dan lainnya, merupakan refleksi dari keterlibatan kalangan “dominant class”. Di lain pihak, kalangan masyarakat (*subordinate class*) menghadapi media massa sebagai alat kontrol sosial dan perubahan. (Santoso, 2016)

Fungsi media massa adalah menyampaikan informasi tentang keadaan disekitarnya kepada masyarakat. Fungsi menyampaikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Proses penyebaran informasi ini disebut dengan komunikasi massa. (Pramesthi, 2013)

2.2 Analisis

Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya sehingga lebih mudah dimengerti dan mudah dijelaskan. (Lubis, 2017)

Pengertian Analisis dapat juga diartikan sebagai usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut. Pengertian Analisis Menurut Para Ahli Kata analisis atau analisa berasal dari bahasa

Yunani Kuno, yaitu “analisis” yang artinya melepaskan. Beberapa ahli pernah menjelaskan mengenai arti analisis, diantaranya adalah:

- a. Komaruddin Menurut Komaruddin, pengertian analisis adalah aktivitas berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen-komponen kecil sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungan masing-masing komponen, dan fungsi setiap komponen dalam satu keseluruhan yang terpadu.
- b. Wiradi Menurut Wiradi, arti analisis adalah aktivitas yang memuat kegiatan memilah mengurai, membedakan sesuatu yang kemudian digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari makna dan kaitannya masing-masing.
- c. Dwi Prastowo Darminto Menurut Dwi Prastowo Darminto, pengertian analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.
- d. Rifka Julianty Menurut Rifka Julianty, pengertian analisis adalah aktivitas penguraian pada pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antara bagian untuk mendapatkan pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pengertian analisis menurut KBBI adalah:

- a. Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan lainnya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkara, dan sebagainya).
- b. Aktivitas penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.
- c. Pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya.
- d. Penjabaran sesudah dikaji sebaik-baiknya.

2.3 Analisis Semiotika

Kata semiotik adalah tanda atau penafsir tanda yang diambil dari bahasa Yunani, yakni semeion atau seme. Ilmu semiotika berakar pada keilmuan klasik dan skolastik atas seni logika dan retorika. Umberto Eco mendefinisikan semiotika sebagai disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang bisa dipakai untuk berbohong, karena jika sesuatu tidak bisa dipakai untuk berbohong, sebaliknya itu tidak bisa dipakai untuk berkata jujur dan pada kenyataannya tidak bisa dipakai untuk apa pun juga. Walaupun tampaknya bermain-main, ini adalah definisi yang cukup mendalam, karena menggaris bawahi fakta bahwa kita memiliki kemampuan untuk merepresentasikan dunia melalui tanda-tanda dengan cara apa pun yang diinginkan, baik dengan cara dusta maupun kesesatan. (Lubis, 2017)

Semiotika merupakan kajian keilmuan yang menitik beratkan untuk memahami tanda dalam kehidupan manusia. Maksudnya adalah segala sesuatu harus kita beri makna karena semua yang ada dalam kehidupan manusia dapat dilihat sebagai tanda. Ferdinand de Saussure, melihat tanda sebagai sebuah pertemuan antara bentuk dan makna. Ferdinand menggunakan istilah *signifiant* dan *signifié*. Pertama adalah *signifiant* yang artinya adalah penanda untuk bentuk suatu tanda, dan yang kedua adalah *signifié* adalah petanda untuk maknanya. (M. S. Harahap & Allifa, 2022)

Dengan demikian, penanda dan petanda dapat dilihat dalam kehidupan kita akan tetapi tidak bersifat pribadi melainkan bersifat sosial, yakni didasari oleh “kesepakatan” (konvensi) sosial. Sedangkan menurut Barthes, secara prospektif objek semiologi adalah semua sistem tanda, entah apa pun substansinya, apa pun batasnya (limit) seperti pada ritus, protokol, gambar, gerak tubuh, bunyi melodi, benda-benda, dan tontonan merupakan bagian dari sistem signifikasi (pertandaan) dan bahasa (language). John Fiske telah menyebutkan bahwa semiotika mempunyai tiga bagian, yaitu:

- 1) Tanda itu sendiri, maksudnya adalah konstruksi manusia tentang studi berbagai tanda yang berbeda;
- 2) Kode atau sistem, memiliki fungsi sebagai mengorganisasikan tanda;
- 3) Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja, memiliki ketergantungan pada tanda dan kode untuk bentuk dan keberadaannya.

2.4 Model Semiotika Ferdinand De Saussure

Gagasan utama dari semiotika adalah tanda dan simbol. Konsep dasar semiotika yang pertama adalah sebuah tanda yang menunjukkan sebagai stimulus dan diartikan untuk menandakan beberapa kondisi lain. Konsep dasar semiotika yang kedua adalah simbol. Simbol dalam arti yang sangat khusus adalah penanda untuk tanda yang masih kompleks dan memiliki banyak arti. (Mustafa & Syahrani, 2021)

Charles Sanders Pierce dikenal dengan model triadic dan konsep trikotominya yang terdiri atas berikut ini:

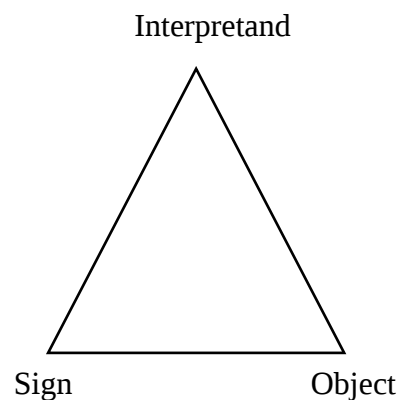
- 1) Representamen; bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Ferdinand De Saussure menamakannya signifier). Representamen kadang diistilahkan juga menjadi sign.
- 2) Interpretant; lebih menunjukkan makna.
- 3) Object; lebih menunjukkan pada sesuatu yang merujuk pada tanda. Biasanya berupa pemikiran yang ada pada otak manusia, dapat juga berupa sesuatu yang nyata di luar tanda.

Model triadik dari Pierce sering juga disebut sebagai “triangle meaning semiotics” atau dikenal dengan teori segitiga makna, yang dijelaskan secara sederhana: “tanda adalah sesuatu hal atau kapasitas yang dikaitkan pada seseorang. Tanda menciptakan sesuatu di benak orang yang merujuk pada simbol yang lebih berkembang, tanda yang diciptakannya tersebut dinamakan sebagai interpretant dari tanda pertama. Tanda tersebut menunjukkan sesuatu yang disebut dengan objek” (Fiske, 2007: 63).

Sanders Pierce mengatakan bahwa makna dihasilkan dari rantai tanda kemudian menjadi interpretants, bila dihubungkan dengan model dialogisme Mikhail Bakhtin, setiap ekspresi budaya selalu sudah merupakan respons atau jawaban terhadap ekspresi sebelumnya, dan yang menghasilkan respons lebih lanjut dengan menjadi addressible kepada orang lain:

- 1) Sign (tanda)
- 2) Object (sesuatu yang dirujuk)
- 3) Interpretant (hasil hubungan sign dengan objek)

2.1 Gambar Model Segitiga Charles Sanders Pierce



Sumber: Charles Sanders Pierce

Menurut Charles Sanders Pierce, salah satu bentuk tanda adalah kata-kata. Sesuatu dapat disebut tanda jika memenuhi 2 syarat:

- 1) Bisa dipersepsi, baik dengan panca indera maupun dengan pikiran/perasaan.
- 2) Mempunyai fungsi sebagai tanda adalah dapat mewakili sesuatu yang lain.

2.5 Poster

Melihat poster tidak bisa hanya melihat hasil akhir berupa bendanya saja, karena di dalam poster terdapat banyak hal yang tak kelihatan termasuk unsur-unsur kreatif, komunikatif, dampak (media exposure), Audience di mana (place) ditempatkan, ukuran-ukuran keberhasilannya, biaya yang dikeluarkan, sampai pada indikator-indikator keberhasilan sebuah poster. semua itu adalah mata rantai dari proses kreatif, sampai pada hasil dan tujuan pembuatannya.

Poster mampu mengkomunikasikan pesan dengan cepat dan berkesan. sebuah poster yang bila dalam pemilihan antara gambar dan kata kata yang disajikan tepat maka bisa memiliki nilai yang sama dengan ribuan kata, juga secara individual mampu untuk memikat perhatian. Berikut ini adalah pengertian mengenai poster dalam kamus bahasa Indonesia disebutkan yang dimaksud dengan poster adalah plakat yang dipasang di tempat umum atau berupa pengumuman atau iklan sedangkan menurut Oxford learner's Pocket dictionary poster adalah "a large printed notice or picture". (Tamara, 2020)

Merujuk pada pengertian di atas menurut hemat penulis poster adalah sebuah bakat atau surat yang berisikan pengumuman yang dipasang pada tempat tempat umum atau ramai, yang berukuran cukup besar dan terdapat tulisan dengan gambar serta didalamnya terdapat maksud untuk memperkenalkan sesuatu. (M. S. Harahap, 2022)

Poster pada hakikatnya sama dengan iklan tetapi sasarannya lebih pada segi-sosiologi. bila dilihat dari tujuannya, poster adalah media cetak yang di satu pihak adalah produk kehumasan (publicity announcing sore event) namun di pihak lain

juga merupakan produk bisnis atau komoditas (berupa iklan) beda keduanya kadang-kadang sangat tipis, namun sebenarnya disparitas antara produk kehumasan dan produk bisnis bisa saja dibuat jelas tegas sesuai dengan tujuannya:

- a. Poster sebagai produk humas: yakni sebuah poster yang dirancang untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sebuah sesuatu kepada Audience, tidak atau hanya sedikit sekali unsur komunikasi bisnis di dalamnya. Artinya tidak ada sama sekali tujuan bisnis dalam rancangan maupun kegiatan produksi maupun exposure-nya.
- b. Poster sebagai produk bisnis: poster yang dengan sengaja dan secara strategi dirancang untuk mengkomunikasikan suatu produk, atau perusahaan, agar khalayak sadar, dan akhirnya mengkonsumsi, atau membeli suatu produk yang dikonsumsi melalui poster tersebut.

2.6 Iklan

Iklan adalah sebuah informasi mengenai produk atau jasa yang dapat ditemukan di berbagai media, seperti media televisi, media sosial, media cetak, dll. (Lawono et al., 2021). Iklan adalah bentuk presentasi non-pribadi atau promosi ide, gagasan, produk, jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada khalayak tentang sesuatu atau mengajak mereka melakukan sesuatu. Iklan dibuat untuk menerima timbal balik yang cepat dari penerima pesan (Lukmanul Hakim et al., 2021).

Iklan merupakan salah satu bentuk dari media promosi dan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan barang/jasa kepada publik melalui biro-biro iklan.

Peranan periklanan dalam mempromosikan barang/jasanya yakni untuk membangun kesadaran (awareness) terhadap keberadaan barang/jasa yang ditawarkan, untuk membedakan diri antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya (differentiate the service) yang mendukung positioning barang/jasa, serta membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan barang/jasa tersebut (persuasive). Persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat, dan perilaku seseorang atau banyak orang (Suhandang, 2010).

Berdasarkan isinya, iklan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Iklan Pemberitahuan

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

2. Iklan Penawaran

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

3. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan jenis ini berisi imbauan atau ajakan kepada masyarakat untuk melakukan aktivitas atau kebiasaan tertentu. Contohnya: iklan untuk rajin olahraga, iklan melestarikan bahasa dan adat istiadat daerah tertentu, dan seterusnya (Sukarna, 2021).

Menurut Terence A. Shimp (Shimp et al., 2007), iklan memiliki beberapa fungsi yang sangat penting, yakni:

- a. *Informing* (Memberikan Informasi).
- b. *Persuading* (Membujuk atau Mempengaruhi Konsumen)
- c. *Reminding* (Mengingat).
- d. *Adding Value* (Menambah Nilai)
- e. *Assisting* (Mendampingi Upaya-Upaya Lain Dari Perusahaan)

2.7 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi khalayak untuk orientasi fungsi sosial bukan semata orientasi ekonomi seperti layaknya iklan komersial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya pengetahuan, kesadaran sikap, perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah atau informasi yang diiklankan. Tujuan dari iklan layanan masyarakat adalah untuk mendapatkan citra baik atas lembaga yang memasang iklan dari masyarakat atau *stakeholders* yang mendengarnya (Mukaromah et al., 2018)

Pada umumnya Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam pemasaran sosial dibutuhkan strategi kreatif dalam penyusunan pesan serta penempatan media ILM sehingga lebih mampu mendorong konsumen untuk merubah perilakunya. Perilaku yang diharapkan yaitu menerima perilaku baru atau menolak perilaku yang diinginkan, sehingga strategi ini mampu memodifikasi kebiasaan menjadi perilaku yang lebih baik dan meninggalkan perilaku lama yang buruk. Di dari konsep

komunikasi massa, telaah teoritik ini bermula dalam bentuk the Hypodermic Needle Model yang disusul oleh model uses and gratification. Kedua model tersebut menyangkut masalah mengenai khalayak dan efek yang ditimbulkan oleh media

2.7.1 Fungsi Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Lee dan Johnson (2011), fungsi iklan ada 3 yaitu:

1. Fungsi Informasi, ia mengkomunikasikan info mengenai produk, ciri-ciri, dan lokasi tentang hal yang ada dalam iklan. Memberitahu pembaca iklan tentang hal-hal yang baru.
2. Fungsi persuasi, ia mencoba membujuk dan meyakinkan pembaca iklan bahwa apa yang ada dalam iklan itu sebuah kebenaran. Fungsi ini juga untuk mengubah pandangan pembaca iklan terhadap suatu hal yang diiklankan.
3. Fungsi pengingat, ia terus menerus mengingatkan pembaca iklan tentang suatu produk, jasa, ide atau gagasan sehingga mereka akan terus mengingat apa yang dimuat dalam iklan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

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

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan tidak berupa angka-angka atau numerik. Data ini umumnya hanya bisa diamati dan dicatat sehingga menghasilkan suatu informasi (Populix, 2022).

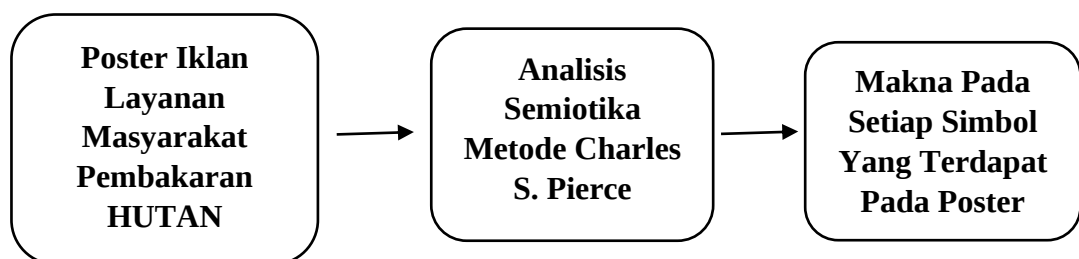
Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan analisis deskriptif, karena tujuan penelitian ini hanya untuk menggambarkan pesan. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan analisis isi yang maksudnya untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau teks tertentu. Penelitian deskriptif tidak bertujuan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

Melalui metode kualitatif deskriptif peneliti mengamati secara menyeluruh terhadap adegan yang mengandung makna dalam iklan layanan masyarakat di instagram polres labuhan batu edisi stop pembakaran hutan selaku objek penelitian. Sementara teknik penulisan skripsi ini berpedoman pada “Buku Pedoman Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”.

3.2 Kerangka Konsep

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

3.1 Gambar Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti

3.3 Definisi Konsep

3.3.1 Analisis Semiotika

Semiotika adalah kajian ilmu mengenai tanda yang ada dalam kehidupan manusia serta makna dibalik tanda tersebut. Semiotika berasal dari kata Yunani: Semeion, yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign), berfungsinya tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda. Adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua ini dapat disebut tanda. Ide dasar semiotics adalah pesan dan kode. Satu-satunya cara pesan dapat dikirim dari satu orang ke orang lain adalah menggunakan kode. (Mudjiyanto & Nur, 2013)

Menurut Peirce, semiotika terdiri dari 3 unsur utama yaitu tanda, objek dan *interpretant*. Sebuah tanda atau *representament* menurut Charles S Pierce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Pierce disebut *interpretant*, dinamakan sebagai *interpretant* dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada *object* tertentu. Dengan demikian menurut Pierce, sebuah tanda atau *representamen* memiliki relasi '*triadik*' langsung dengan interpretan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses '*semiosis*' merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa *representamen*) dengan entitas lain yang disebut objek. Proses ini oleh Pierce disebut sebagai signifikasi. (Wibowo, 2013)

3.3.2 Iklan Layanan Masyarakat Poster Pembakaran Hutan

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

Iklan layanan masyarakat pada poster Pembakaran Hutan adalah sebuah iklan yang diproduksi atau dibuat oleh Polres Labuhanbatu. Pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut adalah himbauan-hibauan dan edukasi terkait untuk menjaga dan ikut serta dalam melestarikan ekosistem hutan dan jangan membakar hutan. (RI, 2021)

3.3.3 Makna Pada Setiap Simbol Yang Terdapat Pada Poster

Menurut Suwandi kata makna di dalam pemakaiannya dapat diartikan dengan arti, gagasan, pikiran, konsep, pesan, pernyataan maksud, informasi dan isi.(Sarwiji, 2011). Berdasarkan teori yang dikembangkan Ferdinand de Saussure yang dikenal sebagai bapak linguistik modern, makna adalah pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada sebuah tanda-linguistik. Dimana setiap tanda linguistik tersebut terdiri dari dua unsur, yaitu: yang diartikan (Prancis: Signifié', Inggris: signified) dan yang mengartikan (Prancis: Signifiant, Inggris: Signifier).(S, 2020)

Semiotika berangkat dari tiga elemen utama, Peirce menyebutnya teori segitiga makna (triangle meaning).

- 1) Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut objek.
- 2) Acuan tanda (objek) adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.
- 3) Pengguna tanda (interpretant) adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda (Mudjiyanto & Nur, 2013).

Berbagai objek pengalaman langsung sejauh dilihat sebagai tanda, maka ia dianggap memberikan informasi yang terkait dengan Objeknya. Ini bisa

dilakukan hanya bila ia benar-benar dipengaruhi oleh Objeknya, sehingga pada dasarnya ia adalah suatu petunjuk. Informasi yang bisa diberikannya hanyalah fakta actual. (Online, n.d.)

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian ini adalah analisis iklan yang terdapat di instagram Polres Labuhanbatu dalam iklan “Pembakaran Hutan” yang di desain dalam bentuk poster. Dimana penentuan unit analisis ini ditunjukkan pada iklan layanan masyarakat “Pembakaran Hutan” dengan menganalisis nilai iklan tersebut dengan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terkait dengan tujuan penelitian ini maka untuk memperoleh data dalam penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif, yakni menggunakan teknik dokumentasi dan juga observasi. Studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara meneliti data melalui dokumen-dokumen terkait permasalahan yang dikaji. Menurut Hardiyanto dan Sahbana dokumentasi adalah pengambilan data lewat dokumen-dokumen yang mendukung penelitian. (2019, hal. 100). Dokumentasi digunakan sebagai alat yang menunjukkan bukti atau sebuah keterangan.

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan (Mania, 2008). Dalam hal ini peneliti akan mengamati dan mencatat

apa makna yang terdapat pada setiap simbol yang tampak pada iklan poster “Stop Pembakaran Hutan”.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data utama dalam sebuah penelitian, data ini diperoleh dari sumber data pertama objek yaitu poster iklan Stop Pembakaran Hutan yang terdapat di instagram polres Labuhan batu data sekunder yaitu data tambahan sebagai penunjang data utama atau data primer agar lebih valid. Setelah data primer dan skunder kemudian diklarifikasikan sesuai dengan pertanyaan penelitian yang ditentukan, setelah data terklarifikasikan, Dalam hal ini peneliti menggunakan Teknik analisis data menggunakan metode semiotika Charles Sander Pierce yang dikaji dengan *Triangle of Sign* yaitu *sign*, *object* dan *interpretant*.

Adapun langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Reduksi Data

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

2. Merumuskan Masalah

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

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang relevan dengan permasalahan pada penelitian ini kemudian diteliti dan di analisis serta ditarik kesimpulannya.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di Labuhan Batu. Waktu penelitian ini direncanakan pada tanggal 1 Februari – 1 Maret 2024.

3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Objek penelitian skripsi ini adalah analisis semiotika desain poster iklan layanan masyarakat di Instagram Polres Labuhan Batu edisi "Pembakaran Hutan". Penelitian akan mengeksplorasi simbol, tanda, dan makna yang terkandung dalam desain poster tersebut, dengan fokus pada bagaimana elemen-elemen semiotik digunakan untuk menyampaikan pesan pencegahan pembakaran hutan kepada masyarakat. (RI, 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Desain Poster Iklan Layanan Masyarakat Polres Labuhan Batu

4.1 Gambar Desain Poster Polres Labuhan Batu “Edisi Pembakaran Hutan”



Sumber: <https://www.instagram.com/polres.labuhanbatu?igsh=MXh4N2Q3eGVvd3V6OA==>

Kabupaten Labuhan batu memiliki 9 Kecamatan dimana Kecamatan panai hilir merupakan kecamatan dengan luas wilayah mencapai 342.03 km². Tentu saja kekayaan alam di labuhan batu sangatlah beragam salah satunya yaitu hutan yang sangat luas, kini keberadaan hutan labuhan batu mulai terancam akibat dari perambahan hutan yang tidak terkendali dan pemanfaatan lahan untuk ditanami

jenis tanaman tertentu yang menjadi komoditi dalam skala besar guna mendapatkan keuntungan, tentu hal ini sangat membawa dampak yang memprihatinkan bagi Indonesia.

Kebakaran hutan dan lahan merupakan suatu permasalahan yang sering terjadi di kabupaten labuhan batu terutama ketika musim kemarau ditambah kondisi lahan di wilayah ini merupakan lahan gambut yang notabene merupakan lahan yang terdiri dari unsur sisa tanaman atau pepohonan yang sudah membusuk kemudian mengendap diatas permukaan tanah, apabila lahan gambut ini mengalami kondisi kekeringan maka akan mudah sekali terbakar dan menyebar kesekitarnya, kemudian proses pemadaman api pada lahan gambut berbeda dengan lahan biasa dimana hal ini cenderung sulit dilakukan karena apabila api di bagian atas sudah mati, tetapi api yang berada di bawah belum mati dan hal itu menjadi tantangan baru karena kesulitan dilakukan pemadaman secara cepat.

Desain poster Iklan Layanan Masyarakat Polres Labuhan Batu Edisi Pembakaran Hutan merupakan salah satu desain poster yang di publish atau di terbitkan akun Instagram Polres Labuhan Batu. Dimana poster ini diterbitkan agar seluruh masyarakat khususnya di daerah Labuhan Batu dapat melihat pesan yang disampaikan melalui postingan tersebut dan juga tau akan himbauan kepada seluruh elemen Masyarakat agar tidak membakar hutan/lahan.

Dalam poster tersebut melampirkan dan menyertakan tulisan-tulisan kalimat informasi yang dinilai cukup serius. Hal ini menunjukkan bahwasanya poster ini adalah iklan yang benar-benar harus diperhatikan secara seksama dan dimengerti

oleh seluruh lapisan masyarakat kemudian menjalankannya dengan konsisten. Oleh karena itu, iklan layanan Masyarakat poster ini diumumkan atau diunggah ke media social seperti instagram karena instagram dipandang lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi masyarakat.

4.1.2 Analisis Semiotika Sanders Pierce Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat Polres Labuhan Batu

Analisis semiotik pada penelitian ini adalah bertujuan untuk mengungkapkan makna yang ada dalam poster Iklan Layanan Masyarakat Polres Labuhan Batu Edisi “Pembakaran Hutan” makna yang lebih akurat dan juga mendalam yang terdapat pada setiap unsur gambarnya yang dibagi menjadi beberapa ikon penting yang diambil dari poster tersebut.

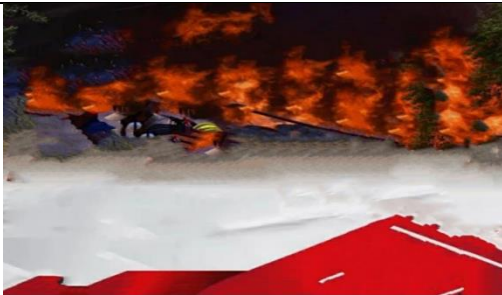
Charles Sanders Peirce dengan teori semiotikanya sangat cocok digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian poster Iklan Layanan Masyarakat ini. Karena sangat membantu peneliti dalam menganalisis makna yang terkandung pada poster tersebut. Tanda pada poster ini menggambarkan penanda dan petanda yang merepresentasikan makna dari setiap unsur yang ada pada poster tersebut. Poster ini di posting melalui akun Instagram Polres Labuhan Batu yang menandakan bahwa poster ini adalah sebuah himbauan kepada masyarakat akan mengingat dampak dari kebakaran hutan tersebut.

Analisis semiotik ini diharapkan dapat mengungkapkan fenomena yang tersembunyi dibalik gambar dan teks yang ada dalam symbol tersebut

Berikut klasifikasi tanda yang dilakukan oleh Pierce dibagi menjadi 3 bagian:

1. Sign (tanda)
2. Object (acuan tanda)
3. Interpretant (pengguna tanda)

Tabel 4.1 Hasil Penelitian

Sign	
(Gambar 4.2 Background bergambar api)	
Object	Bacground poster bergambar api dengan kombinasi latar berwarna merah dan putih
Interpretant	Background adalah gambar atau elemen visual yang ditempatkan di belakang objek utama dalam suatu desain. Background dapat berupa warna solid, gradien, tekstur, atau foto, dan digunakan untuk menambahkan kedalaman, menarik perhatian, atau memperkuat pesan dalam desain.(anindyaa,)
Yang terdapat pada poster ini adalah background api yang menyala dan berkobar dengan perpaduan warna merah dan	

putih, yang melambangkan sebuah musibah yang terjadi di suatu daerah. api sendiri sering dimaknai dalam kehidupan sehari-hari sebagai semangat, harapan, dan kekuatan, sedangkan perpaduan warna merah dan putih melambangkan bendera Indonesia, yang Dimana merah diartikan dengan berani dan putih diartikan dengan suci dan bersih

Sign

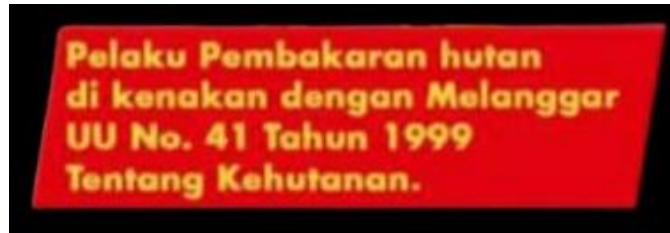


(Gambar 4.3 Judul pada poster)

- Object** Judul Poster “Stop..! Kebakaran hutan dan lahan” dibuat menggunakan fonts Arial Rounded MT Bold berwarna merah dan putih
- Interpretant** Tulisan himbauan “Stop..! Kebakaran Hutan dan Lahan” tulisan yang terdapat pada desain poster ini menggunakan fonts Arial Rounded MT Bold. Fonts ini merupakan pengembangan dari jenis huruf Arial yang banyak digunakan dan serbaguna . Membulatkan ujung guratan memberikan kesan yang sangat berbeda pada jenis huruf ini, terutama pada huruf yang lebih tebal, di mana pembulatan lebih terlihat.(Kristiyono, 2020)
-

fonts sederhana yang melambangkan ketegasan. Tulisan melingkar melambangkan menyatukan dan kebulatan tekad. dipadukan dengan warna merah yang berarti berani dan putih yang berarti suci dan bersih.

Sign



(Gambar 4.4 Tulisan Peringatan UU Pembakaran Hutan)

Object

Tulisan peringatan hukuman bagi yang melanggar UU No.41 Tahun 1999. Di ketik Menggunakan fonts SK Curiosity Extra Bold dengan background warna merah dan tulisan berwarna kuning

Interpretant

Tulisan sanksi yang terdapat pada poster ini menggunakan fonts SK Curiosity Extra Bold. fonts SK Curiosity adalah keluarga font sans serif. Jenis huruf ini memiliki empat puluh gaya, fonts yang membentuk geometris yang memadukan desain modern dengan perspektif futuristik.(Kristiyono, 2020)

Dipadukan dengan warna kuning. Kuning merupakan salah satu dari tiga warna dasar yang bukan merupakan hasil pencampuran. Filosofi warna kuning seringkali dikaitkan

dengan keceriaan, kegembiraan, kebahagiaan, dan segala sesuatu lain yang bersifat positif.

Sign



(Gambar 4.5 Background Poster Bergambarkan Api)

Object	Background bergambarkan kobaran Api yang sedang dipadamkan oleh pemadam kebakaran
Interpretant	Background api yang dipadukan dengan gambar alam dan bangunan yang sedikit disamarkan, pada gambar ini melambangkan suatu bencana alam yang terjadi pada suatu daerah dengan gambar alam dan bangunan yang sedikit disamarkan dan juga terdapat seseorang yang sedang bertugas untuk memadamkan api tersebut. api sendiri sering dimaknai dalam kehidupan sehari-hari sebagai semangat, harapan, dan kekuatan, namun pada gambar tersebut api digambarkan dalam bentuk yang mengancam pada kehidupan.

Sign

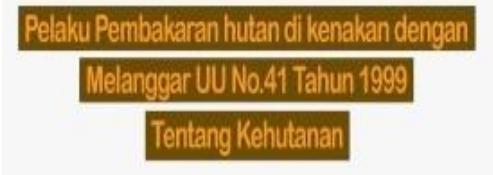


(Gambar 4.6 Judul Poster Stop Kebakaran)

Object Judul Poster “Stop..! Kebakaran hutan dan lahan” dibuat menggunakan fonts Arial Rounded MT Bold berwarna kuning dan putih

Interpretant Tulisan himbauan “Stop..! Kebakaran Hutan dan Lahan” tulisan yang terdapat pada desain poster ini menggunakan fonts Arial Rounded MT Bold. Fonts ini merupakan pengembangan dari jenis huruf Arial yang banyak digunakan dan serbaguna. Membulatkan ujung guratan memberikan kesan yang sangat berbeda pada jenis huruf ini, terutama pada huruf yang lebih tebal, di mana pembulatan lebih terlihat. (Kristiyono, 2020)

fonts sederhana yang melambangkan ketegasan. Tulisan melingkar melambangkan menyatukan dan kebulatan tekad. dipadukan dengan warna kuning yang sering dikaitkan dengan keceriaan, dan kegembiraan dan putih yang berarti suci dan bersih.

Sign	
	(Gambar 4.7 Tulisan Peringatan UU Pembakaran Hutan)
Object	Tulisan peringatan hukuman kepada yang melanggar UU No 41.Tahun 1999. Di ketik Menggunakan fonts SK Curiosity Extra Bold dengan warna kuning dan bold warna hitam
Interpretant	Tulisan sanksi yang terdapat pada poster ini menggunakan fonts SK Curiosity Extra Bold. fonts SK Curiosity adalah keluarga font sans serif. Jenis huruf ini memiliki empat puluh gaya, fonts yang membentuk geometris yang memadukan desain modern dengan perspektif futuristik. dipadukan dengan warna kuning yang berarti keceriaan dan kebahagiaan.
Sign	
	(Gambar 4.8 Nama Program POLRI)
Object	Tulisan nama program dari POLRI yaitu presisi dengan gambar polisi
Interpretant	Presisi merupakan sebuah program dari Polri yang di masukkan kedalam poster ini didesain dengan background berwarna biru

yang dimaknai dengan menunjukkan ketenangan, kepercayaan, dan profesionalisme. Warna biru yang sangat gelap, hampir mendekati hitam, sering dikaitkan dengan kemiliteran dan otoritas. serta tulisan presisi yang di padukan dengan warna kuning yang dapat diartikan dengan keceriaan dan kebahagiaan.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dapat dipaparkan bahwa desain poster yang ditampilkan melalui sosial media Instagram dapat ditemukan ground yang sesuai dengan analisis semiotika Charles Sanders Pierce dengan 3 indikator penjelasan yakni signs (tanda), object (acuan tanda), dan interpretant (penggunaan tanda). Makna tanda dapat dipahami jika terdapat bentuk tanda dan kemudian ketika tanda dapat dilihat maka tanda tersebut dapat dipahami bagaimana tanda itu bisa dilihat, dan selanjutnya dari tanda yang sudah dipahami maka tanda itu dapat dipelajari sehingga dapat terciptanya makna tanda yang akan dibahas. Dengan itu dijelaskan lebih rinci perihal tanda yang terdapat pada poster iklan layanan masyarakat “Stop...! Kebakaran hutan dan lahan”

Poster iklan layanan Masyarakat ini mengandung background bergambar api yang menandakan sebuah kejadian kebakaran (bencana alam) yang terjadi disuatu daerah. Api sendiri dalam kehidupan sehari-hari dimaknai dengan semangat,

harapan, dan kekuatan. Namun pada iklan layanan Masyarakat ini api digambarkan pada hal yang negatif karena menggambarkan suatu bencana kebakaran hutan.

Gabungan dari beberapa ikon yang di tampilkan pada poster iklan layanan masyarakat yang berupa tulisan headline pada judul bertuliskan “Stop..! Kebakaran Hutan dan Lahan” yang menggunakan fonts Arial Rounded MT Bold, fonts sederhana namun mengandung unsur tegas dengan bold nya berfungsi agar menonjol di latar belakang apapun.

Dan juga terdapat beberapa tulisan sansksi yang akan diberikan kepada pelanggar nya yang di buat dengan fonts SK Curiosity Extra Bold fonts SK Curiosity adalah keluarga font sans serif. Jenis huruf ini memiliki empat puluh gaya, fonts yang membentuk geometris yang memadukan desain modern dengan perspektif futuristik.

Terdapat juga program dari Polri yaitu Presisi yang dimuat pada poster iklan layanan masyarakat sebagai simbol dari upaya polri dalam memberikan informasi tentang bahaya dari pembakaran hutan dan lahan yang terjadi pada daerah Labuhan Batu. Menggunakan background berwarna biru yang dimaknai dengan menunjukkan ketenangan, kepercayaan, dan profesionalisme. Warna biru yang sangat gelap, hampir mendekati hitam, sering dikaitkan dengan kemiliteran dan otoritas sangat cocok dengan iklan layanan masyarakat ini karena diterbitkan oleh polri labuhan batu. serta tulisan presisi yang di padukan dengan warna kuning yang dapat diartikan dengan keceriaan dan kebahagiaan.

Maka dari itu pembakaran hutan dan lahan ini sangat dilarang karena Kebakaran hutan dan lahan merupakan suatu permasalahan yang sering terjadi di

kabupaten labuhan batu terutama ketika musim kemarau ditambah kondisi lahan di wilayah ini merupakan lahan gambut yang notabene merupakan lahan yang terdiri dari unsur sisa tanaman atau pepohonan yang sudah membusuk kemudian mengendap diatas permukaan tanah, apabila lahan gambut ini mengalami kondisi kekeringan maka akan mudah sekali terbakar dan menyebar kesekitarnya, kemudian proses pemadaman api pada lahan gambut berbeda dengan lahan biasa dimana hal ini cenderung sulit dilakukan karena apabila api di bagian atas sudah mati, tetapi api yang berada di bawah belum mati dan hal itu menjadi tantangan baru karena kesulitan dilakukan pemadaman secara cepat.

Poster iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat menambah informasi kepada seluruh masyarakat akan bahaya nya pembakaran hutan dan lahan di daerah labuhan batu khususnya agar meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga alam dari kebakaran ini.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan dari 3 indikator triangle meaning yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. *Signs* atau tanda menjelaskan tanda yang terdapat pada poster yang diunggah pada akun Instagram Polres Labuhan Batu ini adalah terdapat gambar suatu bencana alam yakni kebakaran hutan yang di terjadi pada suatu daerah yang digambarkan dengan api yang bergejolak dan juga Sebagian hutan yang sudah terbakar dan juga terdapat petugas yang sedang memadamkan api tersebut.
2. *Object* atau acuan tanda yang menjadi acuan tanda pada poster ini ialah gejolak api yang terdapat pada poster iklan layanan Masyarakat yang berarti bahaya dan juga di tulis suatu himbauan yang bertuliskan “Stop..! Kebakaran hutan dan lahan” yang ditulis menggunakan fonts Arial Rounded MT Bold berwarna merah dan putih. Fonts ini merupakan pengembangan dari jenis huruf Arial yang banyak digunakan dan serbaguna, fonts sederhana yang melambangkan ketegasan tulisan melingkar melambangkan menyatukan dan kebulatan tekad.
3. *interpretant* atau penggunaan tanda berdasarkan analisis yang di dapatkan pada poster iklan layanan Masyarakat ini adalah pemaknaan yang dihasilkan dari beberapa konsep pemikiran yang dicari dari tanda mengungkap makna

ialah suatu bencana alam kebakaran hutan yang terjadi pada suatu daerah yang akan berakibat fatal apabila terjadi pada sebuah hutan karena didalam hutan ada banyak berbagai unsur yang sangat mudah terbakar. maka dari itu pihak Polres Labuhan Batu menerbitkan poster ini kepada Masyarakat agar dapat mudah di jangkau atau dibaca bagi siapa saja.

5.1. Saran

Peneliti menyarankan agar pada penelitian selanjutnya untuk sebaiknya menganalisis lebih dalam tentang pesan pada sebuah poster dengan menggunakan teori-teori yang lebih mendalam yang berkaitan dengan desain poster. Untuk khalayak, dengan mengikuti perkembangan zaman yang ada bisa berfikir lebih terbuka, berwawasan luas, serta memahami dan memberi masukan terhadap pemahaman yang ada pada makna yang terkandung didalam poster sehingga dapat memahami makna yang terkandung dalam sebuah poster.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). *Iklan Layanan Masyarakat adalah Iklan yang Menyajikan Pesan Sosial, Ketahui Kriterianya*. Google.
- anindyaa. (n.d.). *Apa yang dimaksud Background? Pengertian, Fungsi, Jenis, Kegunaan dan Contohnya*. IDMETAFORA.
- Bahtiar. (2019). Komunikasi Massa Dalam Media Critical dan Media Equation. *Al-Hikmah: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, 10(1).
<https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i1.1705>
- Efendi, B. (n.d.). (*Telaah atas Sejarah , Perkembangan dan Pengaruhnya terhadap Teknologi Kontemporer*).
- Harahap, M. S. (2022). Analysis Of Semiotics In The Photo Events Of The Ramadan Mudik Events In The Analisa Daily Newspaper. *Proceeding International Conference on Language, Literature and Culture*, 1(January), 14.
- Harahap, M. S., & Allifa, M. R. (2022). Semiotics Analysis of Covid-19 Vaccine Photos in Waspada Newspaper. In *Proceedings of the International Conference on Communication, Policy and Social Science (InCCluSi 2022)* (Vol. 682). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7_21
- Harahap, S. R. (2021). Hambatan – Hambatan Komunikasi. *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 1(1).
- Hardiyanto, S., & Sahbana, A. (2019). Studi Deskriptif Mengenai Opini Mahasiswa Terhadap Fenomena Aplikasi Whatsapp Di Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan. *Jurnal Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummaniora*, 3(2), 94.
<https://doi.org/10.31604/jim.v3i2.2019.94-103>
- Khumaedi, T., & Habzah Diniyati, S. (2020). Komunikasi Islam Dalam Perspektif Mahasiswa Islam. *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal*, 3(2).
<https://doi.org/10.51192/almubin.v3i2.74>
- Kristiyono, J. (2020). *Komunikasi Grafis*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Lawono, E. R., Dliyaulhaq, A., & Bimantara, A. (2021). Representasi Maskulinitas dan Budaya Populer dalam Iklan Pond's Men. *Jurnal Audiens*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.12000>
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Interaksi UMSU*, 1 NO 1(3), 17–42.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/877>
- Lukmanul Hakim, A. R., Ikhsanudin, M. I., & Lutfi, A. Y. (2021). Menolak Stereotipe terhadap Perempuan Etnis Tionghoa Analisis Semiotika Iklan

- Bukalapak. *Jurnal Audiens*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11895>
- Mania, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication*. 16(1), 73–82.
- Mustafa, M., & Syahriani, I.-. (2021). Analisis Semiotika Poster “Ayo, Lindungi Diri Dan Keluarga Dari Covid-19” (Teori Ferdinand De Saussure). *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(2), 261. <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i2.8815>
- Nasution, C. C. H., & Harahap, M. S. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Kepala Sekolah Dalam Mencegah Tawuran Antar Pelajar Menengah Keguruan Al-Washliyah 4 Medan. *Jurnal Psikotes*, 1(1), 19–24. <https://doi.org/10.59548/ps.v1i1.116>
- Online, G. (n.d.). *Pengertian Adegan*. Google.
- Populix. (2022). *Pengertian Data Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data & Analisis*. Google.
- Pramesthi, A. (2013). Hubungan antara Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pemahaman Pesan Kampanye Sosial Light On dengan Perilaku Menyalakan Lampu Utama Sepeda Motor. *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Rakna Fahreza, W. (2020). Komunikasi adalah Proses Penyampaian Makna pada Orang Lain, Ini Tujuan dan Fungsinya | merdeka.com. *Merdeka.Com*, September.
- RI, D. P. dan P. K. (2021). *Video ILM Adaptasi Kebiasaan Baru*. Youtube.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Rosyidi, R. (2021). Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-I9. *Hudan Lin Naas: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1). <https://doi.org/10.28944/hudanlinnaas.v2i1.388>
- S, F. R. (2020). Hakikat Makna dan Hubungan Antar Makna Dalam Kajian Semantik Bahasa Arab. *Taqdir*, 6(1). <https://doi.org/10.19109/taqdir.v6i1.5500>
- Santoso, P. (2016). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Al-Balagh*, 1(1).
- Sarwiji. (2011). Semantik Pengantar Kajian Makna. *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, 18(2).
- Shimp, T. A., Wood, S. L., & Smarandescu, L. (2007). Self-generated

advertisements: Testimonials and the perils of consumer exaggeration. *Journal of Advertising Research*, 47(4).
<https://doi.org/10.2501/S002184990707047X>

Suhandang, K. (2005). Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi. In *Bandung: Nuansa*.

Sukarna, I. (2021). *Jenis-Jenis Iklan, dari Berdasarkan Isi hingga Berdasarkan Tujuannya*.

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>

Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (Kedua)*. Mitra Wacana Media.

Wilantari, N. N. A., & Memoriance, --. (2018). Komunikasi Massa dalam Manajemen Pariwisata. *Dharma Duta*, 16(1).
<https://doi.org/10.33363/dd.v16i1.139>



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

MSU
 Cerdas | Terpercaya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KPI/PT/2022
 Pusat Adm. Instral: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 Email: https://fkip.umau.ac.id fkip@umau.ac.id fkipumedan@umsunedan@umsunedan@umsunedan@umsunedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

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

Medan, 2 Agustus 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : YOGIE ARDIANSYAH
 N P M : 1903110379
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 SKS diperoleh : 120 SKS, IP Kumulatif 3.32

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Semiotika Desain Poster Iklan Layanan masyarakat Di Instagram Polres Labuhanbatu edisi Pembakaran hutan.	 28 Juli 2023
2	Strategi Komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan dari iklan harsedah di radio hit fm Medan	
3	Teknik siaran radio pada program talkshow di pas fm Kantaukrapat.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP telah 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.

224.19.311

Pemohon,

Medan, tanggal 2 Agustus2023

Ketua

Program Studi **ILMU KOMUNIKASI**

(YOGIE ARDIANSYAH)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M. Ikom)
 NIDN: 0127048401

(Dr. M. Said Harahap)
 NIDN: 0109077302

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 1379/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 28 Juli 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **YOGIE ARDIANSYAH**
N P M : 1903110339
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDISI PEMBAKARAN HUTAN**
Pembimbing : **Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos., M.I.Kom.**

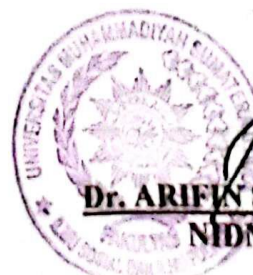
Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 224.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 28 Juli 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 17 Muharram 1445 H
03 Agustus 2023 M

Dekan,



Dr. ARIFF SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402





Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 20 JANUARI 2024

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : YOGIE ARDIANSYAH
N P M : 1903110339
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024, tanggal 20 JANUARI..... dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDISI
PEMBAKARAN HUTAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Mengetahui :

Pembimbing

Pemohon,

(YOGIE ARDIANSYAH)

NIDN: 0109077302



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 223/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 06 Februari 2024
Waktu : 09.00 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 SKRIPSI
1	DIMAS PANDU LANANG	1703110171	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	DINAMIKA INTERAKSI VIRTUAL YOUTUBER KUREJI OLLIE DENGAN PENGEMAR
2	DIMAS YUZA ALFAIZ	1803110155	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA DAN OLAAHRAGA SERTA PARIWISATA KABUPATEN DELI SERDANG DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI WISATA DI KABUPATEN DELI SERDANG
3	MUHAMMAD AL SANDYA HARTONO	1803110050	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS ISI FILM MISSING DENGAN MENGGUNAKAN MODE TEORI NASKAH NARATIF TODOROV
4	HAFIDH FAHREZI PAKPAHAN	1903110096	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	Dr. ANANG ANAS AZHAR., M.A.	STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PEMUDA MUHAMMADIYAH KOTA TEBING TINGGI DALAM PEMBENTUKAN GENERASI RELIGIUS
5	YOGIE ARDIANSYAH	1903110339	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDISI PEMBAKARAN HUTAN

Medan, 22 Raab 1445 H
03 Februari 2024 M

Deklarasi

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



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.KPI/PT/XII/2022

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

<https://fslp.unsu.ac.id>

fslp@umsu.ac.id

umsu.medan

umsu.medan

umsu.medan

umsu.medan

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Berprestasi untuk bangsa dan dunia

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap

: YOGIE ARDIANSYAH

NPM

: 1903110339

Program Studi

: ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
 (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

: ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN
 MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDISI
 PEMBAKARAN HUTAN

No.	Tanggal	Kegiatan Alumnus/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	25/7/2023	Pengajuan Judul skripsi	
2.	28/7/2023	Acc Judul skripsi	
3.	3/1/2024	Bimbingan BAB I, II, III	
4.	7/1/2024	Revisi bimbingan BAB I, II, III	
5.	16/1/2024	Acc proposal	
6.	12/2/2024	Revisi hasil sempro	
7.	23/1/2025	Bimbingan BAB IV, V	
8.	20/1/2025	Revisi bimbingan BAB IV, V	
9.	3/2/2025	Acc skripsi	

Medan, 18 FEBRUARI 2025



Ketua Program Studi,

Pembimbing,

ALHYAR ANSHORI, S.Sos, M.Kom

Dr. M. Firdausy



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 524/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 25 Februari 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
11	ALIEF AL QASIM NASUTION	1903110155	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PAMSIMAS "HARI AIR SEDUNIA 2023" KARYA PUPR CIPTA KAS
12	YOGIE ARDIANSYAH	1903110339	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA DESAIN POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI INSTAGRAM POLRES LABUHAN BATU EDIE PEMBAKARAN HUTAN
13						
14						
15						

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

Rektor

Wakil Rektor I



Ketua

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

Medan, 23 Syaban 1446 H

22 Februari 2025 M



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



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : YOGIE ARDIANSYAH
Tempat Tanggal Lahir : DANAU BALAI, 11 JUNI 1999
NPM : 1903110339
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
Agama : ISLAM
Warga Negara : INDONESIA
Alamat : DANAU BALAI A
Anak Ke : 1 DARI 3 BERSAUDARA

Data Orang Tua

Ayah : NIRWAN
Ibu : SARIYANTI
Alamat : DANAU BALAI A

Pendidikan Formal

1. Tamatan SD 06 Muhammadiyah Sigambal 2011
2. Tamatab SMP NEGERI 2 Rantau Selatan 2014
3. Tamatan SMA NEGERI 3 Rantau Utara 2017
4. Terdaftar Sebagai Mahasiswa FISIP UMSU Program Studi Ilmu Komunikasi Tahun 2019

Medan, 24 April 2025



YOGIE ARDIANSYAH