ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI "SENYUM DI BALIK PINTU TERTUTUP" CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA

TUGAS AKHIR

Oleh:

NAHDAN SYAH ABD RAUF NST
2103110244

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	:	Nahdan Syah ABD Rauf Nasution
NPM	:	2103110244
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal	:	Kamis, 17 April 2025
Waktu	:	Pukul 08.15 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof.Dr. Faustyna, S.Sos, M.M, M.I.Kom. (.....)

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

PENGUJI III : Dr. Muhammad Thariq, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua	Sekretaris
Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP	Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhanj., S.Sos., M.I.Kom

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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	: Nahdan Syah Abd Rauf Nasution
NPM	: 2103110244
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Edisi "Senyum Di Balik pintu Tertutup" Channel Youtube TB Indonesia.

Medan, 15 Maret 2025

Pembimbing

Dr. Muhammad Thariq M.I.Kom
NIDN: 0106077607

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

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Nahdan Syah Abd Rauf Nasution**, NPM **2103110244**, 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:

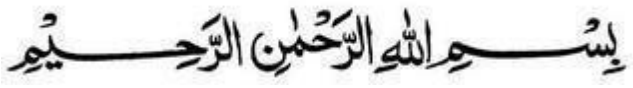
1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 6 Mei 2025

Yang Menyatakan,

Nahdan Syah Abd Rauf Nasution

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

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

Proses penyusunan pada skripsi yang berjudul **"Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Edisi " Senyum di balik pintu tertutup " Channel YouTube TB Indonesia "** ini bukanlah perjalanan yang mudah. Banyak tantangan, hambatan dam pembelajaran yang penulis alami selama menyelesaikaı penelitian ini. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak, penulis mampu menyelesaikan skripsiini tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua peneliti, yaitu kepada Bapak **Alimudin Nasution** dan Ibu **Nafiah M.Si** yang telah memberikan dukungan baik dengan cinta, kasih sayang dan dedikasi tanpa batas yang telah merawat dan membesarkan peneliti dengan memberikan doa, dan dukungan dalam setiap proses yang peneliti lakukan dan tidak dapat tergantikan.

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

pihak, oleh karena itu peneliti juga mengucapkan terima kasih sebedar-besarnya kepada:

1. Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Assoc Prof Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Assoc.Prof., Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitah Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Dr. Muhammad Thariq, S.Sos, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan atau arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
9. Teruntuk Ragil fatah Zamroni & Ismil Huda dan seluruh teman teman saya, Terima kasih atas hiburan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti dalam proses mengerjakan skripsi .
10. Teruntuk seluruh team Gala management dan Gempita Production . Terima kasih atas dukungan dan apresiasi yang telah diberikan kepada peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk UKM LPM Teropong UMSU yang pernah saya Pimpin dan teman

teman angkatan 2205 Terima kasih telah menjadi tempat saya belajar berorganisasi dan mengembangkan ilmu saya di kampus baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

12. Terima kasih kepada diri saya sendiri, Nahdan Syah Abd Rauf Nasution Terima kasih untuk diri saya sendiri, yang telah bertahan di saat ingin menyerah, yang terus berjuang meskipun sering merasa lelah. Terima kasih telah berani menghadapi segala tantangan, menyelesaikan setiap halaman, dan tidak menyerah pada rasa ragu. Perjalanan ini tidak mudah, tetapi saya berhasil melewatinya. Saya bangga pada diriku sendiri.

Dengan rendah hati peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu peneliti mohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati pembaca. Kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penelti ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 17 Maret 2025

Nahdan Syah Abd Rauf Nst

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI "SENYUM DI BALIK PINTU TERTUTUP" CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA

NAHDAN SYAH ABD RAUF NST
2103110244

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis iklan layanan masyarakat berjudul "Senyum di Balik Pintu Tertutup" di kanal YouTube TB Indonesia menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure. Iklan ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya tuberkulosis (TBC), pentingnya deteksi dini serta pencegahan dan pengobatan yang tepat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik yang digunakan adalah observasi atau Pengamatan lansung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan ini menyampaikan pesan melalui visual untuk menggugah empati penonton. Pada level penanda, visualisasi seperti pintu tertutup dan senyuman pasien TBC mencerminkan keterbatasan sosial akibat stigma penyakit. Sementara itu, pada level petanda, iklan ini menekankan pentingnya dukungan keluarga dan masyarakat dalam mendukung kesembuhan pasien serta memerangi stigma terhadap penderita TBC. Penelitian ini berkontribusi dalam memahami bagaimana media digital dapat digunakan sebagai alat kampanye kesehatan yang efektif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pembuat iklan layanan masyarakat dalam menyusun pesan yang lebih persuasif dan berdampak bagi perubahan perilaku masyarakat.

Kata Kunci: Semiotika, Ferdinand de Saussure, Iklan Layanan Masyarakat, Tuberkulosis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan masalah 4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 5
1.4 Sistematika Penulisan 5
BAB II URAIAN TEORITIS
2.1 Komunikasi Massa 7
2.2 Media Sosial 9
2.3 Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure 11
2.4 Iklan Layanan Masyarakat 12
2.5 Tuberkulosis (TBC) 14
2.6 Anggapan Dasar 15
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian 17
3.2 Kerangka Konsep 18
3.3 Definisi Konsep 18
3.4 Kategorisasi Penelitian 19
3.5 Teknik Pengumpulan Data 19
3.6 Teknik Analisis Data 20
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian 21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 23
4.1.1 Profile Iklan Layanan Masyarakat “Senyum di balik pintu tertutup” .. 23
4.1.2 Sinopsis 24
4.1.3 Analisis Makna Penanda dan Petanda 25
4.2 Pembahasan 28

4.2.1 Scene Satu 28
4.2.2 Scene Dua 29
4.2.3 Scene Tiga 31
4.2.4 Scene Empat 32
4.2.5 Scene Lima 34
BAB V PENUTUP
5.1 Simpulan 36
5.2 Saran 37

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian.....19
Tabel 4. 1 Scene 1 Analisi Makna Penanda dan Petanda.....25
Tabel 4. 2 Scene 2 Analisi Makna Penanda dan Petanda.....25
Tabel 4. 3 Scene 3 Analisi Makna Penanda dan Petanda.....26
Tabel 4. 4 Scene 4 Analisi Makna Penanda dan Petanda.....27
Tabel 4. 5 Scene 5 Analisi Makna Penanda dan Petanda.....27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Layanan Masyarakat di “Senyum di Balik Pintu Tertutup”.....3
Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....17
Gambar 3.2 Iklan Layanan Masyarakat di “Senyum di Balik Pintu Tertutup”....22
Gambar 4.1 Iklan Layanan Masyarakat di “Senyum di Balik Pintu Tertutup”....23
Gambar 4.2 Dua anak sedang bermain di luar rumah.....25
Gambar 4.3 Dokter menjelaskan bapak dan anak beresiko terkena TBC.....25
Gambar 4.4 Dokter emberi Obat kepada bapak.....26
Gambar 4.5 Para kader TBC Melakukan Investigasi.....27
Gambar 4.6 Suasana Bahagia Setelah Sembuh dari TBC.....27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi berkomunikasi serta berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, video dan berbagai konten lainnya. Beberapa tahun terakhir ini media sosial berkembang sangat pesat aplikasi seperti facebook, instagram, twiter, tiktok, dan whastapp telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Peran media sosial semakin signifikan dalam berbagai bidang salah satu aspek yang menarik dari media sosial yaitu bisa mempengaruhi opini publik dan membentuk prilaku masyarakat melalui kampanye ataupun promosi.

Media sosial memiliki karakteristik tertentu yang berkaitan dengan penyampaian informasi dalam dunia digital. Adapun karakteristik tersebut antara lain: pesan yang disampaikan bersifat umum dan ditujukan untuk banyak orang; Isi pesan yang disampaikan bersifat terbuka; Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat menyebar dibanding media lainnya ("Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Kepurbakalaan," 2017). Karakteristik tersebut merupakan kekuatan bagi institusi dalam melakukan penyebaran informasi selain menggunakan media konvensional seperti brosur, leaflet, ataupun komunikasi tatap muka (Novianti dkk., 2020).

Dengan jangkauannya yang luas media sosial dimanfaatkan sebagai sarana edukasi untuk masyarakat yang cepat dan efektif sehingga dapat mencapai audiens yang sebelumnya sulit di jangkau melalui metode yang konvensional. Misalnya

melalui video pendek di tiktok atau youtube yang dikemas secara menarik dan interaktif. Interaktifitas yang dimiliki media sosial membuat audiens memberikan feedback terhadap topik yang diangkat sebagai wujud meningkatnya partipasi masyarakat. Melalui pendekatan yang strategis dan kreatif, media sosial menjadi sarana yang efektif dalam mendidik masyarakat. Media massa mempunyai fungsi sebagai kontrol sosial dalam kehidupan demokrasi dengan berperan membangun kepercayaan publik (Adhani et al., 2022).

Youtube menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan pesan dan kampanye sosial. Beberapa tahun terakhir youtube digunakan secara luas oleh pemerintah, organisasi non pemerintah, dan lembaga sosial untuk menyampaikan iklan layanan masyarakat. Salah satu keunggulan youtube dapat menyajikan konten dalam berbagai format seperti video pendek, iklan, dokumenter, dan lainnya.

Iklan adalah suatu bentuk komunikasi tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarannya, agar mereka memberikan tanggapan yang sesuai dengan tujuan pengiklan . Iklan Layanan Masyarakat atau yang disebut juga *Public Service Announcement* merupakan sebuah bentuk program komunikasi massa untuk penyebarluasan pesan. Iklan Layanan Masyarakat merupakan sarana menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak dengan memiliki tujuan yaitu keuntungan sosial seperti penambahan pengetahuan sehingga berdampak pada timbulnya kesadaran sikap dan perubahan perilaku terhadap masalah yang diiklankan sehigga menjadi keuntungan untuk diri sendiri (Nisa, 2015). Perilaku merupakan bentuk reaksi yang muncul pada diri seseorang berdasarkan pengalaman dan pengamatan (Ananda Pratiwi & Hidayat, 2020).

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu sarana komunikasi yang digunakan oleh banyak pihak untuk menyampaikan pesan penting dengan isu sosial,kesehatan,pendidikan,keselamatan,dan lingkungan kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi prilaku serta meningkatkan kesadaran publik tentang sesuatu masalah yang dihadapi masyarakat. Namun ada juga faktor-faktor yang membuat iklan layanan masyarakat tidak tersampaikan atau dipahami dengan cara yang diharapkan.

Gambar 1. 1 Cover Iklan Layanan Masyarakat "Senyum di Balik Pintu Tertutup"

Sumber : https://www.youtube.com/watch.

Kampanye iklan layanan masyarakat youtube dapat menargetkan audiens yang spesifik sehingga penyampaian pesan lebih tepat sasaran misal nya dalam konten kesehatan yang dapat menargetkan kelompok usia tertentu atau kelompok yang rentan terhadap penyakit, dengan mengunakan strategi komunikasi yang tepat dan kreatif youtube menjadi alat yang efektif dalam mengedukasi maksyarakat dan mendorong perubahan perilaku yang positif.

Iklan layanan masyarakat dalam channel youtube TB Indonesia tentang TBC yang berjudul “Senyum dibalik pintu tertutup” yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat di sertai dengan teks, audio, dan visual yang menarik. Iklan yang berdurasi 2 menit 22 detik dibuat secara ringkas dengan alur cerita sederhana yang mudah di mengerti. Yang mengedukasi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran tentang bahaya TBC. Pesan yang disampaikan untuk melakukan tindakan konkrit seperti segera memeriksakan diri ke fasilitas kesehatan jika mengalami gejala TBC, tidak menolak untuk diperiksa oleh tenaga kesehatan serta mematuhi aturan pengobatan.

Ferdinand de Saussure, seorang ahli bahasa dan semiotika terkemuka, memperkenalkan konsep dasar semiotika yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Penanda merujuk pada bentuk fisik dari tanda, seperti gambar atau suara, sementara petanda adalah konsep atau makna yang diwakili oleh tanda tersebut. Pendekatan Saussure ini memungkinkan kita untuk memahami bagaimana makna dibangun dan disampaikan melalui berbagai elemen dalam sebuah teks atau media, termasuk animasi (Wahyudi et al., 2024).

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk memilih judul **“Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Edisi “ Senyum di Balik Pintu Tertutup” Channel Youtube TB Indonesia”.**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Analisis Semiotika Iklan Layanan

Masyarakat Edisi " Senyum di Balik Pintu Tertutup" Channel Youtube TB Indonesia?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Edisi "Senyum di Balik Pintu Tertutup" Channel Youtube TB Indonesia.

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Secara teoritis, penelitian dapat memberikan kajian tentang khasanah ilmu komunikasi khususnya mengenai iklan layanan masyarakat serta dapat dijadikan referensi dalam menambahkan uraian-urain yang bersifat teoritis.
b. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya mengenai iklan layanan masyarakat.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini yang akan diuraikan adalah latar belakang masalah, perumusan masalah , tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini yang akan diuraikan adalah pengertian Komunikasi Massa, pengertian Media Sosial, Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure, Iklan Layanan Masyarakat, dan Tuberkulosis (TBC).

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini yang akan diuraikan adalah metode penelitian. Teknik pengumpulan data, teknik analisis data, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini yang akan diuraikan adalah penyajian data dan analisis hasil wawancara.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini yang akan diuraikan adalah kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan melalui media massa kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tidak dikenal yang tersebar di wilayah yang luas sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan dalam waktu yang relatif singkat (Syuhada & Thariq, 2024).

Komunikasi massa merupakan komunikasi dengan menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditunjukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat. Pengaruh media komunikasi massa melalui model satu tahap menganggap khalayak mengalami perubahan sikap setelah melihat pesan media secara langsung tanpa hubungan perantara atau *opinion leader* (Tambunan, 2018).

Komunikasi massa ini memiliki dua jenis efek. Pertama, dampak positif, pengaruh positif ini mendorong orang untuk berkomunikasi lebih cerdas, dan membuat kegiatan komunikasi menjadi lebih mudah. Kedua, dampak negatif dampak negatif tersebut menjadikan manusia menjadi tergantung dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka dari itu manusia perlu menggunakan media komunikasi massa sebelum melaksanakan kegiatan komunikasi (Kustiawan, dkk 2022).

Komunikasi massa menimbulkan tantangan baru terhadap tanggung jawab sosial. Komunikator dan pengguna media sosial perlu memahami bahwa setiap

tindakan yang mereka lakukan di platform memiliki konsekuensi. Oleh karena itu penting untuk meningkatkan kesadaran tanggung jawab sosial dalam semua bentuk komunikasi, hal ini termasuk menghormati perbedaan pendapat, menghormati hak orang lain, dan berupaya menyebarluaskan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat (Aticha, 2024).

Fungsi komunikasi massa mempunyai peran penting pada perkembangan zaman. Maka dari itu komunikasi massa memiliki fungsi sebagai berikut: pertama fungsi pengawasan yang dibagi menjadi 2 bentuk utama yaitu *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan) yang berfungsi mengawas peringatan ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dan *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) yaitu penyampaian informasi yang digunakan untuk membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Kustiawan et al., 2022). Fungsi kedua yaitu *interpretation (*penafsiran) yaitu memberikan artian kejadian penting dengan tujuan para pembaca dapat memperluas wawasam lebih lanjut. Fungsi ketiga yaitu linkage (pertalian) yang berfungsi untuk menyatukan masyarakat berdasarkan kepentingan dan minat yang sama memalui media. Fungsi keempat yaitu *Transmision of Values* (penyebaran nilai-nilai) dan disebut juga fungsi sosialisasi yang mengacu pada cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai Kelompok. Serta fungsi ke empat yaitu *Entertainment* (hiburan).

Sebagai media komunikasi massa, YouTube menyediakan berbagai informasi dan berita yang dibutuhkan setiap orang, sehingga setiap orang dapat menemukan berita dengan lebih mudah tanpa harus pergi jauh dari rumah untuk membeli koran. Selain itu, YouTube juga banyak digunakan sebagai sumber

hiburan karena memiliki konten video hiburan yang luas (Tinambunan & Siahaan, 2022).

Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, gagasan, atau pesan kepada sejumlah besar orang melalui media komunikasi yang menjangkau khalayak luas. Media ini termasuk surat kabar, radio, televisi, internet dan bentuk media lainnya. Tujuan utama komunikasi massa adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur dan memengaruhi opini publik. Sedangkan ciri utama komunikasi massa adalah kemampuannya menjangkau khalayak luas dalam waktu yang relatif singkat. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan tidak khusus untuk orang tertentu.

2.2. Media Sosial

Media sosial adalah media daring seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual yang memungkinkan pengguna berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dengan mudah. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia, media sosial merupakan media daring yang menggunakan teknologi berbasis web yang mendukung interaksi sosial dan mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Rafiq, 2020).

Media sosial adalah jaringan berbasis internet yang memungkinkan penggunanya mengeskpresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berkomunikasi, dan terhubung dengan orang lain. Media sosial ini juga merupakan alat mediasi untuk berinteraksi dengan masyarakat (Suryaningsih, 2020).

Media sosial mengambil berbagai teknologi bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (self presentasi, self-disclosure) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi, blog dan microlog, konten, situs jejaring sosial, virtual game world, dan virtual social word (Cahyono, 2016).

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu, kelompok, dan organisasi untuk berinteraksi, berbagi konten dan berkomunikasi dengan sesama individu secara daring (Fauziah dkk., 2024). Media sosial bersifat online tools yang memfasilitasi interaksi antara penggunanya dengan cara pertukaran informasi, pendapat, dan peminatan. Media sosial terdiri dari beragam tools dan teknologi yang terdiri dari proyek gabungan (contoh: Wikipedia, Wiki-spaces), blogs (contoh: Wordpress), mikroblogs (contoh: Twitter), komunitas content (contoh: Youtube), situs jejaring sosial (contoh: Facebook, Instagram, Path), folksonomies (contoh: delicious), virtual game worlds (contoh: World of Warcraft), virtual social worlds (contoh: Second Life), dan semua akses berbasis internet lainnya.

Fungsi media sosial ialah: media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web (Purbohastuti, 2017). Media sosial adalah kumpulan aplikasi berbasis Internet yang menggunakan

ideologi dan teknologi untuk memungkinkan pengguna membuat atau berbagi informasi (Syaputra & Santoso, 2023).

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial ialah Media sosial adalah platform atau aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi daring, berbagi konten, dan membentuk komunitas. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain secara langsung atau tidak langsung dengan mengirimkan pesan, foto, video, dan berbagai jenis konten lainnya.

2.3. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure

Teori Semiotika Ferdinand de Saussure (1857-1913) (Husna & Hero, 2022). Dalam teori ini, semiotika dibagi menjadi dua bagian (dikotomi): penanda *(signifier)* dan pertanda *(signified)*. Penanda dianggap sebagai wujud atau manifestasi fisik yang dapat dikenali dari wujud suatu karya arsitektur, sedangkan tanda dianggap sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi, atau nilai yang terkandung dalam suatu karya arsitektur. Bagi Saussure, entitas semiotika adalah hubungan konvensional antara penanda dan petanda, yang biasa disebut penandaan. Semiotika makna adalah studi tentang sistem simbolik, hubungan antara unsur-unsur simbolik dalam suatu sistem berdasarkan aturan dan konvensi tertentu. Penafsiran simbol membutuhkan kesepakatan sosial. Menurut Saussure, tanda terdiri daribunyi dan gambar, yang disebut penanda atau marka, dan konsep bunyi-gambar, yang disebut petanda.

Ferdinand de Saussure dianggap sebagai pendiri linguistik dan semiotika modern (Handiansyah dkk., 2024). Teorinya menggunakan strukturalisme dan

poststrukturalisme sebagai dasar ilmu yang diciptakannya. Menurut Ferdinand de Saussure, semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda-tanda dalam kehidupan sosial dan hukum-hukum yang mengaturnya. Ini menunjukkan bahwa simbol ini terkait dengan hukum yang berlaku di masyarakat. Saussure menekankan bahwa tanda memiliki makna karena dipengaruhi oleh peran bahasa.

Ferdinand de Saussure berpendapat bahwa sistem simbol memiliki tiga aspek termasuk aspek material yang memanifestasikan dirinya dalam bentuk simbol, gambar, suara, bentuk, huruf, gerakan dan lain-lain (Fadhliyah, 2021). Berikutnya adalah aspek penanda, dan aspek ketiga adalah petanda. Dengan demikian, hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer atau tidak bermakna. Namun demikian, nilai-nilai (values) tertentu yang terkandung dalam tanda dapat dikaitkan dengan sistem tanda (sintagma) lainnya yang dapat menimbulkan perbedaan (difference). Penggunaan sistem ini akan membantu memberikan makna dan pemahaman yang tepat. terhadap situasi atau kejadian di mana Anda menafsirkan tanda tersebut.

Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Analisis semiotika Ferdinand de Saussure berfokus pada teori tanda dan fungsinya dalam komunikasi. Saussure dianggap sebagai salah satu pendiri teori simbolik modern. Ia mengembangkan konsep-konsep kunci semiotika yang memiliki dampak mendalam pada studi bahasa dan komunikasi.

2.4. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan non komersil yang dimaksudkan untuk mengundang, mendidik, memberi instruksi, atau menarik perhatian

masyarakat suatu negara atau dunia (Thariq, 2021, hal 39). Komunikan untuk piklan layanan masyarakat biasanya adalah organisasi pemerintah atau non-pemerintah. Ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat, diakui atau disetujui, dipromosikan, dan memiliki nilai lokal dan internasional.

Iklan layanan masyarakat merupakan media periklanan yang dapat menarik perhatian orang terhadap iklan yang ditayangkan dan sebagai media pelayanan dan bagi organisasi kemasyarakatan agar dikenal sebagai suatu pelayanan kepada masyarakat luas, dan Iklan layanan masyarakat ini diterbitkan dan merupakan suatu bentuk pelayanan masyarakat, Pemberitahuan yang tidak boleh digunakan untuk mempromosikan program, kegiatan, atau layanan pemerintah pusat, pemerintah daerah, atau organisasi sosial, dan pemberitahuan lainnya yang dapat disebut layanan masyarakat (Atika dkk., 2018).

Iklan layanan masyarakat memiliki prinsip yang sama dalam penyusunannya. Iklan merupakan salah satu bentuk pesan persuasive yang memiliki peran penting dalam menyampaikan maksud dan tujuan suatu Perusahaan, dan hal terpenting dalam strategi iklan layanan masyarakat adalah menciptakan komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi target adopter untuk merubah perilakunya sesuai dengan keinginan pemasar sosial (Khoiru Nisa, 2015).

Iklan layanan masyarakat merupakan jenis layanan yang dikeluarkan oleh pemerintah, tujuan adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran publik tentang sikap dan perilaku mereka terhadap isu yang diiklankan. Iklan layanan masyarakat merupakan hasil konstruksi budaya yang terkait dengan proses

ekspresi, produksi, dan implementasi dalam masyarakat (Ananda Pratiwi & Hidayat, 2020).

Pendapat di atas dapat disimpulkan iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menginformasikan kepada publik atau menyampaikan pesan penting dengan tujuan meningkatkan kesadaran, mendidik, atau mengubah perilaku demi kebaikan publik. Iklan ini unik. Iklan ini biasanya berfokus pada isu sosial, kesehatan, lingkungan, pendidikan, atau keselamatan dan sering kali diproduksi oleh pemerintah, organisasi nirlaba, atau lembaga lain dengan tujuan sosial.

2.5. Tuberkulosis (TBC)

Tuberkulosis (TB) merupakan salah satu penyebab utama morbiditas dan mortalitas di seluruh dunia. Tuberkulosis adalah penyakit yang disebabkan oleh patogen, Mycobacterium tuberculosis. TB menyerang paru-paru/tuberkulosis paru, tetapi juga dapat menyerang bagian tubuh lainnya/tuberkulosis ekstra paru. Tuberkulosis paru adalah penyakit yang terjadi ketika sistem kekebalan tubuh melemah. Dari sudut pandang epidemiologi, terjadinya penyakit dianggap sebagai hasil interaksi antara tiga komponen: inang, agen penyebab/patogen, dan lingkungan/lingkungan. Di sisi tuan rumah, kerentanan terhadap infeksi tuberkulosis sangat dipengaruhi oleh sistem kekebalan tubuh seseorang (Medika dkk., 2022).

Tuberkulosis tetap menjadi penyakit utama yang menyebabkan morbiditas dan mortalitas serta memberikan beban yang signifikan pada biaya perawatan kesehatan. Diperkirakan setiap tahun, terjadi 9 juta kasus tuberkulosis baru, dan 2

juta di antaranya meninggal. Dari 9 juta kasus baru tuberkulosis di seluruh dunia, 1 juta adalah anak-anak berusia 44-44 tahun (25%) (Kartasasmita B, 2016).

Tuberkulosis merupakan penyakit yang merusak sumber daya dan umumnya menyerang orang-orang dari lapisan sosial ekonomi bawah. Tuberkulosis adalah penyakit menular kronis yang disebabkan oleh Mycobacterium tuberculosis dan ditandai dengan pembentukan jaringan granulasi nekrotik (caseation) sebagai respons terhadap bakteri (Sejati & Sofiana, 2015).

Keberhasilan program pengendalian TB menyoroti manajemen program dan ketersediaan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Kementerian Kesehatan, 2014).

Penerapan strategi DOTS di puskesmas sangat bergantung pada peralatan dan prasarana, serta peran tenaga kesehatan dalam deteksi kasus dan penanganan cepat penderita TB paru (Inayah & Wahyono, 2019).

Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Tuberkulosis (TBC) adalah Tuberkulosis (TB) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh bakteri Mycobacterium tuberculosis. Bakteri ini biasanya menyerang paru-paru, tetapi juga dapat memengaruhi bagian tubuh lainnya, termasuk ginjal, tulang, dan otak. Tuberkulosis menular dan biasanya menyebar melalui udara ketika orang yang terinfeksi batuk, bersin, atau berbicara.

1.5 Anggapan Dasar

Anggapan dasar merupakan landasan berpikir yang dianggap benar oleh peneliti dan dapat membantu jalannya penelitian, karena penelitian akan lebih

terarah dan bisa berjalan lebih efektif dan efisien. anggapan dasar merupakan landasan teori dalam penulisan hasil penelitian (Tersiana, 2018, hal 42).

Anggapan dasar merupakan sesuatu yang diyakini kebenarannya oleh peneliti yang akan berpengaruh sebagai hal yang dipakai untuk tempat berpijak bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian. Anggapan dasar dalam penelitian ini adalah:

1. Penanda *(signifier)*: bentuk fisik tanda seperti gambar pintu tertutup, senyuman di baliknya, warna, teks, atau simbol visual dalam iklan layanan masyarakat "senyum di balik pintu tertutup"
2. Petanda *(signified)*: konsep atau makna yang digambarkan oleh penanda tersebut, antara lain kesedihan maupun optimisme.
3. Makna dalam iklan "senyum di balik pintu tertutup" terdiri dari konteks sosial, budaya, serta situasi audiens.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan motode deksriptif dan menggunakan "pisau" analisis Semiotika Ferdinand de Saussure menggunakan dua elemen yaitu Penanda *(signifier)* dan Petanda *(signified)*.

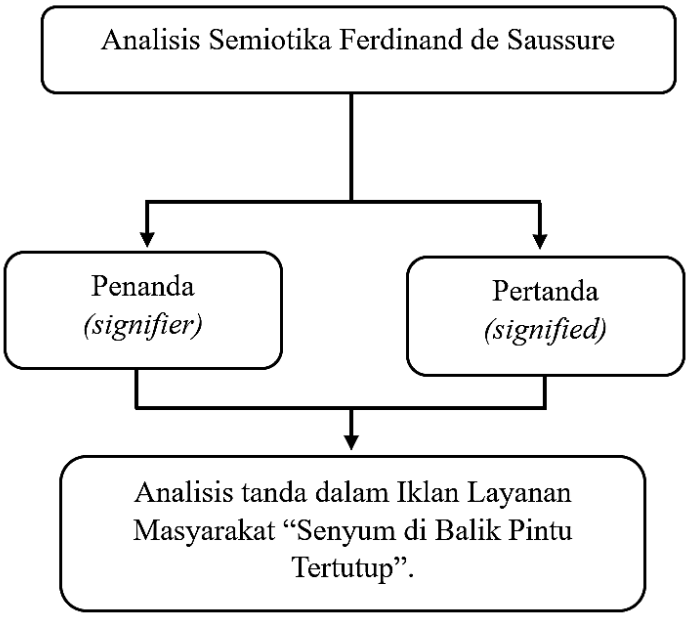
Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan fenomena sosial tertentu (tunggal atau jamak). Data biasanya diekstraksi dari satu atau beberapa sumber dengan menggunakan metode observasi/pengamatan langsung atau survei. Desain penelitian dapat bersifat kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi kuantitatif dan kualitatif. Penelitian deskriptif dalam ilmu komunikasi sangat berguna dalam menemukan variasi masalah yang terkait dengan perilaku manusia. Misalnya, orang yang menggunakan media baru untuk berkomunikasi (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada proses dan makna daripada menguji atau mengukur data secara tepat dalam bentuk data deskriptif. Dalam penelitian ini, peristiwa didengar, dirasakan, dan dijelaskan dalam bentuk naratif atau deskriptif. Jenis penelitian ini bercirikan sifat-sifat alamiah atau didasarkan pada fenomena yang terjadi di lapangan, dengan menitikberatkan pada kualitasnya (Zakariah dkk., 2020).

3.2. Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep yang penulis gambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Olahan Peneliti (2025)

3.3 Definisi Konsep

Konsep adalah definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial atau abstrak dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan kelompok atau individu. Berkaitan dengan hal itu, maka dalam penelitian ini digunakan konsep-konsep sebagai berikut:

1. Iklan Layanan Masyarakat "senyum di balik pintu tertutup"

   Iklan layanan masyarakat "senyum di balik pintu tertutup" mengedukasi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran tentang bahaya TBC. Pesan yang

disampaikan untuk melakukan tindakan konkrit seperti segera memeriksakan diri ke fasilitas kesehatan jika mengalami gejala TBC, tidak menolak untuk diperiksa oleh tenaga kesehatan serta mematuhi aturan pengobatan.

2. Semiotika Ferdinand de Saussure

   Teori Ferdinand de Saussure mengatakan bahasa ialah sistem tanda, dan setiap tanda tersusun atas bagian *Signifier* (penanda), dan *Signified* (petanda). Hubungan antara *Signifier* dan *Signified* disebut sebagai signifikasi.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian menunjukkan bagaimana mengukur suatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisis dari variable tersebut. Kategorisasi dari penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep	Indikator
1.	Analisis Semiotika	Penanda *(signifer)* Pertanda *(signified)*
2.	Iklan Layanan Masyarakat "Senyum di balik pintu tertutup".	Tanda

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitiann ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya. Dilakukan dengan observasi (pengamatan) menonton dan mengamati adegan, suara, dan gesture yang menujukkan perilaku mengedukasi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran tentang bahaya TBC.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data yang dianggap relevan pada objek penelitian agar dapat dijadikan sebagai acuan referensi, diperoleh melalui buku, jurnal, dan referensi yang berkaitan.

3.6. Teknik Analisis Data

Proses analisis data adalah menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto, dan sebagianya (Annisa, 2023). Setelah data dikumpulkan, maka dilakukann reduksi data dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap terjaga didalamnya. Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transportasi data kasar yang muncul dari

catatan dilapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis dengan menggolongkan, mengkategorisasikan, mengarahkan, dan membuang data yang tidak perlu. Tujuan dari reduksi data ini ialah untuk mempercepat analisis, mengurangi biaya penyimpanan, serta meningkatkan efisiensi dalam pengolahan data.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyusun, mendeksripsikan, dan menampilkan data dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh pembaca, penyajian data bertujuan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan efektif. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, penyajiannya juga dapat berupa matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

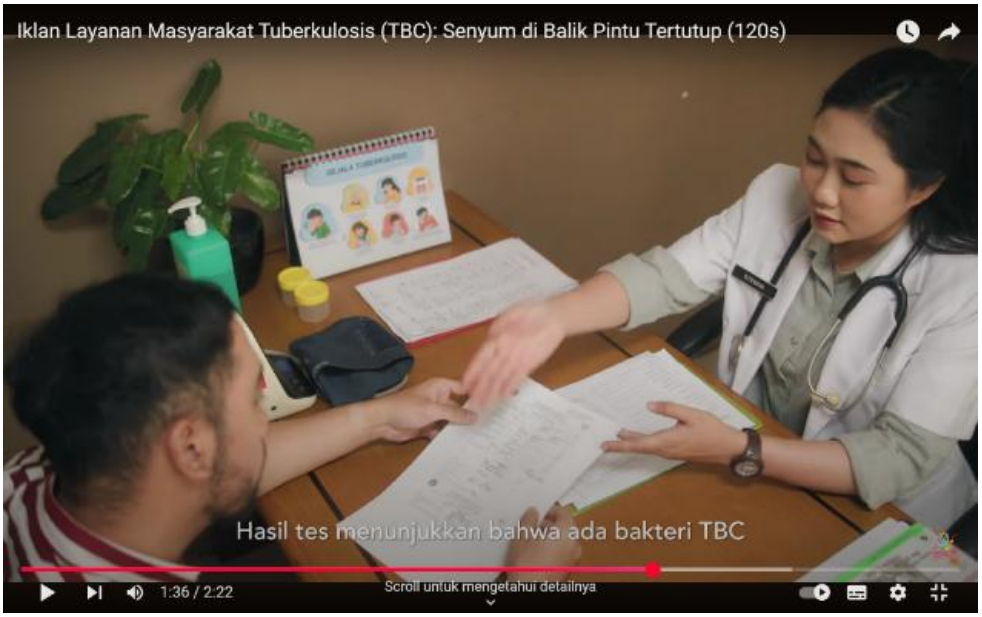
c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Data yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohannya. Dalam verifikasi ternyata ada kesimpulan yang masih meragukan dan belum disepakati kebenaran maknanya, maka kembali ke proses pengumpulan data. Tindakan memvalidasi sangat penting dalam penarikan kesimpulan.

3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini akan dilakukan dari mulai Januari 2025 sampai Maret 2025, sedangkan untuk lokasi penelitian tidak ada tempat khusus yang akan dilakukan saat penelitian, karena penelitian ini dapat dilakukan dimana saja dengan objek iklan video yang dapat ditontotn melalui Youtube.

Gambar 3.2 Iklan Layanan Masyarakat “Senyum di balik pintu tertutup”



Sumber : https://www.youtube.com/watch.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Iklan Layanan Masyarakat “Senyum di balik pintu tertutup”

Gambar 4.1 Iklan Layanan Masyarakat “Senyum di balik pintu tertutup”

Sumber : https://www.youtube.com/watch.

Iklan layanan masyarakat dengan tema “TBC” adalah iklan yang di kelolah oleh TB Indonesia yang tayang pada akun Youtube TB Indonesia dan rilis pada tanggal 11 November 2024 dengan durasi 2.23 menit. Pada tayangan iklan tersebut dapat kita lihat bagaimana pentingnya kesadaran keluarga dalam kesembuhan pasien TBC, mulai dari membantu hidup sehat, dengan mengkonsumsi makanan sehat, menjaga kebersihan, dan yang paling penting tetap mengkonsumsi obat secara teratur hingga jangka waktu yang sudah di tentukan oleh dokter. Iklan layanan masyarakat “TBC” sudah diputar sebanyak 803 tayangan dengan 44 penyuka di Youtube.

Iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penyakit tuberkulosis (TBC) dan pentingnya mendeteksi serta menangani penyakit ini secara dini. Dalam video tersebut, narasi yang disampaikan menggambarkan penderitaan pasien TBC yang sering kali disembunyikan karena stigma sosial. Masyarakat diingatkan akan pentingnya dukungan terhadap orang yang terinfeksi TBC, serta ajakan untuk membuka pintu rumah dan hati, agar pasien merasa diterima dan didukung.

4.1.2. Sinopsis

Video iklan layanan masyarakat ini mengangkat isu mengenai penyakit tuberkulosis (TBC) dan stigma sosial yang sering dihadapi oleh para penderitanya. Dalam iklan ini, diceritakan tentang seorang penderita TBC yang merasa terisolasi dan tidak bisa terbuka kepada orang lain karena takut dihakimi atau dijauhi oleh masyarakat. Ia terkurung di dalam rumah, dengan hanya bisa menunjukkan senyuman tipis di balik pintu yang tertutup. Melalui visual yang penuh makna, video ini menggambarkan bagaimana penderita TBC sering kali merasa kesepian dan terpinggirkan.

Pesan utama yang disampaikan adalah pentingnya masyarakat untuk membuka pintu hati dan mendukung mereka yang menderita TBC, agar mereka tidak merasa sendiri dalam perjuangan mereka melawan penyakit ini. Iklan ini bertujuan untuk mengurangi stigma, mengajak masyarakat untuk peduli, dan memperlihatkan bahwa dengan dukungan dan pengobatan yang tepat, penderita TBC dapat sembuh dan kembali hidup normal.

4.1.3. Analisis Makna Penanda dan Petanda

Tabel 4.1 Scene 1 Analisis Makna Penanda dan Petanda

Gambar 4.2 Dua anak sedang bermain di luar rumah

Sumber: https://www.youtube.com/watch.

Signifier **(PENANDA)**	*Signified* **(PETANDA)**
Terlihat anak-anak diluar sedangkan ibu dan bapak didalam kamar	dalam adegan ini, meskipun anak tampak sembuh, ibunya tetap menjaga jarak dan tidak mengizinkannya keluar rumah. Hal ini menekankan pentingnya kewaspadaan terhadap penularan TBC, bahkan setelah seseorang terlihat sehat..

Tabel 4.2 Scene 2 Analisi Makna Penanda dan Petanda

Gambar 4.3 Dokter Menjelaskan bapak dan anak Beresiko Terkenak TBC

Sumber: https://www.youtube.com/watch.

PENANDA	PETANDA
Keluarga bisa terkena penularan penyakit TBC	Pada scene ini, iklan ini menunjukan bahwa penularan TBC bisa terjadi di lingkungan keluarga, bahkan ketika seseorang tidak menunjukkan gejala yang parah. Ini mengingatkan kita untuk selalu waspada, terutama di dalam rumah.

Tabel 4.3 Scene 3 Analisi Makna Penanda dan Petanda

Gambar 4.4 Dokter Memberi Obat Kepada Bapak

Sumber: https://www.youtube.com/watch.

PENANDA	PETANDA
Mengikuti proses pengobatan TBC dengan baik.	Dalam adegan ini, iklan menekankan betapa pentingnya menjalani proses pengobatan TBC secara disiplin dan tepat waktu sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Kepatuhan terhadap pengobatan tidak hanya berperan dalam memastikan kesembuhan total bagi pasien, tetapi juga menjadi langkah krusial dalam mencegah penyebaran penyakit kepada orang lain. Oleh karena itu, pesan utama dalam adegan ini adalah bahwa mengikuti pengobatan secara konsisten bukan hanya untuk

	kesehatan individu, tetapi juga sebagai upaya perlindungan bagi keluarga dan masyarakat dari risiko penularan lebih lanjut.

Tabel 4.4 Scene 4 Analisi Makna Penanda dan Petanda

Gambar 4.5 Para kader TBC Melakukan Investigasi

Sumber: https://www.youtube.com/watch.

PENANDA	PETANDA
Langkah-langkah pencegahan penularan penyakit TBC	Pada scene ini, ibu terlihat melihat langkah-langkah pencegahan seperti tidak membiarkan anak keluar rumah dan menjaga kebersihan. Ini menegaskan bahwa protokol kesehatan adalah bagian penting dari pencegahan penularan TBC.

Tabel 4.5 Scene 5 Analisi Makna Penanda dan Petanda

Gambar 4.6 Suasana Bahagia Setelah Sembuh dari TBC

Sumber: https://www.youtube.com/watch.

PENANDA	PETANDA
Sebuah keluarga, yang menunjukkan bahwa penyakit TBC bisa sembuh dan keluarga bisa kumpul lagi bersama	Pada scene ini bertujuan untuk menyebarkan kesadaran di masyarakat bahwa TBC bukan hanya masalah kesehatan individu, tetapi juga merupakan masalah yang mempengaruhi keluarga dan lingkungan sekitar. Dengan kesadaran yang lebih luas, penyebaran TBC lebih bisa dikendalikan dan disembuhkan.

4.2. Pembahasan

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure yang di mana teori semiotika strukturalis memandang bahasa sebagai sistem tanda. Dalam hal ini penulis menggunakan video "Iklan Layanan Masyarakat Tuberkolosis (TBC) Senyum di balik Pintu Tertutup." Ada lima (5) scene dalam hal ini yang penulis teliti, mulai dari: Dua anak sedang bermain di luar rumah, konsultasi pasien dengan seorang dokter, proses pemberian obat oleh dokter, langkah-langkah pencegahan penularan penyakit TBC, dan sebuah keluarga.

4.2.1. Scene Satu

Pada detik ke-0.45 dalam video tersebut, terlihat seorang ibu yang dengan sengaja menjaga jarak dari anaknya, meskipun anak tersebut tampak telah pulih dari penyakit tuberkulosis (TBC). Ibu tersebut tampaknya masih berhati-hati dan tidak membiarkan anaknya bermain di luar rumah. Tindakan ini mencerminkan kehati-hatian yang diambilnya karena adanya kemungkinan bahwa meskipun seseorang telah dinyatakan sembuh, kuman penyebab TBC mungkin masih dapat menular ke

orang lain, terutama jika langkah-langkah pencegahan tidak dilakukan dengan disiplin.

Penjelasan ini menjadi sangat penting dalam memahami bahwa seseorang yang terlihat sehat setelah mengalami TBC belum tentu sepenuhnya bebas dari risiko menularkan penyakit tersebut. Kuman Mycobacterium tuberculosis yang menjadi penyebab TBC bisa saja masih bertahan dalam tubuh dan berisiko menyebar jika protokol kesehatan tidak dijalankan dengan baik. Oleh karena itu, penerapan langkah-langkah pencegahan seperti menjaga jarak fisik, menggunakan masker, menjaga kebersihan udara di dalam rumah, serta memastikan lingkungan tetap sehat dan bebas dari faktor risiko penularan menjadi hal yang sangat krusial.

Keputusan ibu untuk tetap menjaga jarak dan membatasi aktivitas luar ruangan anaknya menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya pencegahan dalam proses pemulihan. Tindakan tersebut mengingatkan kita bahwa pemulihan dari penyakit tidak hanya sekadar terbebas dari gejala atau dinyatakan sembuh oleh tenaga medis, tetapi juga mencakup upaya perlindungan terhadap orang lain agar tidak terjadi penyebaran lebih lanjut. Dengan demikian, sikap waspada yang ditunjukkan ibu dalam iklan ini memberikan pesan penting bahwa menjaga kesehatan diri sendiri juga berarti menjaga kesehatan lingkungan dan masyarakat secara luas.

4.2.2. Scene Dua

Pada menit ke-1.15 dalam video ini, kita diingatkan akan betapa pentingnya menjaga kewaspadaan di dalam rumah, lingkungan di mana kita sering berinteraksi dengan anggota keluarga dan orang-orang terdekat. Rumah sering kali dianggap

sebagai tempat yang aman, tetapi dalam konteks penyakit menular seperti tuberkulosis (TBC), kewaspadaan tetap diperlukan. Ini karena penularan TBC tidak selalu bergantung pada gejala yang terlihat jelas. Seseorang yang tampak sehat dan tidak mengalami batuk terus-menerus mungkin tetap berpotensi menularkan kuman Mycobacterium tuberculosis, terutama jika ia belum menjalani pengobatan yang memadai atau belum menyelesaikan perawatan secara tuntas.

Pesan utama yang ingin disampaikan dalam momen ini adalah bahwa meskipun seseorang tidak menunjukkan tanda-tanda sakit yang mencolok, kita tetap harus menerapkan langkah-langkah pencegahan untuk mengurangi risiko penularan. Hal ini mencakup menjaga jarak fisik saat berinteraksi, mengenakan masker saat berada di dalam ruangan bersama orang lain, serta memastikan bahwa rumah memiliki ventilasi yang baik agar udara segar dapat terus mengalir dan mengurangi konsentrasi kuman di udara. Dengan menerapkan protokol kesehatan ini, kita tidak hanya melindungi diri sendiri, tetapi juga menjaga kesehatan keluarga dan orang-orang yang kita sayangi.

Penting untuk diingat bahwa TBC bisa menjadi penyakit yang serius meskipun gejalanya tidak selalu terlihat sejak awal. Oleh karena itu, kewaspadaan di dalam rumah harus menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari, terutama dalam keluarga yang memiliki anggota dengan riwayat TBC atau yang berisiko lebih tinggi terinfeksi. Dengan memahami pentingnya pencegahan dan disiplin dalam menerapkan protokol kesehatan, kita dapat berkontribusi dalam mengurangi penyebaran TBC dan menciptakan lingkungan yang lebih sehat bagi semua orang.

4.2.3. Scene Tiga

Pada detik ke-1.26, iklan ini dengan jelas menyoroti pentingnya kepatuhan dalam menjalani pengobatan TBC hingga tuntas. Jika seseorang menghentikan pengobatan sebelum waktunya atau tidak mengikuti prosedur medis dengan benar, meskipun merasa sudah sembuh, risiko yang ditimbulkan bisa sangat besar. Tidak hanya berisiko memperburuk kondisi kesehatan diri sendiri, tetapi juga meningkatkan kemungkinan penyebaran penyakit kepada orang-orang di sekitarnya. Kuman penyebab TBC bisa tetap bertahan di dalam tubuh jika pengobatan tidak diselesaikan sesuai anjuran dokter, yang kemudian dapat menyebabkan penyakit kambuh dengan tingkat keparahan yang lebih tinggi atau bahkan menjadi kebal terhadap obat, sehingga semakin sulit untuk disembuhkan.

Iklan ini menegaskan bahwa disiplin dalam menjalani pengobatan adalah faktor utama dalam mengendalikan penyebaran TBC dan memastikan kesembuhan total. Dengan menggunakan ikon yang mencerminkan keteguhan serta narasi yang ditekankan secara persuasif, pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa pengobatan yang teratur dan tuntas bukan hanya penting bagi pasien itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat secara luas. Ketika seseorang

menghentikan pengobatan sebelum waktunya, mereka tidak hanya berisiko mengalami komplikasi kesehatan, tetapi juga secara tidak langsung dapat menjadi sumber penularan baru bagi keluarga, teman, dan orang-orang yang berada di lingkungan sekitar.

Melalui pendekatan visual dan verbal yang kuat, iklan ini berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa perasaan lebih baik bukanlah indikator

bahwa penyakit telah sepenuhnya hilang. Proses pengobatan harus dijalani sampai selesai agar kuman benar-benar mati dan tidak ada lagi potensi penularan. Disiplin dalam meminum obat sesuai jadwal yang telah ditentukan, mengikuti kontrol medis secara rutin, serta memahami konsekuensi dari penghentian pengobatan adalah langkah-langkah penting dalam upaya bersama untuk memutus rantai penyebaran TBC.

Dengan adanya pesan ini, diharapkan masyarakat semakin memahami bahwa keberhasilan melawan TBC tidak hanya bergantung pada perawatan medis, tetapi juga pada kesadaran individu dalam bertanggung jawab terhadap kesehatannya sendiri dan orang-orang di sekitarnya. Kepatuhan terhadap pengobatan bukan hanya tentang menyembuhkan diri sendiri, tetapi juga bagian dari upaya kolektif dalam menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan bebas dari ancaman penyakit menular ini.

4.2.4. Scene Empat

Pada menit ke-1.41 dalam iklan tersebut, terlihat bagaimana seorang ibu dengan penuh ketegasan dan kepedulian melindungi anaknya dengan memastikan bahwa, meskipun anak tersebut tampak telah sembuh dari TBC, mereka tetap berada di dalam rumah dan tidak melakukan kontak langsung dengan lingkungan luar. Tindakan ini mencerminkan kesadaran ibu terhadap pentingnya menjaga jarak sebagai langkah pencegahan, demi meminimalisir kemungkinan penyebaran penyakit kepada orang lain. Keputusan untuk membatasi interaksi dengan lingkungan luar bukan hanya sekadar tindakan perlindungan pribadi, tetapi juga bentuk tanggung jawab sosial agar risiko penularan dapat ditekan sekecil mungkin.

Selain itu, ibu dalam iklan ini juga menunjukkan kepatuhannya terhadap protokol kesehatan dengan menjaga kebersihan rumah dan memastikan bahwa lingkungan tempat tinggal tetap higienis. Langkah-langkah seperti rutin membersihkan rumah, memastikan sirkulasi udara yang baik, serta membatasi interaksi fisik yang tidak perlu adalah bagian dari upaya pencegahan yang sangat penting dalam menekan penyebaran TBC, terutama dalam ruang lingkup keluarga. Ini menegaskan bahwa perlindungan terhadap penyakit menular tidak hanya mengandalkan pengobatan medis, tetapi juga memerlukan kedisiplinan dalam menerapkan kebiasaan hidup bersih dan sehat.

Pesan utama yang ingin disampaikan melalui iklan ini adalah bahwa keberhasilan dalam mengatasi TBC tidak hanya bergantung pada pengobatan yang tepat dan kepatuhan dalam menjalani terapi, tetapi juga pada langkah-langkah pencegahan yang harus terus dilakukan, bahkan setelah seseorang tampak pulih. Kebersihan rumah, menjaga ventilasi udara yang baik, serta membatasi interaksi dengan orang di luar rumah merupakan tindakan yang sangat penting dalam mengurangi risiko penyebaran penyakit ini.

Dengan cara ini, masyarakat diingatkan bahwa melindungi diri sendiri berarti juga melindungi keluarga dan komunitas sekitar dari kemungkinan penularan yang lebih luas. Kesadaran dan kepedulian dalam menerapkan protokol kesehatan bukan hanya untuk kepentingan individu, tetapi juga sebagai bagian dari upaya bersama dalam menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan aman bagi semua orang.

4.2.5. Scene Lima

Pada menit ke-2.15 dalam iklan tersebut, tampak jelas bagaimana anggota keluarga, terutama ibu, dengan penuh perhatian berusaha melindungi anak serta anggota keluarga lainnya dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Mereka memastikan bahwa jarak fisik tetap terjaga, kebersihan rumah terus diperhatikan, dan lingkungan tempat tinggal tetap higienis untuk meminimalkan risiko penyebaran penyakit. Tindakan ini mencerminkan kesadaran bahwa tuberkulosis (TBC) bukan hanya berbahaya bagi individu yang terinfeksi, tetapi juga dapat dengan mudah menyebar kepada anggota keluarga yang tinggal serumah serta orang-orang di lingkungan sekitar jika tidak ada langkah pencegahan yang diterapkan secara disiplin.

Iklan ini ingin menekankan bahwa TBC bukan sekadar masalah kesehatan pribadi, melainkan memiliki dampak yang jauh lebih luas dan dapat mengancam kesejahteraan keluarga serta komunitas secara keseluruhan. Ketika satu anggota keluarga terinfeksi, risiko penularan meningkat, terutama dalam kondisi rumah dengan ventilasi buruk atau jika tidak ada kesadaran untuk menjalankan protokol kesehatan. Oleh karena itu, melalui iklan ini, masyarakat diajak untuk memahami bahwa pencegahan bukan hanya tanggung jawab individu yang sakit, tetapi juga menjadi tugas bersama dalam keluarga dan lingkungan. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai cara penularan TBC, diharapkan muncul rasa tanggung jawab kolektif untuk bersama-sama mencegah penyebaran penyakit ini.

Langkah-langkah seperti menjaga jarak, menggunakan masker, menjaga kebersihan tangan, serta memastikan rumah memiliki sirkulasi udara yang baik bukan hanya melindungi individu yang sudah terinfeksi agar tidak menularkan penyakit, tetapi juga melindungi mereka yang sehat agar tidak tertular. Selain itu, kepatuhan terhadap pengobatan yang tepat dan menyeluruh juga menjadi faktor kunci dalam mengendalikan penyebaran TBC dalam skala yang lebih luas, baik di tingkat keluarga maupun masyarakat.

Dengan meningkatnya kesadaran dan pemahaman mengenai bahaya serta risiko penularan TBC, diharapkan masyarakat dapat lebih proaktif dalam menjaga kesehatan diri sendiri dan orang-orang di sekitar mereka. Upaya bersama dalam menerapkan protokol kesehatan, mendukung pengobatan yang tepat, serta menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat akan berkontribusi besar dalam mengendalikan penyebaran TBC. Jika kesadaran ini terus meningkat dan diiringi dengan tindakan nyata, maka kemungkinan untuk mengurangi angka penularan TBC secara signifikan menjadi lebih besar, menciptakan masyarakat yang lebih sehat dan terlindungi dari ancaman penyakit menular ini.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa iklan layanan masyarakat "Senyum di Balik Pintu Tertutup" memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pencegahan dan pengobatan tuberkulosis (TBC). Dengan menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, penelitian ini menemukan bahwa iklan menyampaikan pesan kesehatan melalui simbol visual dan narasi yang kuat dalam lima scene utama:

1. Kesadaran akan Risiko Penularan TBC tetap menular meskipun gejalanya membaik, sehingga menjaga jarak dan membatasi interaksi tetap penting.
2. Pentingnya Kewaspadaan di Lingkungan Keluarga karna TBC dapat menyebar di rumah tanpa gajala, sehingga perlu kewaspadaan ekstra.
3. Kepatuhan terhadap Pengobatan dengan cara menyelesaikan pengobatan hingga tuntas adalah kunci kesembuhan dan pencegahan penularan lebih lanjut.
4. Penerapan Langkah dan Pencegahan dengan cara menjaga kebersihan, ventilasi udara yang baik, dan mengurangi kontak dengan orang lain dapat membantu mencegah penyebaran.
5. Dampak TBC memengaruhi individu, keluarga, dan komunitas, sehingga kesadaran bersama diperlukan untuk pengendaliannya.

5.2. Saran

Peneliti memiliki beberapa saran dalam hal ini untuk Iklan Layanan Masyarakat “Senyum di balik Pintu Tertutup” yang dikelola oleh Channel YouTube TB Indonesia adalah:

1. Channel youtube TB Indonesia membuat atau memproduksi iklan layanan masyarakat tentang TBC setiap tahun guna meningkatkan edukasi serta pemahaman bagi masyarakat Indonesia, termasuk para penderita dan keluarganya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi akademisi dan praktisi, serta memperluas wawasan dalam analisis iklan layanan masyarakat. Semoga temuan yang disajikan dapat menginspirasi penelitian lebih lanjut dalam mengkaji dinamika yang terkait.

Daftar Pustaka

Adhani, A., Anshori, A., & Yenni. (2022). *Relasi Media dan Kampus (Rekam Jejak fisip umsu) dalam tata kelola pendidikan tinggi di era industri 4.0 dan masa pandemi covud-19* (Vol. 1), hal.1.

Ananda Pratiwi, S., & Hidayat, D. (2020a). Iklan Layanan Masyarakat Covid-19 Di Media Sosial Dan Perilaku Masyarakat Di Jawa Barat. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *17*(2), 71–82.

Ananda Pratiwi, S., & Hidayat, D. (2020b). Annisa, F. (2023). *Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data*.

Aticha, V. (2024). *Etika dalam Komunikasi Massa: Analisis Penyebaran Informasi di Media Sosial dan Implikasinya bagi Masyarakat*.

Atika, J., Minawati, R., EkoBudi Waspada, A., Studi Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang, P., Studi Desain Komunikasi Visual, P., Seni Rupa dan Desain, F., & Teknologi Bandung, I. (2018). iklan layanan masyarakat peduli sampah. In *Jurnal Proporsi* (Vol. 3, Issue 2).

Cahyono, A. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*.

Fadhliyah, Z. (2021). *Semiotics of ferdinand de saussure as a method for interpreting of al-qur'an: a theoretical study*. *4*(1). https://al-afkar.com/index.php/Afkar_Journal/issue/view/4https://al-fkar.com/index.php/Afkar_Journal/issue/view/4

Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial pada Perubahan Sosial Masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, *5*(1), 757–766. https://doi.org/10.54373/imeij.v5i1.645

Handiansyah, F., Fadhillah, M. R., Sambora, C. E., Drajat, Z. A., & Fahlapi, R. (2024). *Analisa Semiotika Ferdinand de Saussure Terhadap Lirik Lagu "Sakura No Hanabiratachi" Karya Jkt48*. *2*(6), 655–666.

Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Sausures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. In *Journal of Discourse and Media Research Juni* (Vol. 2022, Issue 1).

Inayah, S., & Wahyono, B. (2019). *Higeia Journal of Public Health Research and Development Penanggulangan Tuberkulosis Paru dengan Strategi DOTS Info Artikel*. https://doi.org/10.15294/higeia/v2i3/25499

Kartasasmita B, C. (2016). *Epidemiologi Tuberkulosis*.

Khoiru Nisa, N. (2015). *Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ilm) Dalam Pemasaran Sosial*.

Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (n.d.). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, *11*(1), 2022. https://www.researchgate.net.acid.

Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, *11*(1). https://www.researchgate.net.ac,id.

Medika, A., Bisa Diantara, L., Hasyim, H., Puji Septeria, I., Tamela Sari, D., Tri Wahyuni, G., Anliyanita, R., Kesehatan Masyarakat, F., Sriwijaya, U., Selatan, S., Kesehatan Kemenkes Palembang, P., Kesehatan KCU Palembang, B., Tanjung Lago Banyuasin, P., & Sako Palembang, P. (2022). *Tuberkulosis Masalah Kesehatan Dunia: Tinjauan Literatur*. https://doi.org/10.36729

Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *11*(1), 48–59.

Purbohastuti Wahyuni, A. (2017). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi* (Vol. 12, Issue 2).

Rafiq, A. (2020). *Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat*.

Sejati & Sofiana. (2015). Faktor-Faktor Terjadinya Tuberkulosis. In *Kemas* (Vol. 10, Issue 2). http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/kemas

Suryaningsih, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik*.

Syaputra, A., & Santoso, P. (2023). Analisis Semiotika Karikatur Konferensi Tingkat Tinggi Asean Ke 24 Pada Postingan Akun Instagram Jokowi Semiotic Analysis Of Characters Of The 24th Asean High Level Conference On Jokowi's Instagram Account Posts. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *2*(3), 183–188.

Syuhada, F., & Thariq, M. (2024). Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Telkomsel Semangat Indonesia Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis of the Telkomsel Spirit of Indonesia Advertisement. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *3*(2), 93–103.

Tambunan, N. (2018). *The Effect of Mass Communication on the Audience*. *Simbolika*, *4*(1). http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika

Tersiana Andra. (2018). *Metode Penelitian*, hal. 41-42.

Thariq, M. (2021). *Periklanan & Manajemen Media*, hal. 39, http://umsupress.umsu.ac.id/

Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). *Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa di Kalangan Pelajar*. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 5, Issue 1). www.youtube.com

Wahyudi, Saat, I., & Hidayat, M. M. (2024). Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya Volume 3 Nomor 1 (2024) 1. *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, *3*(1), 1–20.

Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development (r n d)*. 157–165.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). The type of descriptive research in communication study. *Jurnal Diakom*, *1*(2), 83–90.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.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

Medan, 30 Desember 2024

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi .Ilmu Komunikasi
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 : Nahdan Syah Abd Rauf Nasution
N P M : 2103110244
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3,51

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Makna Visual Pada Film Pendek Edisi "Cara Melupakan Mantan" karya KAI.	
2	Makna Pesan Moral Iklan Layanan Masyarakat "Awas Nanti di Cium Kereta" Pada Kanal Youtube BTP Medan.	
3.	Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Edisi "Senyum di Balik Pintu Tertutup" channel Youtube TB Indonesia.	✓ 9 Jan 2025

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.*

100.21.311

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

Medan, tanggal. 09 Januari 2025
Ketua
Program Studi. ILMU KOMUNIKASI

(Akhyar Ansori, S.Sos, M.Ikom.)
NIDN:

Pemohon,

(Nahdan Syah A. Rauf Nst.)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi. ILMU KOMUNIKASI

9/1/25 — 9/1/25

(Dr. M. Thariq)
NIDN: 0106077007

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia 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-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 62/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	: **NAHDANSYAH ABDUL RAUF NASUTION**
N P M	: 2103110244
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: **ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI "SENYUM DI BALIK PINTU TERTUTUP" CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA**
Pembimbing	: **Dr. MUHAMMAD THARIQ, 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: 100.21.311 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.

Dipindai dengan CamScanner

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, 14 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 : Nahdan Syah ABD RAUF NST
NPM : 2103110249
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: ...62../SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal ...9 Januari 2025..... dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI "SENYUM DI BALIK PINTU TERTUTUP" CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA

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	
(Atchyar Ansori, S.Sos.M.Ikom)	(Dr. M. Thoriq)	(Nahdan Syah ABD Rauf NST)
NIDN: 0127049401	NIDN: 0106077601	

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 SKRIPSI
61	ASTRI ANITA	2103110079	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN., MSP.	Dr. LUTFI BASIT. S.Sos., M.I.Kom.	KESADARAN MEMBAYAR PAJAK: STUDI KUALITATIF ATAS SOSIALISASI PROGRAM PEMUTIHAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR 2024 DI SUMATERA UTARA
62	RAHMA YULIA NASUTION	2103110132	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	REPRESENTASI TOLERANSI ANTARAGAMA DALAM KARAKTER FILM PENDEK KOS-KOSAN DI YOUTUBE PANIRADYA KAISTIMEWAN
63	AUDRI FIRANTI	2103110123	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIFTAH DALAM CERAMAH MELALUI PLATFORM YOUTUBE DAKWAH PEDIA EDISI PENGAJIAN AKBAR BOYOLALI
64	NAHDANSYAH ABDUL RAUF NASUTION	2103110244	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI "SENYUM DI BALIK PINTU TERTUTUP" CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA
65	ANNISA KHAIRIYAH	2103110150	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MEMASARKAN PRODUK BAHAN TANAMAN UNGGUL PUSAT PENELITIAN KELAPA SAWIT (PPKS) MEDAN

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

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

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 : Nahdan Syah Abd Rauf M ST
NPM : 2103110244
Program Studi : Ilmu komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Analisis Semiotika Iklan layanan masyarakat Edisi "Senyum di Balik Pintu Tertutup" Channel Youtube Indonesia

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	9/1/25	ACC Judul Skripsi	[paraf]
2.	22/1/25	Bimbingan Proposal	[paraf]
3.	3/2/25	Revisi Proposal	[paraf]
4.	10/2/25	ACC Proposal	[paraf]
5.	18/2/25	Bimbingan Pasca Sempro	[paraf]
6.	21/2/25	Revisi Proposal & BAB IV	[paraf]
7.	28/2/25	Revisi BAB IV / ACC	[paraf]
8.	10/3/25	BAB V & Abstrak / D. Pustaka	[paraf]
9.	12/3/25	ACC BAB V, ABStrak & D. pustaka	[paraf]
10.	15/3/25	ACC Sidang	[paraf]

Medan, Maret 2025

Dekan,	Ketua Program Studi,	Pembimbing,
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos. MSP.)	(Akhyar Anshori S.Sos. M.Ikom)	(Dr. Muhammad Thariq M.Ikom)
NIDN: 0030017402	NIDN: 0127048401	NIDN: 0106077607

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

CS Dipindai dengan CamScanner

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

Pogram Studi : **Ilmu Komunikasi**
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 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	
56	AMEYLIA PUTRI HARAHAP	2103110135	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI PENGGUNAAN VISUAL EFEK UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK AUDIENS PADA KONTEN MISTERI NESSIE JUDGE DI PLATFORM YOUTUBE
57	YOLA FRANSISKA SIREGAR	2103110289	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	MANAJEMEN KOMUNIKASI ORGANISASI KORPS PASUKAN SMA NEGERI 2 (KOPASDA) TEBING TINGGI DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA
58	MUHAMMAD GABRIEL FAHREZA	2103110102	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PT. SANOBAR GUNAJAYA DI KOTA MEDAN
59	ASTRI ANITA	2103110079	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	KESADARAN MEMBAYAR PAJAK: STUDI KUALITATIF ATAS SOSIALISASI PROGRAM PEMUTIHAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR 2024 DI SUMATERA UTARA
60	NAHDANSYAH ABDUL RAUF NASUTION	2103110244	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI "SENYUM DI BALIK PINTU TERTUTUP" CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA

Notulis Sidang :
1.

Medan, 16 Syawal 1446 H
15 April 2025 M

Ditetapkan oleh :
a.n. Rektor
Wakil Rektor I

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

Ketua,

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

Panitia Ujian
Sekretaris

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

BAN-PT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: NAHDAN SYAH ABD RAUF NASUTION
Tempat/Tanggal Lahir	: Medan, 04 Oktober 2003
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jalan Tombak, komplek Anggel residen No.37M, Kec. Medan Tembung, Kota Medan.
Anak ke	: 2 dari 3 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah	: Alimudin Nasution
Nama Ibu	: Nafiah
Pekerjaan Ayah	: Wiraswasta
Pekerjaan Ibu	: PNS - USU
Alamat	: Jalan Tombak, komplek Anggel residen No.37M, Kec. Medan Tembung, Kota Medan.

Pendidikan Formal

TK	: TK Hikmatul fadilah Medan
SD	: SDS Pertiwi Medan
SMP	: SMP Islam Al ulum Terpadu Medan
SMA	: SMA Negeri 3 Medan
S1	: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara