

**ANALISIS PESAN MORAL PERUNDUNGAN DALAM
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA AKUN
YOUTUBE CERDAS BERKARAKTER GEROBAK
PERDAMAIAN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

TIARA AMANDA PUTRI
2103110064

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : TIARA AMANDA PUTRI
NPM : 2103110064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : Pukul 08:15 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I: Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PENGUJI II: Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PENGUJI III: Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

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

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : TIARA AMANDA PUTRI
NPM : 2103110064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Pesan Moral Perundungan Dalam Iklan Layanan Masyarakat Pada Akun Youtube Cerdas Berkarakter Gerobak Perdamaian.

Medan, 22 Agustus 2025

Pembimbing



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

NIDN: 0110077602

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



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

NIDN: 0127048401



Dekan

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

NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Tiara Amanda Putri**, NPM **2103110064**, 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 kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini 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 kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 28 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



TIARA AMANDA PUTRI

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, serta shalawat dan salam kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW. Berkat curahan kasih sayang-Nya, penulis dapat melalui berbagai tantangan dan hambatan sehingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Analisis Pesan Moral Perudungan Dalam Iklan Layanan Masyarakat Pada Akun YouTube Cerdas Berkarakter Gerobak Perdamaian.”**

Ucapan terimakasih yang tulus dan mendalam penulis sampaikan kepada keluarga tercinta, terutama Ayah **ABDUL GHANI BUNYAMIN** dan Bunda **SRI MULAT**, yang senantiasa memberikan doa, dukungan baik secara moral maupun finansial. Meskipun Ayah dan Bunda tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, tapi memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan adanya Tugas Akhir ini dapat membuat Ayah dan Bunda bangga karna telah berhasil menjadikan anak perempuan terakhir satu-satunya ini mendapatkan gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga Ayah dan Bunda selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih dimasa yang akan datang.

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan tugas akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc.Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing dan memberikan masukan penulis dengan sabar dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Kepada kedua Abang penulis yaitu Yudhistira Putra Ghandarie S.T dan Rendy Dwi Ghandarie A.Md.Kom, terimakasih atas segala dukungan dan ketulusan serta kasih sayang yang diberikan sejak kecil, dan tak henti

mendoakan serta selalu memberikan motivasi yang positif baik di bidang akademik maupun non akademik.

9. Kepada teman seperjuangan angkatan 2021 FISIP UMSU, khususnya sahabat terdekat yaitu Zahratu Shafa Pulungan, S.I.Kom, yang telah terlebih dahulu menyandang gelar sarjana, terimakasih selalu memberikan dukungan sejak awal peruliahan hingga akhir, membuat masa pendidikan S1 penulis ini lebih berwarna dan selalu memotivasi penulis untuk menjadi seseorang yang lebih baik lagi. Meskipun tidak dapat lulus bersama dan setelah ini akan menjalani kehidupan masing-masing yang berbeda, kesibukan yang berbeda dan kota yang berbeda, semoga pertemanan ini terus terjaga selamanya.
10. Kepada teman kecil sejak 15 tahun yaitu Nava Tribunaiyah Panjaitan A.Md.,Si, terimakasih atas segala dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Kepada kedua teman SMP yaitu Mila Kurniaty S.H dan drh. Rafa Ayu Diah Ramadhanti, terimakasih sudah menemani masa SMP jadi lebih indah dan selalu memberikan semangat serta dukungan.
12. Kepada teman PASKIBRA angkatan XIV dimasa SMA, terimakasih banyak untuk semua dukungan, semangat dan kasih sayang pertemanannya.
13. Kepada YouTuber Indira Kalistha dan AA UTAP, serta semua Anjay Team, terimakasih kakak dan abang telah menghadirkan konten yang sangat menghibur dan menemani penulis selama proses penulisan Tugas Akhir ini.

Dikala sedih, kecewa dan putus asa, semoga sehat selalu, rezekinya lancar, dan kontennya semakin menghibur dan disenangi masyarakat luas.

14. Kepada teman dekat penulis yaitu Citra Elmalia Shandra S.I.Kom yang baru bertemu di semester 4, terimakasih telah memberikan banyak dukungan, motivasi dan bantuan selama perkuliahan. Dan seluruh teman-teman kelas B1 Pagi dan kelas E siang Audio Visual stambuk 2021, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala kebersamaan, memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi selama ini semoga kita bisa sukses bersama. Dan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan tugas akhir ini walaupun tidak tertulis.
15. Kepada seseorang yang tak kalah penting berinisial ZMP terimakasih telah menemani setiap proses yang penulis lalui selama ini, memberikan dukungan tanpa henti, memberikan semangat, kasih sayang dan cinta. Selalu meyakinkan penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dan dapat mencapai semua impian-impian penulis, *you have done too much good for me, thank you for trying for me*. Semoga masih bisa terus menemani setiap proses yang penulis jalani kedepannya.
16. Terakhir tidak lupa kepada diri sendiri Tiara Amanda Putri, terimakasih “Tiara” sudah memilih untuk bertahan, kuat mau berjuang hingga saat ini, yang sudah selalu mengusahakan semuanya agar terlihat baik-baik saja. Serta menjadi perempuan yang ikhlas atas segala perjalanan hidup yang berliku-liku. Seperti pohon yang kuat dan kokoh berbuah lebat maka semakin kuat badai yang menerpa dan semakin banyak yang melemparnya.

Dengan adanya skripsi ini sudah berhasil membuktikan bahwa kamu bisa menyandang gelar S.I.Kom dengan tepat waktu dan menjadi tekad maupun acuan untuk terus melakukan hal yang lebih membanggakan lainnya. Bagaimana pun kehidupanmu selanjutnya hanya dirimu, rayakan dirimu, dan berbahagialah atas segala proses yang dilalui demi masa depan yang baik dan cerah.

Motto penulis: Al Baqarah ayat 256 “Allah tidak akan membebani seseorang sesuai dengan kesanggupannya”. Al Insyirah ayat 5-6 “Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan”. “Barangsiapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga” (HR. Bukhari dan Muslim).

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih mengandung kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan serta kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan tulisan ini. Penulis juga memohon maaf atas segala keterbatasan yang ada dan menyampaikan terimakasih atas perhatiannya.

Medan, 28 Agustus 2025

Penulis

TIARA AMANDA PUTRI
NPM 2103110064

**ANALISIS PESAN MORAL PERUNDUNGAN DALAM IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT PADA AKUN YOUTUBE CERDAS
BERKARAKTER GEROBAK PERDAMAIAN**

TIARA AMANDA PUTRI
NPM 2103110064

ABSTRAK

Perundungan atau *bullying* merupakan perilaku yang dilakukan secara sengaja untuk menyakiti, baik secara fisik, verbal, maupun psikologis, oleh seseorang atau sekelompok orang terhadap individu atau kelompok lain yang merasa tidak mampu membela diri. Iklan Layanan Masyarakat memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan sosial dan membentuk kesadaran publik terhadap berbagai isu, mulai dari kesehatan, lingkungan, sampai masalah sosial seperti perundungan. Salah satu platform digital yang saat ini banyak digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan sosial adalah YouTube. Video Iklan Layanan Masyarakat ini membahas tentang perundungan yang berjudul Gerobak Perdamaian, yang diunggah oleh akun YouTube Cerdas Berkarakter di buat Oleh Kemendikdasmen RI, berdurasi 10 menit 40 detik, sudah ditonton sebanyak 437.000 kali dan disukai oleh sekitar 6,3 ribu orang, akun ini memiliki 371 ribu subscribe dan telah mengunggah sebanyak 799 video. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pesan moral perundungan dalam Iklan Layanan Masyarakat pada akun YouTube Cerdas Berkarakter Gerobak Perdamaian. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah analisis pesan moral. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan teori semiotika Charles Sanders Peirce yaitu Ikon, Indeks, Simbol, atau untuk mengurai tanda-tanda visual, ekspresi tokoh, dialog, serta simbol-simbol. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian secara efektif mampu menyampaikan pesan moral tentang perundungan melalui struktur narasi, visualisasi, simbol-simbol, serta interaksi antar tokoh yang mengandung nilai edukatif. Bentuk-bentuk perundungan dalam iklan ini tidak hanya disampaikan melalui ekspresi verbal seperti ejekan, tetapi juga melalui simbol-simbol visual yang memperlihatkan dominasi, ketakutan, dan tidak dianggap.

Kata Kunci: Analisis, Pesan Moral, Perundungan, YouTube

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4. Sistematika Penelitian	4
BAB II URAIAN TEORITIS	5
2.1. Komunikasi Massa	5
2.2. Media Sosial	8
2.3. Media Baru	10
2.4. Analisis.....	11
2.5. Pesan Moral.....	12
2.6. Perundungan.....	16
2.7. Iklan Layanan Masyarakat	18
2.8. Semiotika Charles Sanders Peire.....	20
2.9. YouTube.....	22
2.10. Kajian Terdahulu	23

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Kerangka Konsep	27
3.3. Definisi Konsep.....	27
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3.8. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Hasil Penelitian	32
4.2. Pembahasan	41
BAB V PENUTUP	46
5.1. Simpulan.....	46
5.2. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kerangka Konsep	26
Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian	28
Tabel 4.1 Pesan Verbal Perundungan Scene Pak Baron.....	32
Tabel 4.2 Pesan Verbal Perundungan Scene 1 Zaki	33
Tabel 4.3 Pesan Nonverbal Perundungan Scene Zaki dan Adiknya.....	35
Tabel 4.4 Pesan Nonverbal Perundungan Scene 2 Zaki.....	37
Tabel 4.5 Edukasi, Ajakan, dan Arahkan untuk Korban Perundungan....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8 Bagan Semiotika Charles Sander Peirce	21
Gambar 3.1 Pratinjau ILM Gerobak Perdamaian	30
Gambar 4.1 detik 39 Pak Baron mengutip sampah.....	32
Gambar 4.2 menit 2 detik 28 Zaki menangis dan ketakutan.....	33
Gambar 4.3 menit 5 detik 53 Zaki dan adiknya, ketiga anak lelaki	35
Gambar 4.4 menit 6 detik 02 Zaki dan tiga anak laki-laki	37
Gambar 4.5 menit 7 detik 09 Pak Baron dan Zaki	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi komunikasi telah menghadirkan perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses dan menerima informasi, termasuk informasi yang mengandung pesan moral. Salah satu platform digital yang saat ini banyak digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan sosial adalah YouTube. *Platform* ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang edukatif yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai karakter kepada publik secara luas, terutama generasi muda.

Isu perundungan (*bullying*) merupakan salah satu permasalahan sosial yang penting untuk diangkat dalam konten digital, mengingat dampaknya yang cukup serius terhadap perkembangan psikologis dan sosial anak-anak maupun remaja. Perundungan atau *bullying* merupakan perilaku yang dilakukan secara sengaja untuk menyakiti, baik secara fisik, verbal, maupun psikologis, oleh seseorang atau sekelompok orang terhadap individu atau kelompok lain yang merasa tidak mampu membela diri (Fadillah, 2019).

Iklan Layanan Masyarakat memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan sosial dan membentuk kesadaran publik terhadap berbagai isu, mulai dari kesehatan, lingkungan, sampai masalah sosial seperti perundungan. Dalam konteks komunikasi massa, Iklan Layanan Masyarakat menjadi sarana strategis untuk membentuk opini, mempengaruhi sikap, serta mendorong perubahan perilaku yang positif di tengah masyarakat.

Salah satu yang memproduksi konten tentang perundungan akun YouTube Cerdas Berkarakter bertema Gerobak Perdamaian. Akun ini menghadirkan sejumlah Iklan Layanan Masyarakat yang mengangkat isu-isu sosial, termasuk perundungan. Iklan Layanan Masyarakat dalam akun ini tidak hanya menjadi alat penyampai informasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam pembentukan karakter dan perubahan sikap terhadap perundungan di kalangan masyarakat, khususnya anak-anak dan remaja.

Video Iklan Layanan Masyarakat yang bertema Gerobak Perdamaian membahas tentang perundungan, diunggah oleh akun YouTube Cerdas Berakarter di buat oleh Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia (kemendikdasmen). Berdurasi 10 menit 40 detik, video ini ditonton sebagai 437.000 kali dan disukai oleh 6,3 ribu orang. Akun ini memiliki 371 ribu subscribers dan telah mengunggah sebanyak 799 video.

Perundungan yang ditampilkan dalam video mencakup kekerasan verbal berupa ejekan, hinaan, serta pengucilan secara sosial. Akibat dari perundungan tersebut, korban tampak mengalami tekanan mental, ketakutan, dan menarik diri dari lingkungan sosialnya. Hal ini menandakan bahwa tindakan tersebut dapat menyakiti seseorang secara mendalam, bahkan membentuk trauma jangka panjang. Untuk mengatasi persoalan ini, menyampaikan pesan moral yang tepat sangat dibutuhkan agar masyarakat dapat memahami dampak negatif dari tindakan perundungan.

Dalam Iklan Layanan Masyarakat, pesan moral tidak hanya disampaikan melalui teks atau suara, tetapi juga melalui simbol, karakter, ekspresi visual, serta

alur cerita yang disusun secara strategis untuk membangun makna tertentu. Pesan-pesan ini kemudian diolah dalam narasi yang mampu menyentuh perasaan dan kesadaran audiens tentang masalah perundungan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis pesan moral perundungan dalam Iklan Layanan Masyarakat pada akun YouTube Cerdas Berakater gerobak perdamaian, baik dari segi isi maupun penyampaian pesan agar makna yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membentuk kesadaran kritis.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pesan moral perundungan dianalisis dalam Iklan Layanan Masyarakat pada akun YouTube Cerdas Berkarakter Gerobak Perdamaian.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pesan moral perundungan dalam Iklan Layanan Masyarakat pada akun YouTube Cerdas Berkarakter Gerobak Perdamaian.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat secara praktis, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan untuk membuat konten edukatif yang dapat memberikan wawasan tentang pentingnya penyampaian pesan moral yang efektif terkait perundungan melalui media digital, terutama YouTube.

- b. Manfaat secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam kajian teori mengenai penyampaian pesan moral terkait perundungan melalui Iklan Layanan Masyarakat. Dengan menelaah konten dari akun YouTube Cerdas Berkarakter gerobak perdamaian, penelitian ini memperjelas bagaimana unsur-unsur visual dan naratif digunakan untuk menyampaikan nilai moral yang menentang perilaku perundungan.
- c. Manfaat secara akademis, bagi peneliti dan mahasiswa hasil penelitian ini dapat menjadi referensi awal dalam pengembangan studi lanjutan mengenai pesan moral dalam isu perundungan, khususnya dalam konteks media digital.

1.4. Sistematika Penulisan

- BAB I** : Pendahuluan pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian
- BAB II** : Uraian teoritis pada bab ini menjelaskan tentang media komunikasi massa, analisis pesan moral, perundungan, iklan layanan masyarakat, semiotika, dan kajian terdahulu
- BAB III** : Metode penelitian bab ini menguraikan jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian, deskripsi ringkas objek penelitian
- BAB IV** : Ini berisikan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan
- BAB V** : Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Massa

Secara umum, komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan oleh manusia untuk merespon tindakan atau simbol yang ditunjukkan oleh orang lain. Kata komunikasi itu sendiri yaitu “*communication*” atau “*communis*” yang berarti sama, yaitu sama dalam hal makna atau berbagi makna. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, sikap, emosi, pendapat, atau instruksi antara individu maupun kelompok, yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman, membangun kesepahaman, serta mengoordinasikan suatu aktivitas (Bran, 2012).

2.1.1. Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, yang dapat dianalisis melalui dua aspek utama, yaitu isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Secara konkret, isi pesan mencerminkan pikiran atau perasaan, sedangkan lambang merujuk pada bahasa yang digunakan (Uchjana, 2003). Tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy yaitu:

- a. Perubahan Sikap, bertujuan mengubah sikap seseorang, biasanya terjadi setelah proses komunikasi berlangsung.
- b. Perubahan Pendapat, bertujuan mengubah pendapat seseorang, baik saat komunikasi berlangsung maupun setelahnya, tergantung cara penyampaian komunikator.

- c. Perubahan Perilaku, komunikasi juga bisa mempengaruhi perilaku, terutama jika isi pesan sesuai dan komunikator memiliki tingkat kepercayaan di mata orang lain.
- d. Perubahan Sosial, perubahan dalam struktur sosial masyarakat dapat terjadi, menyesuaikan dengan kondisi lingkungan sekitar.

2.1.2. Jenis-Jenis Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses dalam membagikan makna yang berlangsung melalui tindakan verbal maupun nonverbal. Setiap perilaku dikategorikan komunikasi apabila melibatkan dua orang atau lebih (Thariq & Anshori, 2017). Komunikasi verbal mencakup bentuk lisan (*oral*) dan tulisan (*written*), sedangkan komunikasi nonverbal dapat berupa bahasa tubuh (*gesture*), gambar, warna, penampilan fisik, dan sebagainya (Sinaga, 2017). Berdasarkan cara penyampaiannya, komunikasi terbagi menjadi dua jenis (Razali, 2022), yaitu:

- 1) Komunikasi verbal (lisan), komunikasi dilakukan secara langsung baik melalui tatap muka (*face to face*) maupun melalui sarana komunikasi seperti media sosial atau telepon seluler.
- 2) Komunikasi nonverbal (tertulis), komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata secara langsung, tetapi disampaikan melalui gerakan tubuh seperti ekspresi wajah, gentur tangan, intonasi suara, serta kecepatan dalam berbicara.

Komunikasi massa berasal dari istilah dalam bahasa Inggris, yaitu *mass communication*, yang merupakan singkatan dari *mass media communication*. Istilah ini merujuk pada bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa,

atau disebut juga komunikasi yang dimediasi oleh media massa. *Mass communication* atau *communications* mengacu pada salurannya, yakni media massa yang merupakan singkatan dari *media of mass communication*. Kata “massa” sendiri merujuk pada sejumlah besar orang yang tidak harus berada di satu tempat yang sama, mereka bisa tersebar di berbagai lokasi namun tetap dapat menerima pesan komunikasi yang serupa secara bersamaan atau dalam waktu yang hampir bersamaan.

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menggunakan media sebagai sarana untuk menghubungkan komunikator dan komunikan secara bersamaan, meskipun keduanya mungkin tinggal di lokasi yang berjauhan, memiliki perbedaan yang besar dan dapat menimbulkan dampak tertentu (A Roli, 2022). Komunikasi massa adalah suatu proses dimana lembaga media memproduksi serta mendistribusikan pesan kepada audiens yang luas (Permatasyari, 2021). Tujuan utama dari komunikasi massa bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga agar audiens dapat merasakan dan mengalami informasi yang disampaikan.

2.1.3. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa dapat diidentifikasi (Nurudin, 2014), sebagai berikut:

- a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
- b. Komunikator dalam komunikasi massa bersifat heterogen
- c. Pesannya bersifat umum
- d. Komunikasinya berlangsung satu arah

- e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan
- f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
- g. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (editor)

2.1.4. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (Nurudin, 2014), sebagai berikut:

- a) *To inform* (memberi informasi)
- b) *To entertain* (memberi hiburan)
- c) *To persuade* (membujuk)
- d) *Transmission of the culture* (transmisi budaya)

2.2. Media Sosial

Van Dijk menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah platform yang berfokus pada keberadaan pengguna serta memberikan kemudahan bagi mereka untuk berinteraksi dan bekerja sama. Oleh karena itu, media sosial dipandang sebagai sarana *online* yang mempererat hubungan antar pengguna dan membentuk keterikatan sosial. Sementara itu, Meike dan Young mengartikan media sosial sebagai perpaduan antara komunikasi personal, yakni pertukaran informasi antar individu (*to be share one-to-one*) dengan media publik yang memungkinkan berbagi informasi kepada khalayak umum tanpa batasan individu tertentu (Setiadi, 2016).

2.2.1. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yaitu:

- 1) Media jejaring sosial (*social networking*), adalah platform paling populer yang memungkinkan pengguna menjalin relasi sosial secara virtual. Hubungan sosial bisa terjalin dengan orang yang sudah dikenal di dunia nyata maupun dengan orang baru. Contoh: Facebook dan LinkedIn.
- 2) Jurnal *online* (blog), adalah media sosial tempat pengguna berbagi aktivitas, memberi komentar, serta menyebarkan informasi atau tautan. Awalnya berupa situs pribadi berisi daftar tautan, blog kemudian berkembang menjadi jurnal harian yang interaktif. Terdapat dua jenis: blog dengan domain sendiri (.com atau .net) dan blog gratis seperti WordPress atau Blogspot.
- 3) Jurnal *online* sederhana atau *microblog* (*micro-blogging*), pengguna bisa berbagi aktivitas, opini, atau kabar secara cepat. Contoh: Twitter.
- 4) Media berbagi (*media sharing*), media ini memungkinkan pengguna mengunggah dan membagikan berbagai file seperti video, gambar, atau dokumen. Contoh: YouTube, Flickr, Photo-bucket, atau Snapfish.
- 5) Penanda sosial (*social bookmarking*), adalah media untuk menyimpan, mengelola, dan mencari informasi secara online. Contoh: Delicious, StumbleUpon, Digg, Reddit, dan LintasMe di Indonesia.
- 6) Media konten bersama atau wiki, adalah situs konten hasil kontribusi bersama dari para pengguna. Mirip ensiklopedia digital, isinya berupa definisi, sejarah, referensi buku, dan tautan. Pengguna bisa ikut mengedit dan menambahkan informasi.

2.2.2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut Nasrullah, yaitu:

- a. Jaringan (*Network*), merupakan infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat lain.
- b. Informasi (*Informations*), merupakan elemen penting di media sosial karena digunakan pengguna untuk membentuk identitas, menciptakan konten, dan berinteraksi.
- c. Arsip (*Archive*), berfungsi sebagai tempat penyimpanan informasi yang bisa diakses kapan saja dan berbagai perangkat.
- d. Interaksi (*Interactivity*), media sosial menciptakan koneksi antar pengguna yang bukan hanya soal menambah teman atau pengikut, tapi juga dibangun lewat interaksi aktif.
- e. Simulasi Sosial (*simulation of society*), media sosial menjadi ruang virtual yang meniru kehidupan masyarakat, meski memiliki pola dan karakter yang sering kali berbeda dari kehidupan nyata.
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*), konten di media sosial dibuat dan dimiliki oleh pengguna. Ini mencerminkan budaya media baru yang memungkinkan partisipasi aktif, berbeda dari media tradisional yang bersifat satu arah.

2.3. Media Baru (*New Media*)

Istilah *new media* atau media baru digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik media yang berbeda dari media konvensional yang telah dikenal sebelumnya. Media seperti televisi, radio, majalah, dan surat kabar digolongkan sebagai media lama (*old media*), sementara media berbasis internet yang bersifat

interaktif digolongkan ke dalam kategori *new media*. Oleh karena itu, istilah ini tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa media lama akan sepenuhnya tergantikan oleh media baru, melainkan lebih kepada pekatan terhadap ciri khas yang dimiliki media jenis baru tersebut.

Media baru (*new media*) merupakan hasil dari perkembangan teknologi komunikasi digital atau komunikasi berbasis internet, di mana seseorang bisa melakukan interaksi melalui dunia maya, baik melalui tatap muka virtual dengan suara, penggunaan hologram, maupun tanpa tatap muka secara langsung dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai penghubung. Menurut McQuail, *new media* atau media baru adalah sekumpulan teknologi komunikasi yang memiliki ciri serupa, yaitu penggunaan sistem digital dan ketersediaannya secara luas untuk dimanfaatkan secara pribadi sebagai sarana komunikasi (Varenia & Phalguna, 2022).

Teori *new media* dikembangkan oleh Pierre Levy, ia berpendapat bahwa konsep media baru membahas pergeseran atau transformasi media bentuk konvensional menuju era digital. Media baru terdiri dari tiga elemen utama, yaitu perangkat yang bisa memenuhi kita untuk berkomunikasi, aktivitas komunikasi dan praktik yang berkaitan dengan kita dalam membangun dan menggunakan perangkat tersebut, dan sebagai struktur sosial dan organisasi yang membentuk disekitar perangkat tersebut.

2.4. Analisis

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI), analisis adalah sebagai proses memisahkan suatu topik pembahasan menjadi beberapa bagian yang

berbeda, kemudian mengkaji bagian-bagian tersebut secara mendalam. Selain itu, analisis juga mencakup pemahaman terhadap hubungan antarbagian, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang tepat baik terhadap masing-masing bagian maupun terhadap keseluruhan makna yang terkandung di dalamnya.

Menurut Aulia (2007), analisis merupakan proses berpikir yang dilakukan untuk memecahkan suatu pokok permasalahan menjadi bagian-bagian atau komponen-komponen, agar dapat diketahui karakteristik atau ciri khas dari setiap bagian tersebut. Selain itu, analisis juga bertujuan untuk memahami hubungan tiap bagian serta mengetahui peran atau fungsi masing-masing bagian dalam kaitannya dengan keseluruhan (Suteja, 2018).

Analisis dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memecahkan atau menjabarkan informasi menjadi bagian-bagian yang lebih kecil agar lebih mudah dimengerti. Ada pula yang menyatakan bahwa analisis merupakan suatu proses yang mencakup aktivitas seperti memilah, membedakan, dan mengelompokkan suatu objek berdasarkan kriteria tertentu. Setelah itu, hubungan antarbagian dicari dan maknanya ditafsirkan. Analisis juga bisa dipahami sebagai suatu cara untuk mengamati sesuatu secara mendalam dengan memisahkan unsur-unsur penyusunnya atau dengan menata ulang komponen-komponen tersebut agar dapat dipelajari lebih lanjut.

2.5. Pesan Moral

Pada hakikatnya pesan merupakan sesuatu yang disampaikan, baik secara lisan maupun tulisan yang berisi informasi atau bentuk komunikasi. Dalam konteks ini, disadari bahwa pesan memegang peran penting dalam proses

komunikasi. Oleh karena itu, agar pesan bisa diteruskan dari satu pihak ke pihak lainnya dibutuhkan media sebagai sarana penghubung. Media ini berfungsi agar pesan yang dikirim oleh pengirim (*source*) dapat diterima dengan baik oleh penerima (*receiver*). Dalam proses penyampaian pesan, sebaiknya pesan tersebut dikemas dengan baik guna menghindari gangguan dalam penyampaian yang dapat menyebabkan perbedaan makna yang diterima oleh penerima (Djawad, 2016).

2.5.1. Jenis-Jenis Pesan

Secara umum, pesan terbagi menjadi dua jenis, yaitu pesan verbal dan pesan nonverbal (Djawad, 2016):

- 1) Pesan verbal, adalah pesan yang disampaikan melalui kata-kata, dan maknanya dapat dipahami oleh penerima berdasarkan apa yang didengarkan.
- 2) Pesan nonverbal, adalah pesan yang disampaikan tanpa menggunakan kata-kata secara langsung, namun maknanya bisa dimengerti oleh penerima melalui gerakan, perilaku, ekspresi wajah, atau mimik dari pengirim pesan.

Secara bentuknya, pesan merupakan suatu ide atau gagasan yang telah diubah ke dalam bentuk simbol-simbol untuk menyampaikan maksud tertentu. Pesan adalah rangkaian tanda atau lambang yang disusun oleh seseorang untuk disalurkan melalui media tertentu, dengan harapan bahwa simbol-simbol tersebut dapat menyampaikan atau menimbulkan makna tertentu pada orang lain yang menjadi tujuan komunikasi (Murniarti, 2019). Pesan merupakan unsur utama dalam komunikasi, pesan dapat berupa simbol-simbol yang menjalankan ide, gagasan, sikap, perasaan, kebiasaan, maupun tindakan. Wujud pesan bisa

berbentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, gambar, angka, benda, gerakan, perilaku, ataupun berbagai jenis tanda lainnya (Pohan, 2021).

Kata “moral” berasal dari bahasa Latin *mos* (bentuk jamak: *mores*), yang memiliki arti kebiasaan atau adat. Istilah *mos* (*mores*) dalam bahasa Latin memiliki makna yang sepadan dengan *etos* dalam bahasa Yunani. Dalam bahasa Indonesia, kata moral diartikan sebagai susila. Secara umum, moral dipahami sebagai perilaku manusia yang sesuai dengan nilai-nilai yang diterima secara luas oleh masyarakat, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dianggap baik dan pantas. Dengan kata lain, moral dapat diartikan sebagai suatu bentuk kebaikan yang diukur berdasarkan standar perilaku yang diakui oleh masyarakat atau kelompok sosial tertentu.

Istilah moral senantiasa dikaitkan dengan penilaian terhadap baik atau buruknya tindakan manusia sebagai makhluk sosial. Menurut Chaplin, moral merujuk pada perilaku yang sejalan dengan norma-norma sosial, atau berkaitan dengan hukum maupun kebiasaan yang mengarahkan perilaku seseorang (Chaplin, 2006). Moral mencerminkan panduan internal tentang benar dan salah yang diperoleh melalui proses sosialisasi dalam masyarakat, serta berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan dan tindakan individu dalam kehidupan sehari-hari.

Pengertian moral pada dasarnya merujuk pada penilaian terhadap baik atau buruknya suatu tindakan maupun perilaku yang dilakukan oleh seseorang. Penilaian ini didasarkan pada standar tertentu yang berfungsi untuk menentukan apakah suatu perbuatan dapat dikategorikan sebagai tindakan yang bermoral atau

tidak. Standar tersebut biasanya bersumber dari nilai-nilai yang berlaku dan berkembang di tengah masyarakat, serta menjadi acuan dalam menilai akhlak dan etika seseorang dalam kehidupan sehari-hari (Apriani et al., 2024).

Pesan moral adalah makna atau nilai-nilai kebaikan yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain melalui berbagai bentuk komunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Tujuan dari pesan moral adalah memberikan pelajaran, ajakan, atau arahan tentang makna yang baik dan buruk menurut aturan atau nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Dalam penyampaian pesan moral, biasanya digunakan simbol-simbol atau lambang tertentu agar maknanya bisa dimengerti dengan jelas oleh penerima dan tidak terjadi salah paham. Pesan moral juga berfungsi sebagai pedoman bagi seseorang dalam bersikap dan bertindak sehari-hari, sehingga membantu membentuk karakter dan perilaku yang sesuai dengan norma sosial dan budaya yang ada.

Pesan moral dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian tidak disampaikan secara langsung, tetapi dikemas melalui alur cerita, karakter, dan konflik yang menggambarkan realitas sosial di tengah masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat ini menunjukkan bahwa perundungan bisa terjadi di lingkungan mana pun dan siapa pun itu, tidak hanya di sekolah tetapi juga dalam interaksi sosial sehari-hari. Hal ini memperlihatkan bahwa perundungan merupakan bentuk kekerasan yang sistematis dan sering kali tersembunyi di balik candaan atau ejekan yang dianggap biasa.

Salah satu pesan moral dalam Iklan Layanan Masyarakat ini adalah tentang kesetaraan, khususnya dalam konteks usia dan gender. Anak-anak dalam Iklan ini

menganalisis dinamika kekuasaan, di mana yang lebih besar atau lebih dominan merasa berhak menindas yang lemah. Hal ini mencerminkan bagaimana budaya patriarki dan hierarki sosial telah tertanam sejak dini dalam kehidupan anak-anak. Maka dari itu, Iklan ini juga menyuarakan pentingnya pendidikan karakter sejak usia dini agar nilai-nilai seperti keadilan, keberanian, dan tanggung jawab dapat tertanam kuat dalam diri setiap individu.

2.6. Perundungan

Istilah perundungan mungkin masih belum terlalu dikenal oleh sebagian masyarakat Indonesia, namun kenyataannya kasus perundungan cukup sering terjadi di Tanah Air. Perundungan merupakan terjemahan dari istilah *bullying* dalam Bahasa Inggris. Secara umum, perundungan diartikan sebagai tindakan agresif yang bertujuan menyakiti, dilakukan oleh individu maupun kelompok terhadap orang lain, karena terdapat ketimpangan kekuatan, dan biasanya dilakukan secara berulang atau memiliki kemungkinan untuk terus terulang (Borualogo et al., 2020).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI), perundungan diartikan sebagai tindakan mengganggu atau menjahili secara terus menerus menyakiti orang lain baik secara fisik maupun mental, menyebut seseorang dengan panggilan yang tidak pantas, melakukan kekerasan secara verbal maupun sosial secara berulang, melakukan pemukulan, menyebarkan rumor hingga memberikan ancaman (Pereira, 2018). Perundungan atau *bullying* adalah perilaku yang dilakukan secara sengaja untuk menyakiti, baik secara fisik, verbal, maupun

psikologis, oleh seseorang atau sekelompok orang terhadap individu atau kelompok lain yang merasa tidak mampu membela diri (Fadillah, 2019).

Menurut Olweus, perundungan adalah suatu permasalahan psikologis dan sosial yang dilakukan dengan cara merendahkan serta menghina orang lain secara berulang, yang berdampak negatif baik bagi pelaku maupun korban. Dalam hal ini, pelaku biasanya memiliki kekuatan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan korban. Secara umum, perundungan dapat diartikan sebagai bentuk tekanan atau intimidasi terhadap individu yang dianggap lebih lemah, tak jarang jumlah pelaku perundungan lebih banyak daripada korban (Kartika et al., 2019).

2.6.1. Jenis-Jenis Perundungan

Jenis-jenis perundungan yang sering terjadi (Fadillah, 2019), yaitu:

- a. Perundungan Fisik, merupakan bentuk penindasan yang paling sering terjadi. Hal ini terjadi ketika pelaku yang memiliki postur tubuh lebih besar berusaha menakut-nakuti atau menindas seseorang yang lebih lemah. Tindakan ini bisa berupa memukul, menendang, meninju, menyandung, menghalangi jalan, hingga menarik rambut. Selain itu, perundungan fisik juga dapat melibatkan sentuhan yang tidak pantas.
- b. Perundungan Verbal, merupakan tindakan menggunakan ucapan atau pernyataan yang menyakitkan, seperti mengejek nama, memberi ancaman, atau komentar yang bernada kasar. Ucapan semacam ini biasanya dimaksudkan untuk melukai perasaan orang lain, komentar tersebut bisa berupa celaan terhadap penampilan fisik, jenis kelamin, keyakinan agama,

atau bahkan cara seseorang bertingkah laku. Perundungan jenis ini juga bisa berupa olokan terhadap cara seseorang berbicara.

- c. Perundungan Siber (*cyber bullying*), merupakan salah satu bentuk intimidasi yang paling sulit dideteksi dan bisa jadi paling berisiko. Tindakan ini bisa meliputi berbagai hal, mulai dari mengancam lewat internet, hingga mengirim pesan teks atau email yang bernada menyakitkan dan menimbulkan rasa takut.
- d. Perundungan Relasional, merupakan jenis perundungan bersifat halus dan manipulatif, karena seseorang dalam suatu kelompok dengan tujuan merusak reputasinya atau menyebarkan gosip negatif tentang dirinya. Bentuk intimidasi seperti ini bisa terjadi di berbagai tempat, mulai dari kantin sekolah, tempat bermain, hingga di dalam kelas. Pelaku biasanya memanfaatkan posisinya dalam kelompok untuk menjatuhkan atau menguasai orang lain.

2.7. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan adalah salah satu media yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan suatu produk dengan tujuan menarik minat orang-orang (calon pembeli) agar mereka tertarik dan ingin memiliki atau membeli produk tersebut (Yunus, 2020). Masyarakat periklanan Indonesia mendefinisikan Iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Menurut Kasali (2007) Iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (Nasution, 2017).

2.7.1. Jenis-Jenis Iklan

Menurut Frank Jefkins (Bengin, 2010), bentuk-bentuk iklan terdiri dari beberapa jenis antara lain:

- 1) Iklan Konsumen, yaitu Iklan yang digunakan untuk menawarkan produk dan layanan kepada konsumen secara luas dengan menggunakan saluran media massa. Iklan ini banyak dikenal sebagai iklan niaga yang sering ditemukan di televisi, koran, radio, dan media lainnya.
- 2) Iklan Antarbisnis, yaitu Iklan yang hanya mempromosikan barang-barang non konsumen.
- 3) Iklan Perdagangan (*Trade Advertising*), yaitu Iklan perdagangan dikhusus bagi pelaku bisnis seperti distributor, kalangan para agen, eksportir maupun importir.
- 4) Iklan Eceran (*Retail Advertising*), yaitu Iklan dibuat oleh perusahaan yang memiliki atau menyediakan produk dan biasanya disebarluaskan di pasar swalayan. supermarket, took, dan lain sebagainya.
- 5) Iklan Keuangan (*Finansial Advertising*), yaitu Iklan ini dikhususkan untuk bank, jasa tabungan, asuransi dan investasi.
- 6) Iklan Komersial, yaitu Iklan yang dilakukan untuk semata-mata ditujukan untuk kegiatan komersial dengan harapan apabila Iklan ditayangkan, produsen memperoleh keuntungan komersial dari tayangan Iklan tersebut.
- 7) Iklan Layanan Masyarakat, yaitu dibuat semata-mata untuk tujuan nonkomersial atau bertujuan memberikan edukasi dan informasi sosial kepada masyarakat sebagai bentuk pelayanan publik.

8) Iklan Politik, yaitu semata-mata meminta dukungan suara dari masyarakat karena umumnya Iklan politik muncul disaat menjelang pemilu atau disaat kampanye.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah sebuah Iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak, serta memberikan edukasi kepada masyarakat. Tujuan dari Iklan ini bukan untuk memperoleh keuntungan secara ekonomi, melainkan untuk memberikan manfaat sosial. Yang di maksud dengan manfaat sosial di sini adalah meningkatnya pengetahuan, tumbuhnya kesadaran, serta adanya perubahan sikap atau perilaku masyarakat yang berkaitan dengan isi pesan yang disampaikan dalam Iklan tersebut (Sari et al., 2021).

Iklan Layanan Masyarakat adalah sarana promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian publik terhadap pesan yang disampaikan, sekaligus berfungsi sebagai media pelayanan dan representasi organisasi sosial agar lebih dikenal sebagai bagian dari pelayanan untuk masyarakat luas. Oleh karena itu, Iklan layanan masyarakat ini disebarkan sebagai bentuk pelayanan publik dan berisi pengumuman yang tidak bersifat komersial. Iklan ini mempromosikan program, kegiatan, maupun layanan yang berasal dari pemerintah pusat atau daerah, serta dari organisasi sosial, termasuk berbagai pengumuman lain yang dikategorikan sebagai layanan untuk masyarakat umum (Atika et al., 2018).

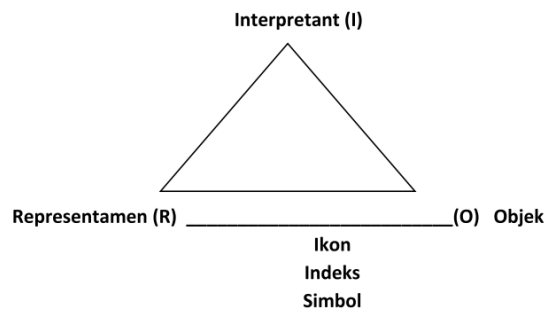
2.8. Semiotika Charles Sanders Peirce

Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *sameion* yang berarti “tanda” atau *seme* yang merujuk pada prosese penafsiran tanda. Konsep ini awalnya berkembang dari tradisi studi klasik dan skolastik, khususnya dalam

bidang retorika, poetika, dan logika. Semiotika adalah sebuah cabang keilmuan yang menunjukkan pengaruh signifikan dalam empat dekade terakhir, tidak hanya digunakan sebagai metode untuk memahami atau menguraikan makna tanda (*decoding*), tetapi juga sebagai alat untuk membangun dan merancang makna melalui penciptaan (*encoding*) dalam berbagai bentuk komunikasi.

Semiotika merupakan suatu proses tindakan (*actioni*), pengaruh (*influence*), atau interaksi dari tiga elemen utama, yaitu tanda (*sign*), objek, dan interpretant. Yang dimaksud dengan subjek dalam hal ini adalah entitas semiotik yang bersifat abstrak, dan tidak dipengaruhi oleh kebiasaan dalam berkomunikasi secara langsung atau konkret. Tanda berfungsi sebagai penghubung antara sesuatu dengan hasil penafsiran (*interpretant*) yang merujuk pada hal lain dalam beberapa aspek. *Interpretant* tersebut merupakan reaksi psikologis yang muncul dalam pikiran penafsir (*interpreter*).

Ilmu semiotika kerap dimaknai sebagai studi tentang signifikasi, yang dipelopori oleh dua tokoh, yakni ahli linguistik asal Swiss, Ferdinand de Saussure (1857-1913), dan seorang filsuf pragmatis dari Amerika Charles Sanders Peirce (1839-1914). Charles Sander Peirce, yang dikenal sebagai bapak semiotika modern membagi tanda ke dalam tiga jenis, yaitu indeks (*index*), ikon (*icon*), dan simbol (*symbol*). Ikon adalah tanda yang memiliki hubungan kemiripan bentuk secara ilmiah antara penanda dan petandanya. Indeks merupakan tanda yang menunjukkan adanya kaitan alami antara tanda dan petanda, yang bersifat kausal atau sebab-akibat. Sedangkan simbol adalah tanda yang tidak memiliki hubungan alamiah antara penanda dan petandanya (Ambarini AS, 2012).



Gambar 2.8 Bagan Semiotika Charles Sander Peirce

Representamen adalah bentuk yang diterima oleh suatu tanda atau berfungsi sebagai penanda, representamen ini terkadang juga disebut sebagai sign. Interpretant bukanlah penafsir secara langsung, melainkan merujuk pada sesuatu yang lain berdasarkan kemampuannya dalam memberi makna. Dalam hal ini, representamen mengarah pada objek, dan berdasarkan kemampuannya dalam merujuk atau dimaknai, hal itu disebut sebagai interpretant yang bergantung pada cara kita memberi makna terhadap suatu objek.

Sebuah objek dapat disebut representamen (tanda) apabila memenuhi dua kriteria dapat diangkat melalui pikiran atau perasaan, dan mampu berfungsi sebagai penanda terhadap sesuatu yang lain. Objek adalah sesuatu yang menjadi rujukan dari tanda, bisa berupa benda nyata yang dapat dikenali oleh panca indera maupun sesuatu yang bersifat mental atau imajinatif. Interpretant merupakan bentuk tanda yang hadir dalam benak individu, dan dari sinilah muncul makna terhadap sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut, proses ini disebut dengan semiosis (Dr. Hj. Fatimah, S.S., 2020).

2.9. YouTube

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video

secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. YouTube merupakan database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif (Pramudhita, 2024).

Pada awalnya YouTube memang bukan dikembangkan oleh Google, tetapi Google mengakuisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain. Youtube menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video di upload ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar views per hari. YouTube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan apa pun di dunia.

2.10. Kajian Terdahulu

Pertama, hasil penelitian Nurhasanah Nasution. Tahun 2017, yang berjudul “Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi” (Nasution, 2017):

‘Penelitian menyimpulkan bahwa M-Radio dalam menjaga eksistensinya terus melakukan perubahan dalam mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, hal ini ditandai aktifnya M-Radio di media sosial dan siaran live streaming secara online. M-Radio dapat dimanfaatkan sebagai tempat pembelajaran dan juga berpotensi sebagai sarana dakwah membentuk generasi

islam. M-Radio dapat memberikan penyiaran yang lebih modern dan terbaru sehingga dapat merank bagi pendengarnya. Agar tetap eksis, M-Radio terus mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.’

Kedua, hasil penelitian Corry Novrica AP Sinaga dan Tengku Muhammad Jozarky. Tahun 2023, yang berjudul “Representasi Kekerasan Dalam Serial TV *Stranger Things Season 4*” (Sinaga & Jozarky, 2023):

‘Serial TV *Stranger Things season 4* mengandung kekerasan dan juga dapat merepresentasikan kekerasan, yaitu baik kekerasan fisik maupun non fisik. Karena ada adegan meliputi darah, kematian, perundungan, kata-kata kasar, isyarat komunikasi tubuh yang bermaksud merendahkan orang lain, penyiksaan dan kekerasan yang mengandung unsur supranatural atau juga irasional. Dan semua bentuk kekerasan tersebut merupakan bagian dari sebuah cerita keseluruhan yang tidak bisa dipisahkan begitu saja. Nilai keindahan dari kekerasan dalam serial ini dapat melampaui tantangan pada kenyataan kita.’

Ketiga, hasil penelitian Tri Agung Muaradhyka dan Faizal Hamzah Lubis. Tahun 2024, yang berjudul “Analisis Semiotika Pesan Moral Iklan Layanan Masyarakat Perilaku Konsumtif di Kanal Youtube Bagas Dwi Rizqi” (Muaradhyka & Lubis, 2024):

‘Menyimpulkan bahwa dengan adanya kemudahan akses aplikasi belanja online berdampak pada munculnya perilaku FOMO (*fear of missing object*) dan mendorong “Perilaku Konsumtif” secara langsung menggambarkan kejadian nyata dalam masyarakat, khususnya perilaku masyarakat Indonesia dalam berbelanja hingga mengabaikan kebutuhan mereka sendiri.’

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah penelitian pertama, menyoroti perkembangan media radio dalam mengikutiarus teknologi dan bagaimana media tersebut dapat menjadi sarana pembelajaran serta dakwah. Penelitian kedua membahas representasi kekerasan dalam sebuah serial TV *Stranger Things season 4* dengan fokus pada unsur fisik dan visual. Penelitian ketiga mengkaji pesan moral dalam Iklan Layanan Masyarakat terkait perilaku konsumtif yang dibangun melalui pendekatan semiotika.

Sedangkan dalam penelitian saya, fokus utama terletak pada analisis pesan moral tentang perundangan yang terkandung dalam Iklan Layanan Masyarakat pada kanal YouTube Cerdas Berkarakter yang bertema Gerobak Perdamaian. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengkaji tanda-tanda yang muncul dalam bentuk ikon, indeks, dan simbol melalui elemen-elemen visual, naratif, serta karakter yang ditampilkan dalam Iklan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang membahas kekerasan atau moral secara luas, penelitian ini lebih berfokus media Iklan Layanan Masyarakat. Iklan tersebut dimanfaatkan sebagai sarana edukatif dalam membentuk kesadaran moral dan karakter, khususnya bagi kalangan muda, dengan menjadikan platform YouTube sebagai medium penyampaian pesan yang efektif dalam ruang komunikasi modern.

BAB III

METODE PENELITIAN

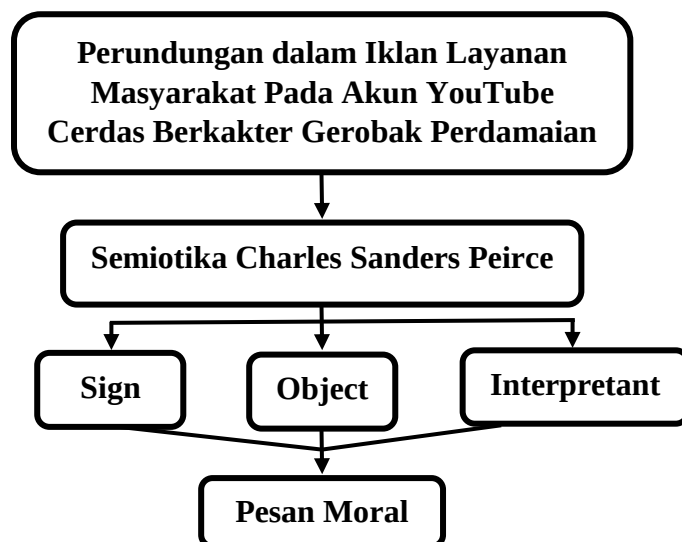
3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dijabarkan secara deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk menganalisis dan makna terkandung dalam Iklan Layanan Masyarakat di akun YouTube Cerdas Berkarakter, khususnya dalam tema Gerobak Perdamaian yang mengangkat isu perundungan. Penelitian ini tidak menggunakan data statistik tetapi fokus pada penguraian elemen-elemen dalam Iklan seperti dialog, visual, ekspresi tokoh, suasana, dan simbol-simbol yang muncul. Semua unsur tersebut dianalisis untuk melihat bagaimana pesan moral tentang perundungan disampaikan kepada penonton.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce sebagai dasar analisis. Dalam kerangka semiotika Peirce, setiap tanda terdiri atas tiga elemen utama, yakni representamen (bentuk tanda), objek (apa yang ditunjuk tanda), dan interpretan (makna yang muncul dari tanda). Melalui pendekatan ini, peneliti menguraikan bagaimana tanda-tanda dalam Iklan membentuk pesan moral melalui berbagai simbol visual, narasi, serta tindakan tokoh-tokohnya, lalu bagaimana pesan tersebut dapat ditafsirkan dalam konteks sosial penonton.

3.2. Kerangka Konsep

Tabel 3.1 Kerangka Konsep



3.3. Definisi Konsep

- a. Perundungan atau *bullying* adalah perilaku yang dilakukan secara sengaja untuk menyakiti, merendahkan, atau mengintimidasi orang lain, baik secara fisik, verbal, sosial, maupun melalui dunia maya (*cyberbullying*). Korban perundungan sering kali merasa takut, cemas, dan kehilangan rasa percaya diri. Perundungan sering ditampilkan sebagai masalah sosial yang harus disadari dan dilawan bersama. Isu ini penting diangkat agar masyarakat, terutama anak muda, lebih peduli dan berani melawan perundungan dengan empati dan solidaritas.
- b. Iklan Layanan Masyarakat, adalah pesan atau kampanye yang dibuat untuk kepentingan umum, bukan untuk tujuan komersial. Iklan Layanan Masyarakat biasanya disampaikan melalui media seperti televisi, radio, media sosial, atau yang lainnya dan bertujuan untuk menyadarkan

masyarakat tentang isu penting seperti kesehatan, lingkungan, pendidikan, atau nilai-nilai sosial. Misalnya, Iklan yang mengajak menghentikan perundungan atau menyebarkan pesan toleransi merupakan contoh bagaimana media bisa digunakan untuk membentuk kesadaran dan sikap positif dalam masyarakat.

- c. Akun YouTube Cerdas Berkarakter adalah kanal edukatif yang memuat konten-konten inspiratif yang membentuk karakter positif seperti empati, toleransi, dan perdamaian. Salah satu videonya merupakan Iklan layanan masyarakat yang bertema Gerobak Perdamaian menyampaikan pesan tentang anti-perundungan.
- d. Semiotika Charles Sanders Peirce, adalah teori tentang tanda yang membagi tanda menjadi tiga elemen yaitu, representamen (tanda), objek (hal yang dirujuk), dan interpretan (makna yang ditangkap). Dalam analisis video yang bertema Gerobak Perdamaian tentang perundungan, pendekatan semiotika Peirce membantu mengungkap makna simbolik dari adegan-adegan yang menyuarakan penolakan terhadap perundungan.
- e. Pesan Moral, adalah nilai atau pelajaran yang ingin disampaikan melalui cerita, baik dalam bentuk film, cerita pendek, Iklan, maupun video lainnya. Pesan moral bisa mengajarkan tentang kebaikan, kejujuran, kerja sama, keberanian, atau pentingnya menghargai orang lain. Dalam media seperti Iklan layanan masyarakat atau video edukatif, pesan moral berfungsi untuk menginspirasi penonton agar bertindak lebih baik dalam kehidupan nyata.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1	Pesan Moral	• Nilai • Simbol • Edukasi • Ajakan • Arahan
2	Semiotika Charles Sanders Peirce	• Ikon • Indeks • Simbol

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa cara sebagai berikut:

- a. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung tayangan Iklan yang menjadi objek penelitian. Observasi dilakukan secara sistematis dengan memanfaatkan indera, terutama penglihatan untuk mengidentifikasi unsur-unsur penting dalam Iklan seperti gambar, dialog, ekspresi wajah tokoh, dan latar suasana. Tujuan dari observasi ini adalah menangkap secara langsung pesan moral dan simbol-simbol terkait perundungan yang disampaikan melalui adegan-adegan dalam Iklan.
- b. Dokumentasi, merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis maupun visual yang relevan dengan objek penelitian. Dokumentasi mencakup pencarian materi seperti naskah

narasi Iklan, deskripsi konten, artikel, jurnal, gambar, rekaman video, maupun dokumen digital lainnya. Untuk memudahkan proses analisis, tayangan Iklan dipecah menjadi bagian-bagian kecil per adegan, agar setiap pesan moral yang disampaikan lebih mudah diurai dan dipahami secara mendalam.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah dan menyederhanakan data agar lebih mudah dipahami dan ditafsirkan. Dalam penelitian ini, analisis digunakan bersifat kualitatif deksriptif, yaitu dengan cara menelaah data yang diperoleh dari observasi langsung terhadap tayangan Iklan Layanan Masyarakat yang diteliti. Peneliti mengidentifikasi serta mengelompokkan unsur-unsur visual dan naratif dalam Iklan Layanan Masyarakat tema Gerobak Perdamaian di kanal YouTube Cerdas Berkarakter, khususnya yang berkaitan dengan isu perundungan.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Melalui analisis ini, peneliti mengurai tanda-tanda visual, ekspresi tokoh, dialog, serta simbol-simbol lain dalam Iklan untuk mengungkap bagaimana pesan moral tentang perundungan dibentuk dan disampaikan kepada penonton. Penelitian ini tidak hanya membahas isi secara permukaan, tetapi juga menggali makna yang lebih dalam dari tiap elemen tanda yang muncul dalam tayangan.

3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Mei 2025 sampai bulan Agustus 2025. Dan lokasi penelitian ini dapat dilakukan dimana saja yang

memiliki internet dan jaringan listrik yang terkoneksi, dikarenakan objek dari penelitian ini sebuah Iklan layanan masyarakat di aplikasi YouTube.

3.8. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

3.8.1. Profil Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian

Gambar 3.1. Pratinjau Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Gerobak Perdamaian



Sumber: YouTube Cerdas Berkarakter Kemendikdasmen RI

Film Pendek Gerobak Perdamaian merupakan Iklan Layanan Masyarakat yang dirilis pada 27 November 2021 melalui kanal YouTube resmi Cerdas Berkarakter Kemendikdasmen RI sebagai bagian mengangkat isu-isu sosial. Iklan Layanan Masyarakat ini tidak hanya menjadi alat penyampai informasi, tetapi juga memiliki peran penting dalam pembentukan sebuah karakter dan perubahan sikap terhadap perundungan di kalangan masyarakat. Hingga bulan Agustus 2025, Iklan Layanan Masyarakat ini telah ditonton sebanyak 456.607 kali. Iklan Layanan Masyarakat ini membahas tentang perundungan yang dilakukan kalangan anak-anak atau remaja mencakup kekerasan verbal berupa ejekan, hinaan, serta pengucilan secara sosial. Iklan Layanan Masyarakat ini juga menyampaikan pesan moral yang disampaikan melalui teks dan suara, tetapi juga melalui simbol, karakter, ekspresi visual, serta alur cerita yang disusun secara strategis untuk membangun makna tertentu.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Analisis Nilai Tentang Perundungan dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian

Gambar 4.1 detik 39 Pak Baron mengutip sampah

Ikon



Sumber: YouTube

Visual terlihat saat dua orang ibu-ibu berdiri di pinggir jalan, menunjuk ke arah Pak Baron yang sedang mengutip sampah dan menarik gerobaknya.

Terlihat Pak Baron sedang memasukkan sampah ke dalam gerobaknya.

Indeks

Dari tanda yang dapat diperhatikan di scene tersebut gerobak sampah yang bawa Pak Barom menjadi simbol pekerjaan yang rendah dengan identik pemulung.

Simbol

Tabel 4.1 Nilai yang Terkandung dalam Scene Pak Baron

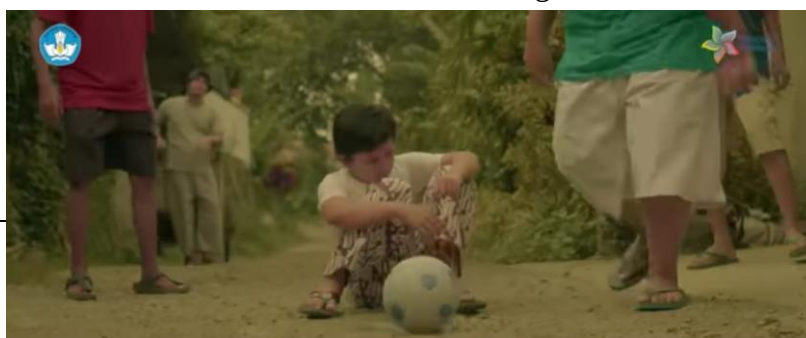
Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Dalam scene tersebut, Pak Baron sedang membawa gerobaknya dan mengambil sampah yang dibuang oleh seorang ibu-ibu, lalu memasukkan sampah itu ke dalam gerobaknya. Saat melewati dua ibu-ibu yang sedang berdiri, Pak Baron menyapa mereka dengan ucapan “Assalamualaikum”, dan dijawab dengan “Waalaikumussalam”. Namun, setelah ia pergi, dua ibu tersebut mulai membicarakan Pak Baron dengan mengucapkan kalimat “Gerobak jelek dibawa bawa mulu, kerjanya mungutin sampah aja, enggak punya kerjaan kali dia”, dengan nada merendahkan dan menertawakannya karena pekerjaan yang ia lakukan.

Kalimat dan ekspresi tersebut mencerminkan nilai yang merendahkan terhadap profesi pak Baron, scene ini memperlihatkan secara langsung suasana ejekan yang terjadi. Tindakan Pak Baron yang terus berjalan sambil mendorong gerobak dan memilih untuk diam lalu melanjutkan aktivitasnya. Hal ini menunjukkan sasaran perundungan, meskipun tidak ada respon balik dari dirinya. Gerobak sampah yang dibawa oleh Pak Baron digunakan sebagai simbol pekerjaan yang sering kali dianggap rendah oleh sebagian masyarakat, dalam konteks sosial gerobak sampah identik dengan profesi pemulung atau petugas kebersihan yang kerap menjadi sasaran ejekan.

Gambar 4.2 menit 2 detik 28 Zaki menangis dan ketakutan

Ikon



Sumber: YouTube

Visual memperlihatkan tiga anak laki-laki yang lebih tua dari Zaki berdiri mengelilinginya.

Terlihat Zaki duduk di tanah sambil memegang kakinya dan menangis, lalu terlihat Pak Baron sedang memperhatikan sambil membawa gerobaknya.	Indeks
--	--------

Dari tanda yang dapat diperlihatkan di scene tersebut bola yang awalnya dibawa oleh Zaki berubah menjadi alat olok-olok oleh anak-anak lain.	Simbol
--	--------

Tabel 4.2 Nilai yang Terkandung dalam Scene 1 Zaki

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Zaki terlihat sedang membawa bolanya dan berjalan sendirin, ia bertemu dengan tiga anak laki-laki yang sedikit besar darinya. Salah satu mereka berkata “Kenapa?”, lalu Zaki menjawab “Bolaku”. Setelah melihat bola milik Zaki berada di kaki salah satu anak laki-laki tersebut, mereka mulai mengejek dan mempermainkannya. Kemudian, salah satu anak berkata “Mana bola kamu”, dan dijawab oleh temannya dengan menunjuk ke arah perutnya sambil berkata “ini” dan mereka bertiga tertawa. Zaki menjawab “Bukan itu”, namun para ketiga anak laki-laki itu malah mengucapkan kalimat “Ayo rebut kalau bisa”, “Ayo tangkap”, hingga “Eh nangis, cengeng amat”. Zaki terlihat duduk di tanah sambil memegang kedua lutut kakinya dan menangis. Salah satu anak laki-laki tersebut kemudian menendang menendang bola dengan ucapa “Tendangan super”, namun bola justru masuk ke rumah Pak RT. Saat itu, terlihat pak Baron di kejauhan sedang mengamati kejadian tersebut sambil tetap membawa gerobaknya. Setelah bola masuk ke rumah Pak RT, Zaki langsung berlaku meninggalkan tempat tersebut.

Kalimat-kalimat tersebut menunjukkan nilai sosial negatif yang dilekatkan pada ketidakseimbangan kekuasaan antar anak-anak. Mereka memperlihatkan dominasi dan merendahkan Zaki. Scene ini juga menampilkan bahwa Zaki merasa tidak mampu membela diri, terlihat dari ia yang terduduk menangis. Tindakan anak-anak tersebut menggambarkan bentuk perundungan yang mempermalukan korban melalui ucapan dan sikap meremehkan. Nilai yang muncul dalam scene ini adalah kurangnya empati penggunaan kekuasaan secara tidak adil, dan meremehkan yang lebih lemah merupakan nilai negatif dalam interaksi sosial.

4.1.2. Analisis Simbol tentang Perundungan dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian

Gambar 4.3 menit 5 detik 53 Zaki dan adiknya, ketiga anak

Ikon



Sumber: YouTube

Visual memperlihatkan Zaki dan Adiknya sedang membawa layangan. Terlihat interaksi fisik secara langsung saat anak laki-laki yang lebih besar menarik paksa layangan dari tangan Zaki.

Gerakan tarik-menarik layangan yang dilakukan oleh Zaki dan anak laki-laki tersebut menunjukkan ketegangan dan konflik secara fisik.

Indeks

Dari tanda yang dapat diperlihatkan di scene tersebut layangan yang dirampas menjadi simbol kepemilikan, hak dan kebahagiaan yang dirusak secara paksa.

Simbol

Tabel 4.3 Simbol dalam Scene Zaki dan Adiknya

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Zaki dan adiknya terlihat sedang membawa sebuah layangan, tetapi di pertengahan jalan Zaki dan adiknya bertemu dengan ketiga anak laki-laki yang besar dari mereka. Dan salah satu dari ketiga anak laki-laki tersebut mengambil layangan dari tangan Zaki, dengan berkata “Sini enggak”, lalu Zaki menjawab “Ini layangan aku” dan sambil tarik-menarik layangan tersebut anak laki-laki tersebut mengucapkan “Lepas layangannya”. Adiknya Zaki mencoba membela dengan menari layangan bersama Zaki dan mempertanyakan alasan mereka “Kalian kenapa?”, dan salah satu anak laki-laki tersebut menjawab “Eh anak cewek gausah ikut-ikutan ya”. Zaki terus mengambil layangannya dari tangan anak laki-laki tersebut dan berkata “Ini layangan aku”, lalu salah satu teman anak laki-laki lainnya menjawab “Oh berani? Badan kecil mau digencet”. Dan layangan tersebut direbut anak laki-laki tersebut dan merusaknya sambil merobe-robe layangannya, Zaki pun berkata “Kamu jahat”. Lalu Pak Baron pun datang dengan membawa gerobaknya untuk memisahkan Zaki dan adiknya dari ketiga anak laki-laki tersebut dengan berkata “Tin tin tin kereta mau lewat, mau ikut, yuk yuk”, akhirnya Zaki dan adiknya pun ikut dengan Pak Baron mereka naik digerobak sampah yang dibawa Pak Baron dan meninggalkan ketiga anak laki-laki ditempat itu.

Dalam scene ini, terlihat interaksi fisik secara langsung saat ketiga anak laki-laki yang lebih besar menarik paksa layangan dari tangan Zaki. Wajah Zaki tampak tegang dan adiknya tampak cemas, serta posisi tubuh yang tegang menunjukkan situasi tidak nyaman. Sementara gerak tubuh, ekspresi wajah, serta tindakan perusakan layangan merupakan simbol tindakan intimidatif dan

perundungan secara nonverbal. Interaksi yang terjadi membentuk simbol visual yang kuat tentang ketimpangan relasi kuasa antara pelaku dan korban. Ketiga anak laki-laki yang lebih besar dari Zaki menunjukkan dominasi dengan cara merampas dan merusak layangan milik Zaki, ekspresi wajah yang sombong, gerakan tubuh yang kasar, dan sikap meremehkan seperti menarik layangan secara paksa, merobeknya di depan Zaki, lalu menghadapi perlawanan dengan ancaman fisik merupakan bentuk perundungan nonverbal.

Kedatangan Pak Baron dengan gerobaknya menjadi simbol perlindungan dan penyelamatan. Aksinya Pak Baron mendorong gerobak untuk memisahkan Zaki dan adiknya dari para pelaku perundungan menunjukkan bentuk turun tangan secara fisik tanpa kekerasan, dan ajakan “mau ikut, yuk yuk” sambil tersenyum menjadi penyeimbang emosi negatif dari adegan sebelumnya, serta menandakan solidaritas sosial dan empati terhadap korban perundungan. Scene ini menyampaikan pesan nonverbal tentang ketimpangan kekuatan, ketidakadilan yang dirasakan anak-anak, serta pentingnya kehadiran sosok dewasa yang membela kebenaran. Ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan interaksi fisik menjadi bentuk nyata dari perundungan yang tak hanya menyakiti secara fisik, tetapi juga emosional.

Gambar 4.4 menit 6 detik 02 Zaki dan tiga anak laki-laki

Ikon



Sumber: YouTube

Visual memperlihatkan Zaki duduk di sebuah pendopo sambil memegang layangan baru, lalu datang ketiga anak laki-laki mendekatnya dan mengelilinginya sambil duduk dengan sikap mengintimidasi.

Terlihat ekspresi wajah Zaki tampak tegang dan takut, posisi tubuh yang kaku serta cara ia menggenggam layangan menunjukkan kecemasan.	Indeks
--	--------

Dari tanda yang dapat diperlihatkan di atas layangan menjadi simbol harapan dan kebahagiaan Zaki.	Simbol
---	--------

Tabel 4.4 Simbol dalam Scene 2 Zaki

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Zaki terlihat duduk di sebuah pendopo sambil memegang layangan baru, ia tampak tenang, tetapi situasi berubah ketika tiga anak laki-laki yang sebelumnya telah merundungnya mendekat dan duduk mengelilinginya. Salah satu anak laki-laki tersebut menyapa dengan nada yang tampak ramah tapi penuh ancaman “Eh Zaki, sendirian aja nih hehe”, “Mau lari emana, ha?” sambungnya. Dan anak kedua menambahkan “Ga ada Pak Baron disini, mau minta tolong sama siapa lagi emang”, merasa tidak aman Zaki segera meninggalkan tempat itu, namun ketiga anak laki-laki tersebut mengejanya sambil berteriak “Woi jangan lari, jangan lari, Zaki! Jangan lari!”. Tiba-tiba Zaki masuk di dalam gerobak sampah Pak Baron, tiga anak itu berhenti berlarian dan nampak kelelahan. Pak Baron pun tersenyum kepada mereka, setelah itu Pak Baron membawa Zaki pun pergi dari tempat itu dengan membawa gerobaknya. Tiga anak laki-laki itu berdiam, lalu salah satu berkata dengan nada kesal “Mukanya sih senang, tapi kita yang engga senang”, disambung dengan anak yang lain “Kenapa dia jadi senang banget sama Pak Baron ya? Padahal naik gerobak doang”, dan teman yang lainnya juga

menyimpulkan “Udah ikutin aja terus ikutin” ketiganya pun memutuskan mengikuti gerobak Pak Baron dan Zaki dari belakang.

Scene ini menyampaikan makna simbolik dari bentuk perundungan yang tidak diwujudkan lewat kekerasan fisik, tetapi melalui tekanan psikologis, dominasi posisi tubuh, dan ekspresi wajah yang menciptakan suasana intimidatif. Tindakan mengelilingi Zaki secara diam-diam menyampaikan simbol kontrol dan dominasi sosial terhadap individu yang lebih lemah. Layangan yang digenggam Zaki menjadi simbol harapan dan kebahagiaan, sedangkan pendopo menggambarkan ruang aman yang berubah menjadi ruang ancaman. Kehadiran Pak Baron dan gerobaknya kembali tampil sebagai simbol perlindungan, solidaritas, dan kasih sayang. Senyuman Pak Baron menunjukkan bahwa penyelesaian konflik bisa dilakukan dengan pendekatan damai, bukan kekerasan. Komentar akhir dari ketiga anak laki-laki menunjukkan simbol kebingungan batin dan ketidakpahaman mereka terhadap bentuk kasih sayang dan perlindungan yang dimiliki Zaki.

4.1.3. Analisis Edukasi, Ajakan, dan Arahkan dalam Struktur Cerita Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian

Gambar 4.5 menit 7detik 09 Pak Baron dan Zaki

Ikon



Sumber: YouTube

Visual memperlihatkan Pak Baron dan Zaki berhenti di tempat pembuangan sampah.	
Nada suara Pak Baron yang tenang dan hangat, serta tawa kecilnya saat menjawab pertanyaan Zaki, menunjukkan ketulusan dan sikap positif.	Indeks
Gerobak sampah dan aktivitas memilah sampah menjadi simbol transformasi mengubah sesuatu yang dianggap kotor atau tidak berguna menjadi hal yang bermanfaat.	Simbol

Tabel 4.5 Edukasi, Ajakan, dan Arahan untuk Korban Perundungan

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pak Baron dan Zaki berhenti ditempat pembuangan sampah, Pak Baron mengedukasi dengan berkata kepada Zaki “Yang penting kita harus selalu baik sama semua orang”, lalu Pak Baron menjelaskan proses pengelolaan sampah kepada Zaki “Bapak disini mengelola sampah, setelah sampah terkumpul, bapak pisah-pisah. Sampah organik, seperti sisa makanan, daun-daunan itu akan bapa olah menjadi pupuk”. Reaksi Zaki yang awalnya ragu berubah menjadi kagum dan ingin tahu, lalu bertanya “Emangnya ngga cape? Sampah di kampung ini kan banyak”, Pak Baron menjawab dengan tertawa kecil “Terus siapa lagi?”, dan Zaki bertanya lagi “terus, emangnya ga malu”, Pak Baron menjawab “Malu?”. Zaki mengucapkan “Tapi kayanya warga disini ngga suka sama Pak Baron, terus semua anak disini ngga suka sama aku”, lagi-lagi pak baron menjawab dengan nada tertawa kecil “Memang kita tidak bisa membuat senang semua orang, tapi kita berusaha baik pada semua orang, kita ubah agar semua orang bisa lebih mencintai dan merawat lingkungan, kita ubah semua orang untuk bisa berkumpul bersama, bukan untuk membahas keburukan orang lain, tapi untuk kebaikan dan perdamaian”. Di belakang mereka, terlihat dua ibu-ibu dan tiga anak laki-laki mendengarkan diam-diam pembicaraan Pak Baron, yang tadi awalnya curiga

salah satu ibu-ibu tersebut dengan berkata “Emang engga liat apa, udah tiga hari si Zaki dibawa naik gerobak sama Baron, Baron kan udah kerjanya gajelas, tiap hari mungutin sampah, mana gitu saya takut tuh tar si Zaki diculik sama dia”, dan pada akhirnya mereka menyadari bahwa Pak Baron adalah orang baik, salah satu ibu tersebut pun berkata “Dia orang baik ternyata ya” dan jawab ibu yang satunya “Kita salah ternyata ya”. Dan akhir dari Iklan layanan masyarakat ini, Pak Baron, Zaki, Kedua ibu-ibu dan tiga anak laki-laki tersebut bersama-sama bergotong royong mengelola sampah supaya wilayah kampung bersih dan dibantu Pak RT, bapak-bapak, ibu-ibu, dan anak-anak kampung tersebut.

Scene ini menampilkan momen paling penting dari pesan edukatif dan moral dalam Iklan layanan masyarakat Gerobak Perdamaian. Pak Baron tidak hanya hadir sebagai penyelamat Zaki dari perundungan, tetapi juga sebagai pendidik yang memberikan nilai kehidupan secara langsung dan praktis. Ketika Zaki mempertanyakan apakah tidak lelah dan tidak mau bekerja mengelola sampah, Pak Baron menjawab dengan sikap terbuka dan penuh senyum. Ini menunjukkan penerimaan terhadap stigma, dan mengajarkan bahwa profesi atau kondisi hidup tidak menentukan harga diri seseorang. Melalui narasi yang ringan namun bermakna, Pak Baron menyampaikan edukasi bahwa kebaikan dan kepedulian tidak memerlukan pengakuan, cukup niat dan ketulusan.

Secara simbolik, sampah menjadi metafora kehidupan yaitu sesuatu yang kotor bisa menjadi bermanfaat jika dikelola dengan benar, sama halnya dengan perasaan atau pengalaman buruk, seperti perundungan bisa diolah menjadi pelajaran hidup jika dibimbing dengan baik. Gerobak dan proses memilah sampah

pun menjadi simbol perubahan sosial, tempat yang semula dianggap hina menjadi pusat transformasi dan kolaborasi warga. Di akhir scene, ketika seluruh warga termasuk anak-anak, ibu-ibu, bapak-bapak, dan Pak RT bersama-sama bergotong royong mengelola sampah, ini menjadi simbol kuat persatuan, perdamaian, dan perubahan sosial yang lahir dari empati dan pendidikan.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Makna Pesan Moral dalam Narasi dan Dialog Iklan Layanan

Masyarakat Gerobak Perdamaian

Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian yang diunggah melalui kanal YouTube Cerdas Berkarakter secara langsung dan tidak langsung menyampaikan pesan-pesan moral terkait isu perundungan yang terjadi di masyarakat. Pesan-pesan tersebut tidak hanya dimunculkan melalui narasi dan dialog antar tokoh, tetapi juga melalui alur cerita, visualisasi, dan simbol-simbol yang mengandung nilai edukatif. Menurut Frank Jefkins, Iklan Layanan Masyarakat merupakan bentuk komunikasi nonkomersial yang bertujuan menyampaikan informasi sosial dan edukasi kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan struktur cerita dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian yang tidak mengarah pada promosi produk atau jasa tertentu, tetapi lebih berfokus pada penyadaran sosial, khususnya tentang pentingnya menghindari perilaku perundungan dan membangun empati terhadap sesama.

Dalam narasi dan dialog antara karakter Pak Baron dan Zaki, terdapat banyak pesan moral yang berkaitan dengan nilai kebaikan, ketulusan, dan penerimaan diri. Mislanya, ketika Pak Baron menjawab pertanyaan Zaki yang

merasa dikucilkan dan mempertanyakan pekerjaan Pak Baron yang di anggap rendah oleh masyarakat, Pak Baron berkata “Memang kita tidak bisa membuat senang semua orang, tapi kita berusaha baik pada semua orang”. Dialog ini menunjukkan nilai moral tentang pentingnya berbuat baik meskipun tidak selalu mendapatkan pengakuan atau penerimaan dari orang lain. Secara moral, hal ini mencerminkan pandangan bahwa tindakan manusia yang baik tidak semata ditentukan oleh penilaian sosial, melainkan oleh niat dan konsistensi perilaku positif dalam kehidupan sehari-hari. Ini selaras dengan pengertian moral menurut Chaplin (2006) yang menyatakan bahwa moral adalah perilaku yang sejalan dengan norma dan nilai-nilai sosial yang berlaku.

Konsep moral yang muncul dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian juga memperlihatkan bentuk perlawanan terhadap stereotip sosial yang seringkali melekat pada pekerjaan-pekerjaan informal seperti pemulung atau pengelola sampah. Dialog seperti “Terus siapa lagi?”, “Malu?”, “Kita ubah semua orang untuk bisa berkumpul bersama” menyiratkan bahwa kebermanfaatan sosial tidak diukur dari status atau pekerjaan, tetapi dari kontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat. Secara simbolik, seperti dijelaskan oleh Pohan (2021), pesan ini merupakan bentuk transformasi simbol dalam komunikasi gerobak sampah yang awalnya dianggap hina menjadi lambang perubahan sosial dan kebersamaan.

Narasi akhir dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian, ketika warga akhirnya menyadari kebaikan Pak Baron, dan bersama-sama bergotong-royong membersihkan kampung menjadi penegasan pesan moral utama bahwa nilai kehidupan tidak diukur dari penampilan atau profesi, melainkan dari

kepedulian, kejujuran, dan kemauan untuk berbagi. Transformasi sikap warga dari yang semula meremehkan menjadi saling mendukung memperlihatkan bahwa edukasi yang disampaikan melalui Iklan Layanan Masyarakat ini berhasil menggugah kesadaran moral kolektif.

4.2.2. Peran Iklan Layanan Masyarakat dalam Mengadirkan Isu Sosial tentang Perundungan

Perundungan atau *bullying*, sebagaimana didefinisikan oleh Olweus dan Borualogo et al. (2020), adalah bentuk perilaku agresif yang dilakukan, biasanya dari pihak yang lebih kuat kepada yang lebih lemah, baik secara fisik, verbal, maupun psikologis. Dalam Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian, isu ini diangkat secara nyata melalui berbagai adegan yang memperlihatkan ketimpangan kekuatan antara pelaku dan korban. Misalnya, dalam adegan saat Zaki dipermainkan oleh tiga anak laki-laki yang lebih besar darinya, baik secara verbal maupun nonverbal, memperlihatkan bahwa perundungan tidak hanya berupa kekerasan fisik, tetapi juga melalui ejekan, ancaman, dan tekanan psikologis. Ini diperjelas oleh Djawab (2016) yang membagi pesan menjadi dua, pesan verbal seperti ucapan ejekan “Cengeng amat!”, dan pesan nonverbal seperti ekspresi intimidatif dan tindakan perampasan layangan.

Kehadiran Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian menunjukkan bahwa media bisa berperan sebagai alat komunikasi yang efektif dalam mengangkat isu-isu sosial yang sering kali tidak disadari oleh masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Atika et al. (2018), Iklan Layanan Masyarakat berfungsi bukan hanya sebagai bentuk pelayanan informasi, tetapi juga sebagai representasi

dari organisasi atau institusi sosial yang peduli terhadap persoalan publik. Dalam konteks ini, akun Youtube Cerdas Berkarakter telah menjalankan perannya dengan menghadirkan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga membangun kesadaran sosial terhadap pentingnya menghentikan praktik perundungan kesadaran sosial terhadap pentingnya menghentikan praktik perundungan di lingkungan masyarakat, khususnya di kalangan anak-anak.

Selain itu, pendekatan yang digunakan Iklan Layanan Masyarakat ini sangat humanis dan mendidik. Penonton tidak hanya disuguhi realitas pahit dari perilaku perundungan, tetapi juga diberi contoh solusi tanpa kekerasan melalui karakter Pak Baron. Pendekatan edukatif ini mendukung pernyataan Sari et al. (2021) bahwa Iklan layanan masyarakat bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik, bukan hanya menginformasikan. Di akhir cerita, perubahan perilaku masyarakat yang semula mencibir menjadi turut bergotong royong, menggambarkan hasil dari proses penyadaran yang disampaikan Iklan layanan masyarakat. Dalam hal ini, iklan berperan sebagai media edukasi moral yang membentuk empati, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Pesan-pesan ini tidak bersifat menggurui, tetapi ditampilkan melalui contoh nyata dan pendekatan emosional yang menyentuh. Dengan begitu, Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian bukan hanya sekadar media penyampai informasi, tetapi juga sebagai instrumen moral yang mendorong perubahan sikap. Yang mampu menghadirkan isu sosial seperti perundungan dengan cara reflektif dan membangun, sehingga masyarakat

terutama penonton anak-anak dan orang tua dapat melihat pentingnya nilai empati, keberanian, dan perdamaian dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian secara efektif mampu menyampaikan pesan moral tentang perundungan melalui struktur narasi, visualisasi, simbol-simbol, serta interaksi antar tokoh yang mengandung nilai edukatif. Bentuk-bentuk perundungan dalam iklan ini tidak hanya disampaikan melalui ekspresi verbal seperti ejekan, tetapi juga melalui simbol-simbol visual yang memperlihatkan dominasi, ketakutan, dan tidak dianggap.

Nilai-nilai moral yang disampaikan mencakup empati, keberanian, solidaritas, penerimaan, dan kesadaran sosial. Tokoh Pak Baron menjadi simbol moralitas yang hadir dalam bentuk nyata dan menunjukkan bahwa perubahan sosial bisa dicapai dengan keteladanan, bukan kekerasan. Karakter Zaki juga menjadi simbol anak-anak korban perundungan yang memperoleh ruang aman melalui kasih sayang dan dukungan dari figur dewasa.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap Iklan Layanan Masyarakat yang berjudul Gerobak Perdamaian padan akun YouTube Cerdas Berkarakter, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Iklan Layanan Masyarakat Gerobak Perdamaian berhasil menyampaikan pesan moral tentang perundungan melalui penggunaan pesan verbal dan nonverbal yang kuat dan menyentuh. Dialog antar tokoh, ekspresi wajah, serta gerakan tubuh menggambarkan kondisi nyata dari perundungan yang dialami korban, terutama anak-anak.
2. Tokoh Pak Baron dalam cerita menjadi simbol nilai-nilai moral seperti kebaikan, ketulusan, dan empati, serta berperan sebagai perantara perubahan sosial. Ia tidak hanya menjadi penyelamat korban perundungan, tetapi juga mendidik masyarakat melalui tindakan nyata dan pendekatan yang damai.
3. Struktur naratif Iklan Layanan Masyarakat ini mendukung penyampaian pesan edukatif, ajakan, dan arahan moral secara efektif. Proses transformasi dari lingkungan yang penuh prasangka menjadi komunitas yang peduli dan bekerja sama menunjukkan keberhasilan pesan sosial yang ingin ditanamkan kepada audiens.

5.2. Saran

Untuk masyarakat umum dan pendidik (guru), khususnya orang tua dan tokoh lingkungan, diharapkan lebih peka terhadap perilaku perundungan yang

sering terjadi di sekitar mereka, baik secara verbal, fisik, maupun sosial. Misalnya, jika melihat anak-anak saling mengejek atau meremehkan temannya, orang dewasa sebaiknya segera ikut campur dengan cara baik, seperti menegur secara halus, memisahkan anak-anak yang bertengkar, atau memberikan arahan yang membangun, bukan malah membiarkan atau ikut menertawakan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Roli, T. (2022). *Komunikasi Media Massa*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ambarini AS, N. M. U. (2012). Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Karya Sastra. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–113. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Apriani, S., Choiriyah, & Yahya, A. H. (2024). Analisis Pesan Moral dalam Film “2037.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(3), 294–310.
- Atika, J., Minawati, R., & Waspada, A. E. B. (2018). Iklan Layanan Masyarakat Peduli Sampah. *Proporsi : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(2), 188–197. <https://doi.org/10.22303/proporsi.3.2.2018.188-197>
- Bengin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Borualogo, I. S., Wahyudi, H., & Kusdiyati, S. (2020). Prediktor perundungan siswa sekolah dasar. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(1), 35. <https://doi.org/10.22219/jipt.v8i1.9841>
- Bran, S. J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media dan Budaya*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Chaplin, J. P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi Alih Bahasa: Kartini Hartono*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Djawad, A. A. (2016). Pesan, Tanda, dan Makna dalam Studi Komunikasi. *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 1(1), 95–101. <https://doi.org/10.33654/sti.v1i1.344>
- Dr. Hj. Fatimah, S.S., M. H. (2020). Semiotika Dalam Kajian Iklan Iklan Layanan Masyarakat (ILM). In *Metzler Lexikon Kunstwissenschaft*. Gunadarma Ilmu. https://doi.org/10.1007/978-3-476-04949-0_117
- Fadillah, A. N. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Anak Yang Menjadi Korban Aksi Perundungan. *Jurnal Belo*, 5(1), 86–100. <https://doi.org/10.30598/belovol5issue1page86-100>
- Kartika, K., Darmayanti, H., & Kurniawati, F. (2019). Bullying di Sekolah: Pengertian, Dampak, Pembagian dan Cara Menanggulangnya Kusumasari. *Pedagogia*, 17(1), 55. <https://doi.org/10.17509/pdgia.v17i1.13980>

- Muaradhyka, T. A., & Lubis, F. H. (2024). *Analisis Semiotika Pesan Moral Iklan Layanan Masyarakat Perilaku Konsumtif di Kanal Youtube Bagas Dwi Rizqi*. 1(2). <https://doi.org/10.59548/ps.v1i2.269>
- Murniarti, E. (2019). Bahan Ajar Komunikator, Pesan, Media/ Saluran, Komunikan, Efek/Hasil dan Umpan Balik. In *Fkip Uki*. <http://repository.uki.ac.id/2909/1/BahanAjar52019.pdf>
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183. <http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1202>
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Pereira, H. M. dan R. (2018). *Why Children Bully?*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Permatasyari, A. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding*, 1(1), 18–31.
- Pohan, U. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Digital Communication over Fading Channels*, 2, 45–79. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
- Pramudhita, I. (2024). *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/irma-pramudhita/youtube-sebagai-sarana-komunikasi-23giAfxi8fk/full>
- Razali, G. et al. (2022). *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sari, N., Radhiah, R., & Safriandi, S. (2021). Analisis Makna Implikatur Dalam Wacana Iklan Layanan Masyarakat Pada Media Sosial. *Kande Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.29103/jk.v1i1.3410>
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. 1, 2.
- Sinaga, C. N. A. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 1–16.
- Sinaga, C. N. A., & Jozarky, T. M. (2023). Representasi Kekerasan dalam Serial TV Stranger Things Season 4. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(6), 563–572.
- Suteja, I. G. N. (2018). Analisis Kinerja Keuangan dengan Metode Altman Z-Score Pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk. *Jurnal Moneter*, V(1).
- Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi Adaptasi Mahasiswa Indekos.

Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 156–173.

Uchjana, E. O. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 623–632. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i1.614>

Yunus, R. N. (2020). *Analisis Multimodal Pada Iklan Layanan Masyarakat*. 12(2), 83–89.

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

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

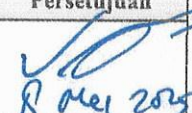
Medan, 08 Mei 2025.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Tiara Amanda Putri
N P M : 2103110064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 139 SKS, IP Kumulatif .3,62

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Pesan Moral Perundungan dalam Iklan Layanan Masyarakat Pada Akun Youtube cerdas berkarakter Gerobak Perdamaian	 <u>8 Mei 2025</u>
2	Analisis Konstruksi Sos Realitas Sosial Pada Film "Qadrat" dan "Munafik" sebagai Refleksi kehidupan Masyarakat muslim di Indonesia	
3	Peran Tayangan Siaran I News Tv dalam mengangkat Budaya Daerah di Provinsi Sumatera Utara	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/ Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/ Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

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

169.21.311

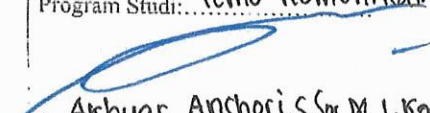
Pemohon


(Tiara Amanda Putri)

Medan, tanggal 05 Mei 2025.

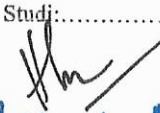
Ketua,

Program Studi: Ilmu Komunikasi


(Akhyar Anshori, S.Sr, M.I. Kom)
NIDN: 0127040401

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi:


(Nurhasanah Nasution)
NIDN:



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menerima surat ini agar diinformasikan
nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

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

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 887/SK/IL.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/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Dzulhijjah 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 15 Mei 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

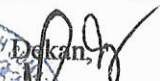
Nama mahasiswa	: TIARA AMANDA PUTRI
NPM	: 2103110064
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: ANALISIS PESAN MORAL PERUNDUNGAN DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA AKUN YOUTUBE CERDAS BERKARAKTER GEROBAK PERDAMAIAN
Pembimbing	: NURHASANAH NASUTION, 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: 169.21.311 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: 15 November 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 17 Dzulqaidah 1446 H
15 Mei 2025 M


Dekan,
Assoc. Prof. Dr. ARIEN SALEH, MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

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





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/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://fslip.umsu.ac.id>

fslip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Sk-3

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

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 19 Juni 2025

Assalamu'alaikum: wr. wb.

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

Nama lengkap : Tiara Amanda Putri
NPM : 2103110064
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: 887 /SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal 15 Mei 2025 dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS PESAN MORAL PERUNDUNGAN DALAM
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA AKUN YOUTUBE
CERDAS BERKARAKTER GEROBAK PERDAMAIAN

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 Bebas SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proopsal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua

Program Studi

Menyetujui

Pembimbing

Pemohon

(AKHYAR ANSHORI, S.Si, M.Pd)

(MURHANAS NASUTION)

(TIARA AMANDA PUTRI)

NIDN: 6127648401

NIDN: 0110077602





UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

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

Nomor : 1097/JUND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 26 Juni 2025
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 UJIAN TUGAS AKHIR
21	RANI	2103110014	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "ANDIKA, AWAS NANTI DICUUM KERETA" PADA AKUN YOUTUBE BTP MEDAN
22	ZAHIRANI HUMAIRA	2103110188	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI MAKNA KEKELUARGAAN DALAM FILM 2ND MIRACLE IN CELL NO. 7 KARYA HERWIN NOVIANTO
23	FIRVANDIA GRENTINA SIHALOHO	2103110058	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI MAKNA FEMINISME FILM "PANTASKAH AKU BERHIJAB" KARYA HADRAH DAN "TUHAN, IZINKAN AKU BERDOSA" KARYA HANUNG
24	TIARA AMANDA PUTRI	2103110064	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PESAN MORAL PERUNDUNGAN DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA AKUN YOUTUBE CERDAS BERKARAKTER GEROBAK PERDAMAIAN
25	WAN BINTANG SALSABILA NADHIFAH	2103110027	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA PESAN DALAM MONOLOG KARAKTER KENTO NANAMI DI ANIME JUJUTSU KAISEN TENTANG BULLSHIT JOBS

Medan, 28 Dzulhijjah 1446 H
24 Juni 2025 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dan menjawab surat in agar diucapkan
normal dan tanggapnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.KP/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622409 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisp.umsu.ac.id fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

SK-5

Nama lengkap

NPM

Program Studi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

Tiara Amanda Putri

2103110064

Ilmu Komunikasi

Analisis Pesan moral Perundungan dalam
Iklan layanan Masyarakat pada Akun Youtube
Cerdas Berkarater Gerobak Perdamaian

No.	Tanggal	Kegiatan/Isi Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	08/5 - 2025	Acc Judul dan Penetapan Dosen Pembimbing	Hz
2.	15/5 - 2025	Bimbingan Proposal dan penyerahan SK-2	Hz
3.	20/5 - 2025	Perbaikan Uraian teoritik	Hz
4.	17/6 - 2025	Bimbingan Proposal	Hz
5.	19/6 - 2025	Acc Seminar Proposal	Hz
6.	12/8 - 2025	Bimbingan online terkait Judul	Hz
7.	15/8 - 2025	Bimbingan Bab 1-3	Hz
8.	19/8 - 2025	Bimbingan Tugas Akhir Bab 4-5	Hz
9.	20/8 - 2025	Perbaikan Abstrak	Hz
10.	22/8 - 2025	Acc Bab 1-5 Tugas Akhir	Hz

Medan, 22 - Agustus 2025

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

Dekan,
Assoc. Prof. Dr. Aripin Saleh, M.S.P
NIDN: 0030013402

Dr. Akhyar Anshori, S.S., M.I. Kom
NIDN: 067048401

Nurhasanah Nurhuda, S.S., M.I. Kom
NIDN: 0110077602



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

Nomor : 1488/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
31	ZAHRAANI HUMAIRA	2103110168	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI MAKNA KEKELUARGAAN DALAM FILM 2ND MIRACLE IN CELL NO. 7 KARYA HERWIN NOVANTO
32	NAZWA SAHARA	2103110180	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PESAN MORAL DALAM MINI SERIES PANGGILANMU SEDANG DIALIHKAN KARYA INDOSAT OOREDOO HURCHISON
33	RAHMAT SUHENDRA	2103110259	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	MANAJEMEN KOMUNIKASI ASOSIASI FUTSAL KOTA MEDAN DALAM PEMBINAAN ATLET PROFESIONAL
34	RAISSA ADHWA HANAFIAH	2103110169	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI GURU SMPN 38 MEDAN DALAM MENINGKATKAN PERUBAHAN PERILAKU BELAJAR SISWA
35	TIARA AMANDA PUTRI	2103110064	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS PESAN MORAL PERUNDUNGAN DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PADA AKUN YOUTUBE CERDAS BERKARAKTER GEROBAK PERDAMAIAN

Notulis Sidang :

1.

Ditstapkan oleh :

Rektor



Rektor

Prof. Dr. ARIFIN SALEH, S.P., M.Hum.

Ketua

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Medan, 03 Rabiul Awwal 1447 H

28 Agustus 2025M



Sekretaris

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



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi Penulis

Nama : Tiara Amanda Putri
Tempat dan tanggal lahir : Tanjung Gading, 25 Desember 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak Ke : 3 dari 3 Saudara
Alamat : Jalan Mekatani Blok 1 No.2 Marendal 1
Pasar 7, Deli Serdang
Email : tiaraamandaputri25@gmail.com

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Abdul Ghani Bunyamin
Nama Ibu : Sri Mulat
Alamat : Jalan Mekatani Blok 1 No.2 Marendal 1
Pasar 7, Deli Serdang
No. Hp : 0823 6687 0623

Pendidikan Formal

2009-2015 : SD N 016396 Tanjung Gading Inalum
2015-2018 : SMP Al-Azhar Medan
2018-2021 : Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan
2021-2025 : Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara