

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT “*WAR ON DRUGS*” DI AKUN
YOUTUBE DJTJEN KOMUNIKASI PUBLIK DAN
MEDIA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MUHAMMAD NAUVAL AZZAKY
2103110081

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

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 : Muhammad Nauval Azzaky
NPM : 2103110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 05 Maret 2026
Waktu : Pukul 09.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

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

PENGUJI II : Dr. Sigit Hardiyanto S.Sos., M.I.Kom..

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

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP

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



BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : Muhammad Nauval Azzaky
NPM : 2103110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat “War On Drugs” Di Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media.

Medan, 25 Februari 2026

Pembimbing

Dr. Faizal Hamzah Lubis S.Sos M.I.Kom

NIDN: 0121058202

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, **Muhammad Nauval Azzaky**, NPM 2103110081, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

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

Medan, 23 April 2026

Yang Menyatakan,



Muhammad Nauval Azzaky

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alamin. Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, rahmat, serta karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat “War On Drugs Di Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media.** Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Strata (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu berkat doa dan dukungan yang diberikan oleh kedua orang tua penulis yaitu Ayahanda **Boiman** dan Almarhumah Ibunda **Yan Hafizah** yang sangat penulis cintai dan sayangi yang selalu memanjatkan doa yang tak pernah putus untuk kesuksesan penulis. Serta Abang dan Kakak penulis yaitu **Ikhwanul Muhammad, Indi Zakkiyah Nur, Muhammad Ikhsan, Dan Putri Nurbaiti Tandomato**, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan juga motivasi selama mengerjakan skripsi ini, begitu juga penulis ucapkan terima kasih kepada seseorang yang selalu menemani penulis selama mengerjakan skripsi ini yaitu **Putri Shelly**.

Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh Siregar, M.SP 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, S.Sos., 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 sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus Dosen yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan nasihat-nasihat yang memotivasi selama masa perkuliahan serta penelitian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.

8. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
9. Teman-teman penulis serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala kebersamaan, bantuan, dan hubungan selama ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat menerima masukan, kritikan, dan saran tentunya sangat diterima yang bersifat membangun demi perubahan yang lebih baik lagi dari skripsi ini sehingga berguna dalam penyempurnaan skripsi penulis. Penulis juga berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan bagi penulis khususnya.

Medan, Januari 2026
Penulis

Muhammad Nauval Azzaky
NPM: 2103110081

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“WAR ON DRUGS” DI AKUN YOUTUBE DITJEN
KOMUNIKASI PUBLIK DAN MEDIA**

**MUHAMAD NAUVAL AZZAKY
2103110081**

ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan pemerintah untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat luas. Salah satu isu yang diangkat adalah kampanye *War on Drugs* yang disebarluaskan melalui platform digital seperti YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna tanda yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat *War on Drugs* pada akun YouTube Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis semiotika, yang menitikberatkan pada hubungan antara tanda (*representamen*), objek, dan interpretan. Data penelitian berupa visual, audio, teks, serta simbol-simbol yang muncul dalam iklan layanan masyarakat tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan *War on Drugs* memanfaatkan berbagai tanda ikon, indeks, dan simbol untuk membangun pesan bahaya narkoba serta ajakan kepada masyarakat untuk menjauhi dan memerangi penyalahgunaan narkoba. Makna yang dihasilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan ideologis, dengan menekankan nilai moral, rasa takut, serta tanggung jawab sosial. Melalui pendekatan semiotika Peirce, dapat disimpulkan bahwa setiap tanda memiliki makna sesuai dengan perspektif setiap orang.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, War On Drugs, Semiotika, Charles Sanders Peirce, Youtube

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| ABSTRAK | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Batasan Masalah | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 3 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 4 |
| | |
| BAB II. URAIAN TEORITIS | 5 |
| 2.1 Komunikasi Digital..... | 5 |
| 2.2 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce | 6 |
| 2.3 Iklan Layanan Masyarakat..... | 10 |
| 2.4 Media Baru (<i>New Media</i>)..... | 13 |
| 2.5 Media Sosial..... | 14 |
| 2.6 Youtube..... | 15 |
| 2.7 Makna (<i>War On Drugs</i>)..... | 15 |
| 2.8 Tanda Verbal Dan Visual..... | 17 |
| | |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 18 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 18 |
| 3.2 Kerangka Konsep..... | 19 |
| 3.3 Definisi Konsep | 19 |
| 3.4 Kategorisasi Penelitian..... | 20 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 20 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 21 |
| 3.7 Waktu Dan Lokasi Penelitian | 21 |
| | |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 22 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 22 |
| 4.2 Pembahasan..... | 47 |
| | |
| BAB V. PENUTUP | 50 |
| 5.1 Simpulan | 50 |
| 5.2 Saran | 52 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 53 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Jenis Tanda..... | 8 |
| Tabel 2.2 Jenis Tanda Dan Hubungan Dengan Sumber Acuan | 10 |
| Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian..... | 20 |
| Tabel 4.1 Proses Triadic..... | 24 |
| Tabel 4.2 Klasifikasi Tanda | 25 |
| Tabel 4.3 Proses Triadic..... | 26 |
| Tabel 4.4 Klasifikasi Tanda | 27 |
| Tabel 4.5 Proses Triadic Gambar 1 | 28 |
| Tabel 4.6 Proses Triadic Gambar 2..... | 29 |
| Tabel 4.7 Klasifikasi Tanda Gambar 1 Dan 2..... | 30 |
| Tabel 4.8 Proses Triadic Gambar 1 | 31 |
| Tabel 4.9 Proses Triadic Gambar 2..... | 32 |
| Tabel 4.10 Klasifikasi Tanda Gambar 1 Dan 2..... | 33 |
| Tabel 4.11 Proses Triadic Gambar 1 | 35 |
| Tabel 4.12 Proses Triadic Gambar 2..... | 36 |
| Tabel 4.13 Klasifikasi Tanda Gambar 1 Dan 2..... | 37 |
| Tabel 4.14 Proses Triadic..... | 38 |
| Tabel 4.15 Klasifikasi Tanda | 38 |
| Tabel 4.16 Proses Triadic..... | 40 |
| Tabel 4.17Klasifikasi Tanda | 40 |
| Tabel 4.18 Proses Triadic..... | 42 |
| Tabel 4.19 Klasifikasi Tanda | 43 |
| Tabel 4.20 Proses Triadic..... | 44 |
| Tabel 4.21 Klasifikasi Tanda | 44 |
| Tabel 4.22 Proses Triadic Gambar 1 | 46 |
| Tabel 4.23 Klasifikasi Tanda Gambar 1 | 46 |
| Tabel 4.24 Proses Triadic Gambar 2..... | 47 |
| Tabel 4.25 Klasifikasi Tanda Gambar 2 | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirce..... | 8 |
| Gambar 3.1 Kerangka Konsep | 19 |
| Gambar 4.1 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 2..... | 23 |
| Gambar 4.2 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 5..... | 25 |
| Gambar 4.3 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 8-11 | 27 |
| Gambar 4.4 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 13-15 | 30 |
| Gambar 4.5 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 16-17 | 34 |
| Gambar 4.6 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 19..... | 37 |
| Gambar 4.7 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 22..... | 39 |
| Gambar 4.8 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 23..... | 41 |
| Gambar 4.9 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 26..... | 43 |
| Gambar 4.10 Iklan Layanan Masyarakat <i>War On Drugs</i> Detik 28-30 | 45 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah penyalahgunaan narkoba masih menjadi persoalan serius di Indonesia. Meskipun berbagai upaya pencegahan terus dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait, akses terhadap barang haram tersebut, terutama di kalangan generasi muda masih tergolong tinggi. Saat ini, kasus penyalahgunaan narkoba dan obat-obatan terlarang terus meningkat dari hari ke hari. Yang lebih memprihatinkan, di Indonesia para pengguna narkoba telah menyebar hingga ke kalangan remaja berusia 10–24 tahun, yaitu usia ketika mereka seharusnya mengembangkan kreativitas dan kemampuan diri. Namun, banyak dari mereka justru terperangkap dalam penggunaan barang terlarang tersebut (Adhani & Priadi, 2017).

Di Indonesia sendiri, jenis narkotika yang paling sering disalahgunakan meliputi ganja, opioid, kokain, *amphetamine*, serta kelompok stimulan lainnya. Umumnya, narkotika memberikan dampak yang merusak seluruh aspek kehidupan, baik fisik, mental, maupun sosial. Di Indonesia, salah satu jenis yang banyak disalahgunakan adalah *Tetrahydrocannabinol* (THC) atau yang lebih dikenal sebagai ganja. Salah satu dampak yang masih menjadi perdebatan adalah munculnya *syndrom amotivasi*, yang menggambarkan kondisi di mana seseorang menjadi tidak aktif secara sosial dan kehilangan minat terhadap sekolah, pekerjaan, atau kegiatan terarah lainnya. Selanjutnya ada *Metamphetamine* atau yang lebih di kenal dengan sabu, jenis narkotika yang saat ini sering digunakan,

Di Indonesia sabu lebih banyak digunakan dibandingkan ganja yang memiliki sifat depresan (Hariaji.I, 2017).

Pemasaran sosial (*social marketing*) merupakan salah satu cara untuk menyelesaikan berbagai isu sosial di masyarakat. Salah satunya adalah masalah narkoba. Media utama yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan dari pemasar sosial kepada targetnya adalah iklan. Dalam hal ini, iklan sering disebut sebagai sarana pengumuman layanan masyarakat, atau yang biasa dikenal dengan istilah Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Saat ini, ILM menjadi salah satu media yang digunakan untuk menyosialisasikan bahaya narkoba, meningkatkan kesadaran, serta membentuk sikap antinarkoba di kalangan masyarakat luas serta memberikan keuntungan terhadap kehidupan masyarakat itu sendiri (Muaradhyka & Hamzah Lubis, 2024).

Dalam konteks ini, Iklan Layanan Masyarakat (ILM) melalui kanal digital seperti YouTube memiliki potensi yang besar karena sifatnya yang mudah diakses, dapat viral, dan mampu menjangkau penggunanya yang tak terbatas dan beragam. Dalam kajian komunikasi, pemaknaan terhadap tanda-tanda dalam media seperti iklan dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika, yang mempelajari bagaimana tanda bekerja dalam menyampaikan makna.

Dengan demikian, penelitian terhadap iklan “War on Drugs” melalui perspektif semiotika penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pesan antinarkoba dijalani, dimaknai, dan disampaikan kepada masyarakat melalui media digital (Hakim & Ningsih, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian

yang berfokus pada bagaimana bentuk makna tanda serta berbagai elemen visual atau persepsi yang dibangun melalui Iklan Layanan Masyarakat “*War On Drugs*” Di Akun YouTube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media melalui kajian mendalam dari perspektif semiotika. Karena itu, penelitian ini penting untuk menggali bagaimana tanda (signs) dan kode media dalam ILM tersebut dibentuk, bagaimana makna tersiratnya dan bagaimana pesan dibentuk agar diterima oleh publik. sekaligus juga memberikan rekomendasi perancangan pesan dalam ILM digital dapat lebih efektif dalam mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada kajian semiotika yang mengungkap makna tanda, serta berbagai elemen visual dalam Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs* pada akun YouTube Ditjen Komunikasi Publik dan Media, dengan memfokuskan pada aspek-aspek makna visual yang terkandung di dalamnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat “*War On Drugs*” Di Akun YouTube Ditjen Komunikasi Publik dan Media.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat “*War On Drugs*” Di Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori terkait isu-isu sosial, khususnya penyalahgunaan narkoba. Melalui analisis semiotika terhadap iklan layanan masyarakat “War On Drugs”, penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dalam kajian sosiologi, komunikasi, dan audio visual.

2. Aspek Praktis

Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi serta menjadi dasar pengembangan bagi penelitian-penelitian berikutnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan wawasan baru kepada pembaca mengenai bahaya dan dampak narkoba, sehingga dapat mendorong terciptanya masyarakat Indonesia yang bebas dari narkoba demi masa depan yang lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan

- BAB I** : Merupakan bagian awal dari penelitian yang memuat uraian terkait latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan Penelitian, serta manfaat penelitian.
- BAB II** : Merupakan bagian yang berisi uraian teoritis dari Penelitian antara lain memuat pengertian dari Komunikasi Digital, Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce, Iklan Layanan Masyarakat, New Media (Youtube), Makna “War On Drugs”, Tanda Verbal Dan Visual Iklan Layanan Masyarakat.
- BAB III** : Merupakan bab di Penelitian yang membahas tentang metode Penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi Penelitian Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, Lokasi dan waktu Penelitian, serta sistematika penulisan.
- BAB IV** : Merupakan segmen yang memuat hasil dan pembahasan sesuai dengan data dan fakta pada Penelitian.
- BAB V** : Merupakan uraian penutup yang membahas intisari pembahasan, Kesimpulan Penelitian, serta saran penulis.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Digital

Komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan sehari-hari dan berlangsung ketika dua orang atau lebih saling berinteraksi. Aktivitas ini dapat terjadi apabila para peserta komunikasi memiliki pemahaman yang sama terhadap bahasa yang dipakai. Menurut West dan Turner (2007) tujuan utama dari komunikasi adalah terciptanya pemahaman. Komunikasi dianggap gagal apabila pesan yang disampaikan sulit dimengerti.

Secara umum, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain melalui berbagai jenis saluran. Individu yang mengirim informasi disebut komunikator, sedangkan penerima informasi disebut komunikan. Percakapan antara dua orang adalah contoh konkret dari proses komunikasi. Dalam konteks ini, pihak pertama bertindak sebagai komunikator, sedangkan pihak lainnya menjadi komunikan atau audiens. Pesan merujuk pada isi yang disampaikan, sementara media yang digunakan untuk mengirimkan pesan disebut saluran komunikasi.

Komunikasi digital dapat dipahami sebagai proses pengiriman pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media berbasis teknologi digital. Komunikasi digital memiliki karakteristik yang berbeda dari komunikasi tradisional. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari cara informasi dirangkai, dikemas, dan disajikan. Komunikasi digital berlangsung dengan lebih cepat dan lebih efisien. Selain itu, fitur-fitur teknologi memungkinkan pesan ditata serta

disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan menarik, sehingga meningkatkan daya tarik pesan tersebut.

Tingginya daya tarik tersebut seringkali menghasilkan respons yang lebih luas dari penerima pesan. Hal ini juga dipengaruhi oleh jangkauan komunikasi digital yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu; komunikator dan penerima dapat saling berkomunikasi meskipun berada di lokasi yang berbeda. Dalam komunikasi digital, pesan dapat diterima secara langsung atau diakses kembali pada waktu yang berbeda dari saat pesan tersebut dikirim. Dengan demikian, komunikasi digital berbeda dari komunikasi tradisional karena memiliki fleksibilitas dalam cara akses dan penyampaiannya (Andi Asari, 2023).

2.2 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

1. Analisis

Menurut Komaruddin (2001) analisis adalah proses berpikir yang bertujuan memecah suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian sehingga setiap komponen, hubungan antarkomponen, serta fungsi masing-masing dalam suatu kesatuan yang terpadu dapat dipahami. Sementara itu, Harahap dalam Azwar (2019) menyatakan bahwa analisis merupakan kegiatan memecah suatu unit menjadi bagian-bagian terkecil. Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis merupakan proses berpikir untuk menguraikan atau memisahkan suatu permasalahan dari satu kesatuan menjadi bagian-bagian paling kecil (Septiani et al., 2020).

2. Semiotika

Kata semiotik berasal dari kata Yunani semeion yang berarti tanda. Maka semiotika berarti ilmu tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan

dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda seperti sistem tanda dan proses (Efendi et al., 2023). Semiotika merupakan salah satu pendekatan dalam ilmu sosial yang memandang dunia sebagai suatu sistem relasi dengan unsur dasar berupa “tanda”. Istilah semiotika kerap digunakan bergantian dengan semiologi, dan keduanya tidak memiliki perbedaan substansial penggunaannya hanya bergantung pada tradisi yang berkembang. Istilah semiotika berasal dari bahasa Inggris *semiotics*, sementara nama lain yang memiliki makna sama adalah *semiology*, keduanya merujuk pada ilmu yang mempelajari tanda. Secara terminologis, semiotika dapat diartikan sebagai disiplin yang menelaah berbagai objek, peristiwa, dan keseluruhan unsur budaya sebagai tanda. Analisis semiotika umumnya dipahami sebagai kajian terhadap tanda-tanda. Pada hakikatnya, semiotika mempelajari berbagai kode, yakni sistem yang memungkinkan kita melihat suatu entitas sebagai tanda atau sesuatu yang memiliki makna. Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”, yang dipahami sebagai sesuatu yang mewakili hal lain. Semiotik atau penyelidikan simbol-simbol membentuk tradisi pemikiran yang penting dalam teori komunikasi (Lubis, 2017).

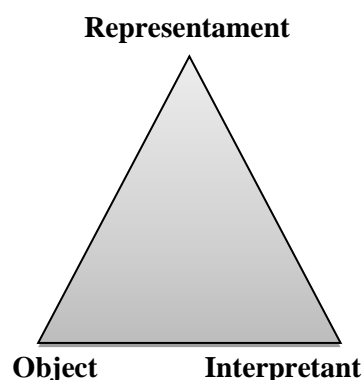
3. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce adalah seorang filsuf Amerika yang paling orisinal dan multidimensional. Dengan begitu banyak prestasi yang ia raih, tidak telalu menampilkan keterpelajaran klasik yang datang dari karya-karya peirce. Ia terkenal karena teori tandanya. Di dalam lingkup semiotika, Peirce sering kali mengulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi

seseorang perumusan yang terlalu sederhana ini menyalahi kenyataan tentang adanya suatu fungsi tanda: A menunjukkan suatu fakta (Objek B), kepada penafsirnya, yaitu C, oleh karena itu, suatu tanda tidak pernah berupa entitas yang sendirian, tetapi yang memiliki ketiga aspek tersebut. Ia mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan objeknya adalah kekeduaan, dan penafsirnya, unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan.

Bagi Peirce, tanda adalah “*something which to somebody for something in some respect or capacity*”. Peirce meyakini bahwa sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi disebut **ground**. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representement*) selalu terdapat dalam hubungan *triadic*, yakni *ground* (*denotatum*), *object*, dan *interpretant*. Tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui *interpretant*. *Interpretant* adalah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda-tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground*, yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat.

Gambar 2.1 Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirce



Sumber: (Dudi Hartono & Asep Sugalih, 2019)

Representamen disebut sebagai kepertamaan (*firstness*), yang mana kepertamaan tidak memiliki relasi dan bukan untuk dihadapi dengan benda lain kepertamaan hanya sebuah kemungkinan (misal music, rasa dan warna). Setelah itu adalah kekeduaan (*secondness*) yaitu fakta langsung yang muncul dari sebuah relasi, ia memuat fakta nyata, tindakan, dan pengalaman dalam ruang dan waktu. Kemudian keketigaan (*thirdness*) yang menghubungkan antara kepertamaan (*representamen*) dan kekeduaan (*object*). Iya merupakan wilayah hukum dan aturan umum. Hubungan antara segitiga *representamen*, *object*, dan *interpretant* membentuk trikotomi dasar pembagian tanda.

Tabel 2.1 Jenis Tanda

| Object | Interpretant | Representament |
|---------------|---------------------|-----------------------|
| Icon | Qualisign | Rheme |
| Indeks | Sign | Dicisign |
| Symbol | Lesign | Argumen |

Sumber: (Dudi Hartono & Asep Sugalih, 2019).

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas ikon, indeks, dan symbol. Ikon adalah tanda yang huungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan misalnya, potret dan peta.

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan pertanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas adalah asap sebagai adanya tanda api. Tanda dapat pula mengacu ke *denotatum* melalui konveksi.

Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang bias disebut *symbol*. Jadi

simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Trikonomipertama menghasilkan *qualisign*, yaitu *representamen* yang merupakan tanda dari suatu sifat (misalnya: suaranya keras yang menandakan orang itu marah, atau ada sesuatu yang diinginkan). Kemudian *sign*, kenyataan atau tipe tanda yang memanfaatkan sebuah peristiwa atau objek sebagai tanda (*sign vehicle*), (misal suatu jeritan merupakan suatu kesakitan, bahagia, atau kaget). Dan *lesign*, yaitu *representamen* yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konveksi, sebuah kode (misal tanda-tanda lalu lintas, gerakan berjabat tangan, dan lain-lain).

Berdasarkan Interpretan, tanda (*sign, representamen*) dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *decisign dan argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang marah matanya bisa saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau baru bangun tidur.

Dicent sign atau *decisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa disitu sering terjadi kecelakaan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. Sedangkan trikotomi yang kedua, Peirce membuat klasifikasi tanda berdasarkan objeknya kedalam tiga jenis, yaitu ikon, indeks, dan simbol.

Tabel 2.2 Jenis Tanda dan Hubungan dengan Sumber acuan

| Jenis Tanda | Hubungan Tanda dan Sumber Acuannya | Contoh |
|-------------|---|--|
| Ikon | Tanda dirancang untuk mempresentasikan sumber simulasi atau persamaan (artinya, sumber acuan dapat dilihat, didengar dan seterusnya dalam ikon. | Segala macam gambar (bagan, diagram, dan lain lain), photo, kata-kata onomatopoeia, dan seterusnya. |
| Indeks | Tanda dirancang untuk mengindikasi sumber acuan atau saling menghubungkan sumber acuan. | Jari yang menunjuk, kata keterangan seperti di sini, di sana, kata ganti seperti aku, ia dan seterusnya. |
| Symbol | Tanda dirancang untuk menjadikan sumber acuan melalui kesepakatan atau persetujuan. | Simbol sosial seperti mawar, dan lainnya. |

Sumber: (Dudi Hartono & Asep Sugalih, 2019).

Adapun trikotomi yang ketiga menghasilkan *rheme*, tanda yang mengacu kepada objek tertentu (misal: kata ganti petunjuk, ini, itu, dan lain-lain), dan *Argument*, yaitu suatu tanda nalar yang mampu membuktikan sebuah kebenaran (Dudi Hartono & Asep Sugalih, 2019).

2.3 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan tidak hanya untuk mempromosikan suatu barang dan jasa saja tapi juga ada iklan yang bertujuan untuk mencegah masalah-masalah sosial di masyarakat yaitu iklan layanan masyarakat. Semua lembaga penyiaran termasuk televisi diwajibkan untuk menyediakan waktu sebanyak 10% dari seluruh waktu siaran iklan niaga untuk iklan layanan masyarakat (Putri et al., 2019).

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan bentuk iklan yang ditujukan kepada publik untuk mendorong mereka mengikuti pesan atau arahan yang disampaikan. Upaya ini tentu tidak sederhana karena tujuan utama ILM adalah mengajak audiens mengubah perilaku mereka, dari perilaku yang kurang baik menjadi perilaku positif sesuai harapan komunikator atau pembuat iklan. Oleh

karena itu, ILM berfungsi sebagai alat komunikasi persuasif. Masyarakat sebagai audiens bersifat beragam; setiap kelompok memiliki kebutuhan, keyakinan, sikap, dan nilai yang berbeda-beda. ILM memiliki karakteristik dasar sebagai iklan yang tidak berorientasi pada keuntungan (nonprofit). Hal ini juga berlaku pada program-program pemerintah maupun organisasi masyarakat yang membuat iklan serupa, yang tujuannya semata-mata untuk kepentingan publik dan bukan untuk mempromosikan produk komersial.

Untuk dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, desain pesan dalam ILM perlu dibuat dengan strategi yang tepat, yaitu dengan meminimalkan penolakan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini penting karena setiap individu memiliki keyakinan pribadi serta pengaruh lingkungan yang berbeda-beda (Umiyati, 2021).

Terdapat sejumlah elemen visual yang harus disusun dan ditata dengan baik agar menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, dan mudah dipahami. Elemen-elemen dasar grafis tersebut meliputi: Garis, Bidang, Warna, Gelap-terang, Tekstur dan Ukuran.

Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa ILM adalah sebuah bentuk iklan yang dilakukan oleh lembaga pemerintah maupun non pemerintah untuk mempengaruhi secara persuasi khalayak umum melalui media cetak ataupun elektronik yang tidak dimaksudkan untuk mencari keuntungan, tetapi merupakan media untuk mempromosikan atau mengkampanyekan suatu kegiatan sebagai bentuk pemberian layanan kepada masyarakat melalui upaya menggerakkan solidaritas dan kepedulian masyarakat dalam menghadapi sejumlah masalah sosial

yang harus dihadapi (Santoso, 2015).

1. Iklan

Iklan mempunyai dua arti, yang pertama berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada khlayak ramai mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Yang kedua pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang akan dijual, dipasang dalam media massa baik media cetak atau media elektronik. Sedangkan Menurut Durianto (2003) iklan adalah sebuah proses komunikasi yang bertujuan membujuk serta mendorong masyarakat untuk melakukan tindakan yang menguntungkan pihak pengiklan. Sementara itu, Kriyantono (2008) menjelaskan bahwa iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang berisi pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas, dengan tujuan mempengaruhi orang agar membeli produk atau jasa, dan ditayangkan melalui media berbayar. Iklan adalah bentuk komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan pesan persuasif kepada khalayak dengan tujuan memengaruhi sikap, pengetahuan, atau tindakan mereka terhadap suatu produk, jasa, ide, atau layanan.

Iklan biasanya disusun secara terencana, menggunakan berbagai media seperti televisi, radio, internet, media cetak, maupun billboard untuk menarik perhatian audiens dan mendorong mereka melakukan tindakan tertentu, misalnya membeli produk atau menerima suatu gagasan.

Secara singkat, iklan adalah upaya promosi berbayar yang bertujuan memengaruhi dan menarik minat publik melalui pesan yang disampaikan secara kreatif dan terstruktur. Komunikasi dalam iklan memerlukan perencanaan konsep

dan strategi agar informasi, proses, dan pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat, Pada dasarnya periklanan mempunyai fungsi utama yaitu sebagai upaya pemasaran dan komunikasi (Setiawan, 2015).

2. Fungsi Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) berfungsi sebagai sarana menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuannya akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial itu meliputi munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku terhadap masalah yang di iklankan yang mana semua keuntungan itu sangat penting bagi kualitas hidup masyarakat itu sendiri.

Iklan layanan masyarakat juga mempunyai peran penting bagi berbagai kegiatan nonbisnis, juga untuk menggerakkan solidaritas masyarakat manakala menghadapi suatu masalah sosial, dan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi (Sumbo Tinarbuko, 2016)

Seperti iklan komersial pada umumnya, ILM juga memiliki prinsip yang sama dalam penyusunannya. Iklan merupakan salah satu bentuk pesan persuasif yang memiliki peran penting dalam menyampaikan maksud dan tujuan suatu perusahaan. Maka dari itu hal terpenting dalam strategi ILM adalah menciptakan komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi target adopter untuk merubah perilakunya sesuai dengan keinginan pemasar sosial (Nisa, 2015).

2.4 Media Baru (*New Media*)

Media adalah sebuah ruang dimana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini

berarti di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan (*ideological state apparatus*). Singkatnya Media adalah segala bentuk saluran, alat, atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan agar informasi dapat diterima, dipahami, atau mempengaruhi. Dengan kata lain, media adalah penghubung antara sumber pesan dan penerima. (Muaradhyka & Hamzah Lubis, 2024)

Media dapat dipahami sebagai ruang yang menawarkan gambaran peristiwa sekaligus imajinasi tentang kehidupan ideal dalam masyarakat. Media tidak hanya dilihat sebagai sarana penyebaran informasi. Selanjutnya, media merupakan aktor sekaligus arena kontestasi dan negosiasi (Hajiza & Santoso, 2014).

New media adalah jenis media yang menghadirkan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, serta perkembangan jaringan dalam proses pembuatan dan penyampaian pesan. Kemampuan media ini untuk menghadirkan interaktivitas memberi peluang bagi penggunanya untuk memilih informasi yang ingin mereka konsumsi, mengatur informasi yang mereka hasilkan, serta membuat keputusan sesuai kebutuhan mereka. Interaktivitas inilah yang menjadi inti dari konsep new media.

Kemunculan realitas virtual, komunitas virtual, dan identitas virtual merupakan sejumlah fenomena yang berkembang seiring hadirnya new media. Hal ini terjadi karena new media memberi kebebasan bagi penggunanya untuk memanfaatkan ruang digital seluas mungkin, memperluas jaringan, serta

menampilkan identitas yang berbeda dari identitas mereka di dunia nyata.

Istilah media baru atau new media sendiri digunakan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari media sebelumnya. Televisi, radio, majalah, dan koran digolongkan sebagai media lama (old media), sedangkan media berbasis internet yang memiliki unsur interaktif dikategorikan sebagai new media (Syafriana, 2022)

Dengan demikian, istilah ini tidak berarti bahwa media lama menghilang dan digantikan oleh media baru, tetapi lebih sebagai cara untuk menunjukkan karakteristik baru yang muncul (Watie, 2016).

2.5 Media Sosial

Media sosial atau social media atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan, bahwa media sosial online, disebut jejaring sosial online bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Fenomena media

sosial ini bisa dilihat dari kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International. Inilah alasan mengapa media ini disebut media sosial bukan media massa. Tidak dapat disangkal bahwa manusia modern kini sangat bergantung pada teknologi. Kehadiran internet, yang kemudian melahirkan berbagai platform media sosial, juga membawa sejumlah persoalan terkait etika berkomunikasi. Penggunaan identitas palsu untuk tujuan yang merugikan, serta penyebaran atau pengunduhan konten berhak cipta atau materi terlarang, merupakan tindakan yang melanggar etika dan dilarang. Namun, kebebasan yang diberikan internet terutama media sosial sering kali membuat sensitivitas etika menjadi tumpul. Hal-hal yang seharusnya tidak dilakukan justru terlihat seakan-akan wajar. Bahkan, tidak sedikit orang yang menganggap perbuatan tersebut bukanlah sebuah kesalahan, dengan berbagai alasan pembenaran yang mereka buat sendiri (Watie, 2016).

2.6 YouTube

Internet, menjadi media favorit kaum muda. Kondisi ini bisa dipahami mengingat bahwa kehadiran internet beriringan dengan kelahiran kelompok usia muda ini (antara 18-24 tahun). Salah satu situs yang terkenal yang ada dalam jaringan fitur internet adalah Youtube. Pengguna Youtube sebagian besar adalah kaum muda dengan usia 13-24 tahun. Youtube adalah adalah suatu situs web video sharing (berbagi video) yang hadir dalam dunia maya atau digital internet. Youtube diciptakan oleh 3 orang pekerja *PayPal*, Chad Hurley, Steve Chen, and Jawed Karim, pada Februari 2005. Melalui Youtube, pengunjung internet atau situs ini bisa meng-upload, melihat atau berbagi video. Ide tentang Youtube di

akui Karim, salah satu pendirinya, bermula dari keinginan menyebarkan beberapa kejadian di tahun 2004, seperti kasus terbakarnya pakaian Janet Jackson saat bernyanyi di acara *SuperBowl (Janet Jackson's "wardrobe malfunction")* dan kejadian Tsunami di Asia. Kini video yang ada di Youtube bisa merupakan tayangan di TV, film, video yang dibuat kalangan industri media (Profesional), maupun oleh para amatir (Fadhal, 2012).

2.7 Makna “War On Drugs”

Narkoba merupakan zat yang ketika dihirup, dihisap, disuntikkan, diminum, atau ditelan dapat memengaruhi kerja otak dan menimbulkan gangguan kesehatan fisik, psikologis, serta sosial, karena mengandung unsur yang menyebabkan ketergantungan dan kecanduan. Berdasarkan jenisnya, narkoba dapat memicu perubahan dalam cara berpikir, suasana hati, dan perilaku seseorang. Peredarannya biasanya dilakukan melalui proses penyelundupan yang umumnya bermula dari wilayah perbatasan. Jalur laut sering dipilih karena dianggap lebih aman dan pengawasannya tidak seketat jalur udara. Melalui jalur laut inilah banyak penyelundupan narkoba yang berhasil lolos tanpa halangan dengan tujuan untuk dijual kembali dalam jumlah besar. Keuntungan yang didapatkan tentu saja untuk kepentingan bisnis oknum, sedangkan konsumen merasakan dampak buruk dari narkoba yang digunakan.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, melalui Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media, merupakan salah satu lembaga pemerintah yang aktif menggunakan media digital dalam menyampaikan pesan-pesan sosial. Salah satu kampanye yang diunggah melalui kanal YouTube Ditjen

Komunikasi Publik dan Media adalah Iklan Layanan Masyarakat “War on Drugs”, yang berisi ajakan untuk memerangi penyalahgunaan narkoba di Indonesia. Iklan ini tidak hanya menampilkan pesan verbal secara langsung, tetapi juga memanfaatkan simbol, tanda, dan makna visual yang sarat akan pesan moral dan ideologis di dalamnya. Ini dilakukan karena banyaknya masyarakat yang terlibat dalam sindikat narkoba baik yang menjual ataupun yang menjadi konsumen. Hal inilah yang memberikan kesadaran kepada pemerintah untuk segera bertindak. Saat ini pemerintah langsung memberantas apa yang menyebabkan negara ini hancur perlahan, yaitu narkoba. Melalui berbagai cara mulai dilakukan untuk memberantas narkoba. Salah satu slogan yang terkenal dari pemerintah untuk memberantas narkoba adalah “War On Drugs” yang mempunyai arti negara ini menyatakan perang untuk narkoba. Mulai dari kampanye di sosial media, maupun penangkapan langsung di tempat, semua upaya ini dilakukan karena keseriusan dalam memberantas narkoba dan memutus jaringan narkoba internasional (Asy’ari, 2024).

2.8 Tanda Verbal Dan Visual

1. Tanda Verbal (*Verbal Signs*)

Tanda verbal adalah semua unsur yang menggunakan bahasa tertulis atau lisan untuk menyampaikan pesan (Sumbo Tinarbuko, 2016).

Bentuk-bentuk tanda verbal dalam ILM:

- 1) Slogan / tagline
- 2) Judul / headline
- 3) Teks penjelas (body copy)

- 4) Informasi institusi / otoritas
- 5) Ajakan atau himbauan langsung (call to action)
- 6) Narasi atau dialog (untuk ILM audio/video)

2. Tanda Visual (*Visual Signs*)

Tanda visual adalah semua gambar, warna, bentuk, atau simbol yang digunakan untuk memperkuat pesan dalam ILM. Bentuk-bentuk tanda visual dalam ILM seperti Gambar utama atau foto, Simbol dan ikon, Warna, Tipografi, Tata letak (layout), ilustrasi atau animasi, Ekspresi atau gesture model (dalam foto / video). Seperti yang kita tahu tanda verbal menyampaikan pesan secara bahasa, sedangkan tanda visual menyampaikan pesan secara gambar dan simbol. Keduanya saling melengkapi untuk memperkuat pesan moral, edukatif, dan sosial dalam iklan layanan masyarakat (Santoso, 2015).

BAB III

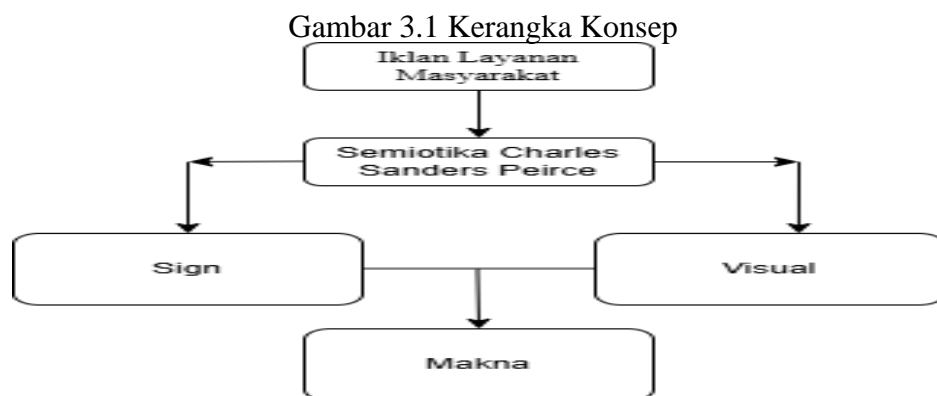
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan serta menganalisis makna tanda / visual dan pesan tersirat yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat berjudul “*War On Drugs*” pada akun YouTube Ditjen Komunikasi Publik dan Media. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang fokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, budaya, dan perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data yang bersifat deskriptif, naratif, dan interpretative (Faustyna, 2023).

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika berdasarkan teori Charles Sanders Peirce. Peneliti melakukan pengamatan dengan menitikberatkan pada tanda-tanda / visual yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat berjudul “*War On Drugs*” pada akun YouTube Ditjen Komunikasi Publik dan Media.

3.2 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.3 Definisi Konsep

Konsep adalah jenis ide atau pemikiran yang menjelaskan fenomena yang akan diteliti. Berikut adalah definisi konsep yang akan diteliti.

1. Iklan layanan masyarakat “War On Drugs” menceritakan tentang upaya pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan narkoba, serta mengajak masyarakat untuk menolak, menjauhi, dan melawan peredaran narkotika.
2. Teori semiotika Charles Sanders Peirce menjelaskan proses penelitian dengan menganalisis tanda-tanda yang muncul dalam iklan “War On Drugs” menggunakan teori triadik Peirce untuk mengungkap makna yang dibangun oleh pemerintah dalam mengkomunikasikan pesan anti-narkoba melalui platform youtube.
3. Makna tanda / visual adalah unsur-unsur yang dapat dilihat seperti gambar, bentuk, dan warna untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi yang dapat ditangkap oleh pengamat.
4. Makna audio mencakup musik, suara, efek audio, dan narasi yang muncul dalam iklan. Dalam semiotika, elemen audio bukan hanya pendukung, tetapi tanda yang membangun makna tertentu.
5. Makna verbal merujuk pada pesan-pesan yang disampaikan melalui kata-kata, slogan, kalimat ajakan, atau narasi yang digunakan untuk membangun kesadaran dan mempengaruhi perilaku masyarakat terkait bahaya narkoba.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Berdasarkan Kerangka Konsep diatas, agar teori tersebut jelas maka teori yang ada diterjemahkan kedalam kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

| No | Konsep Teoritis | Indikator |
|----|----------------------------------|------------------------------------|
| 1. | Iklan Layanan Masyarakat | Target Tujuan |
| 2. | Semiotika Charles Sanders Peirce | Representament Object Interpretant |

Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara sebagai berikut:

1. Penelitian observasi, peneliti menggunakan tehnik pengumpulan data dengan tehnik
2. observasi yaitu dengan menganalisis iklan layanan masyarakat “War On Drugs “ di akun youtube ditjen komunikasi publik dan media sebagai dokumen. Penelitian difokuskan pada pemeriksaan mendalam terhadap elemen-elemen semiotik, seperti tanda, simbol, dan makna yang terdapat dalam video ILM tersebut.
3. Metode studi literatur dilakukan dengan mempelajari berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, artikel jurnal, dan penelitian lain yang mendukung, terutama yang berkaitan dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce, konsep tanda, simbol, dan makna identitas dalam budaya dan seni. Kajian ini membantu membangun kerangka teori yang kokoh dan memberikan konteks yang mendalam untuk analisis.

4. Teknik analisis teks melibatkan proses analisis teks secara kualitatif terhadap video iklan layanan masyarakat. Fokusnya adalah menyoroti struktur teks, pola bahasa, dan penggunaan simbol untuk memahami makna yang tersirat dan tersurat.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis semiotika dengan pendekatan Charles Sanders Peirce, menggunakan metode penanda ikon, simbol, gambar, warna dan gesture untuk menelaah makna visual dalam video iklan layanan masyarakat "*War On Drugs*" di akun YouTube Ditjen Komunikasi Publik dan Media. Analisis ini dilakukan dengan mendeskripsikan makna yang terdapat dalam video ILM tersebut. Teknik semiotika diterapkan untuk mengamati simbol-simbol, baik dialog, audio, maupun visual, yang muncul dalam video iklan. Hasil analisis kemudian disusun untuk diinterpretasikan dan dijadikan dasar penyusunan kesimpulan.

3.7 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Waktu dalam penelitian ini dilakukan dari bulan November 2025 sampai dengan selesai, sedangkan untuk lokasi penelitian ini tidak ada tempat khusus dalam melakukan penelitian, karena penelitian ini dapat dilakukan dimana saja karena objek penelitian berupa makna tanda atau visual pada iklan layanan masyarakat yang dapat diakses melalui platform media digital, yaitu YouTube.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Iklan layanan masyarakat *War On Drugs* yang diunggah pada akun youtube ditjen komunikasi publik dan media menampilkan ilustrasi visual bergaya komik digital. Iklan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat luas serta membangun kesadaran mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba. Iklan ini dikemas secara persuasif dengan memanfaatkan elemen visual, audio, dan narasi simbolik untuk menanamkan pesan moral dan sosial tentang pentingnya menjauhi narkoba demi masa depan individu, keluarga dan bangsa. Hal Ini menegaskan identitas institusi pemerintahan sebagai komunikator pesan.

Berikut ini penulis akan mencoba menemukan makna visual dalam video Iklan Layanan Masyarakat “*War On Drug*” Di Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media dengan menganalisis beberapa isu penting dengan pendekatan Semiotika Charles Sanders Peirce melibatkan sumber data, proses triadic (representament, object, dan interpretant), dan klasifikasi tanda (ikon, indeks, dan simbol)

Gambar 4.1 Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs*



Sumber: Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Salah satu bagian penting dalam iklan ini ialah terlihat seorang perempuan sendiri duduk di depan laptop pada malam hari dengan ekspresi cemas dan kelelahan, dan terdapat teks “bahaya jeratan narkoba ada dimana-mana”.

Tabel 4.1 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant).

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Representament | -Ilustrasi seorang perempuan dengan ekspresi tertekan -Aktivitas menggunakan Laptop -Suasana Malam hari -Teks “Bahaya jeratan narkoba ada dimana-mana” (Keseluruhan tanda ini membentuk satu kesatuan pesan visual yang komunikatif) |
| Object | -Bahaya narkoba yang dapat menjerat siapa saja -Tekanan psikologis dan mental akibat pengaruh narkoba -Ancaman narkoba di ruang digital, seperti internet dan media sosial (Objek tidak ditampilkan secara eksplisit berupa narkoba fisik, namun dihadirkan melalui dampak dan situasi yang ditimbulkannya) |
| Interpretant | -Narkoba tidak hanya hadir di lingkungan fisik, tetapi juga di ruang digital -Siapa pun, termasuk perempuan dan pengguna internet aktif, berpotensi menjadi korban -Narkoba membawa dampak psikologis seperti stres, kecemasan, dan keterpurukan hidup |

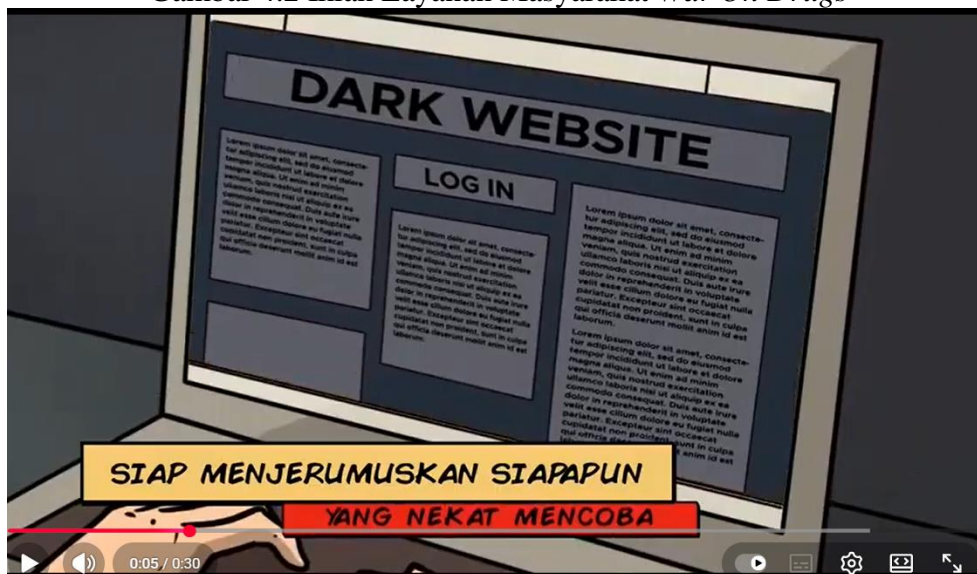
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.2 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol).

| Kategori | Tanda |
|-----------------|---|
| Ikon | -Gambar perempuan yang menyerupai manusia nyata -Laptop sebagai representasi aktivitas digital |
| Indeks | -Ekpresi wajah murung dan tangan memegang kepala menunjukkan tekanan mental -Suasana malam dan lampu meja mengindikasikan kesendirian, kelelahan dan beban pikiran -aktivitas di depan laptop mengarah pada paparan ancaman narkoba melalui media digital |
| Simbol | -Teks “Bahaya jeratan narkoba ada dimana-dimana” sebagai simbol peringatan terhadap narkoba yang menjadi sesuatu yang sulit dilepaskan -Warna merah pada latar teks bagian bawah yang melambangkan bahaya dan ancaman |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.2 Iklan Layanan Masyarakat War On Drugs



Sumber: Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Adegan kali ini yang dianalisis menampilkan sebuah ilustrasi layar komputer dengan tulisan “Dark Website” dan tombol “Log In” di bagian tengah layar. Visual didominasi warna gelap seperti abu-abu dan biru tua, serta diperkuat dengan teks naratif di bagian bawah layar bertuliskan “Siap Menjerumuskan Siapapun Yang Nekat Mencoba”. Ilustrasi tangan yang mengoperasikan komputer menegaskan adanya aktivitas manusia yang terlibat langsung dengan media digital.

Tabel 4.3 Proses Triadic (Representant, Object, Interpretant).

| Kategori | Tanda |
|--------------|--|
| Representant | -Tulisan “Dark Website” -Tulisan “Log In” -Tampilan layar komputer -Warna gelap dan nuansa suram -Teks peringatan “Siap Menjerumuskan Siapapun Yang Nekat Mencoba” |
| Object | -Dark Web sebagai ruang digital ilegal -Aktivitas tersembunyi seperti perdagangan narkoba -Risiko serta ancaman sosial serta hukum bagi pengguna yang terlibat |
| Interpretant | -Dark Web dipahami sebagai tempat yang berbahaya dan |

harus dihindari

-Rasa penasaran terhadap narkoba dan akses digital dapat membawa dampak fatal

-Narkoba merupakan ancaman nyata yang telah merambah dunia *online*

-Pesan peringatan pemerintah agar masyarakat tidak mencoba dan tidak terlibat

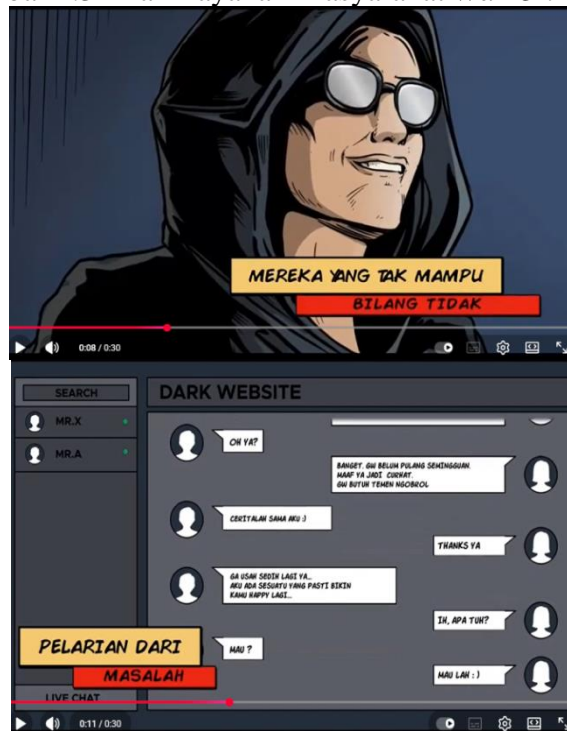
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.4 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol)

| Kategori | Tanda |
|----------|---|
| Ikon | -Ilustrasi layar komputer yang menyerupai perangkat digital nyata -Tampilan antarmuka situs yang menyerupai website asli |
| Indeks | -Tombol “Log In” sebagai penanda adanya akses masuk -Teks peringatan yang mengindikasikan konsekuensi negatif yang jika mencoba -Warna gelap yang mengindeks situasi berbahaya dan tersembunyi |
| Simbol | -“Dark Website” sebagai simbol dunia ilegal dan kriminal -Teks “Siap Menjerumuskan Siapapun Yang Nekat Mencoba” sebagai simbol ancaman moral dan hukum -Istilah bahasa inggris yang mengesankan jaral, eksklusivitas, dan bahaya. |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.3 Iklan Layanan Masyarakat War On Drugs



Sumber: Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Pada adegan kali ini dimunculkan seorang tokoh misterius berpenampilan tertutup (hoodie dan kacamata gelap) yang melakukan interaksi percakapan di sebuah “*Dark Website*” atau ruang obrolan anonim dengan memunculkan narasi teks yang bersifat persuasif dan provokatif. Iklan ini bertujuan agar peredaran narkoba melalui modus penyebaran dan manipulasi psikologis yang sering digunakan oleh jaringan narkoba di dunia digital dapat diminimalisasikan.

Tabel 4.5 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar Pertama.

| Kategori | Tanda |
|----------------|---|
| Representament | <ul style="list-style-type: none"> -Menggunakan hoodie hitam -Menggunakan kacamata gelap -Memperlihatkan ekspresi senyum samar -Didominasi warna gelap dan kontras tinggi -Teks “Mereka yang tak mapu bilang tidak” |
| Object | <ul style="list-style-type: none"> -Pelaku atau agen jaringan narkoba -Sosok anonim yang beroperasi di balik identitas palsu -Simbol tersembunyi di dunia digital |
| Interpretant | <ul style="list-style-type: none"> -Pelaku narkoba digambarkan licik, manipulatif, dan tidak terlihat secara nyata -Senyum tipis menunjukkan kepuasan atau kepercayaan diri dalam menjebak korban -Kalimat “Tak mampu bilang tidak menegaskan kelemahan psikologis korban, bukan semata kesalahan individu -Iklan ini membangun kesadaran bahwa ancaman narkoba tidak selalu datang secara terang-terangan, melainkan melalui pendekatan halus dan manipulatif. |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.6 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar Kedua.

| Kategori | Tanda |
|----------------|---|
| Representament | <ul style="list-style-type: none"> -Antarmuka bertuliskan “<i>Dark Website</i>” -Identitas pengguna anonim (MR.X, MR.A) -Percakapan Informal, ramah, dan empatik -Teks seperti: <ul style="list-style-type: none"> “<i>Gausah sedih lagi ya...</i>” “<i>Aku ada sesuatu yang pasti bikin kamu happy lagi</i>” Teks penegas visual : <ul style="list-style-type: none"> “<i>Pelarian dari masalah</i>” |
| Object | <ul style="list-style-type: none"> -Modus perekrutan dan distribusi narkoba secara digital -Pemanfaatan kondisi emosional korban (stres, kesepian, |

| | |
|--------------|---|
| | <p>masalah pribadi”</p> <p>-Dunia gelap internet sebagai ruang aman bagi kejahatan narkoba</p> |
| Interpretant | <p>-Narkoba diposisikan sebagai solusi palsu atas masalah hidup</p> <p>-Percakapan tampak seperti dukungan emosional, tetapi mengarah pada penjeratan</p> <p>-<i>Dark Web</i> dipahami sebagai sebagai ruang yang berbahaya namun tersembunyi</p> <p>-Iklan ini menekankan bahwa narkoba sering ditawarkan sebagai pelarian, padahal justru memperparah masalah</p> |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.7 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol) Untuk Gambar 1 dan 2.

| Kategori | Tanda |
|----------|---|
| Ikon | <p>-Ilustrasi layar chat menyerupai pesan nyata</p> <p>-Sosok berhoodie yang identik dengan stereotip pelaku kejahatan siber</p> |
| Indeks | <p>-Ekspresi senyum indikasi manipulasi</p> <p>-Percakapan empatik indikasi grooming korban</p> <p>-Warna gelap yang mengindikasikan situasi berbahaya dan ilegalitas</p> |
| Simbol | <p>-Hoodie hitam simbol anonimitas dan kejahatan</p> <p>-<i>Dark Website</i> simbol dunia ilegal dan tersembunyi</p> <p>-Kata “<i>War On Drugs</i>” simbol perlawanan negara terhadap narkoba</p> |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.4 Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs*



Sumber: Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Gambar menunjukkan ilustrasi seorang pria yang sedang menelpon seorang remaja menuju dewasa menggunakan telpon genggam. Ekspresi wajah tokoh terlihat tersenyum licik, dengan gestur tangan yang santai namun tegas.

Di dalam balon percakapan tertulis :

“Udah keluar bro? Gw ada yang baru nih, mau?”.

lalu dijawab: Oke, kirim sekarang ya”.

Selain itu, terdapat teks naratif di bagian bawah gambar: *“Dan kembali jatuh ke lubang yang sama”*. Adegan ini menggambarkan momen krusial ketika seseorang yang telah keluar dari lingkaran narkoba kembali dihadapkan pada godaan lama melalui ajakan dari pihak lain.

Tabel 4.8 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar 1.

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Representament | -Visual tokoh pria yang sedang menelpon -Ekspresi senyum yang terkesan licik -Telepon genggam sebagai alat komunikasi -Balon percakapan berisi ajakan |
| Object | Teks penegasan <i>“Dan kembali jatuh ke lubang yang sama”</i> -Praktik ajakan kembali menggunakan narkoba -Lingkaran pergaulan lama yang berbahaya -Fenomena <i>relapse</i> (kambuh) pada mantan pengguna narkoba |
| Interpretant | -Bahwa narkoba tidak hanya berasal dari diri sendiri, tetapi juga dari lingkungan sosial -Mantan pengguna narkoba berada dalam posisi yang rentan terhadap godaan -Sekali lengah, seseorang dapat kembali jatuh pada kesalahan yang sama |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.9 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar 2.

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Representament | -Visual tokoh seorang seperti remaja yang membutuhkan sesuatu -Gerakan memegang telepon menunjukkan aktivitas komunikasi -Teks dialog: |

| | |
|--------------|--|
| Object | <p>“Oke, kirim sekarang ya”.</p> <p>-Teks visual pertama: “Kini saatnya kita melawan narkoba!! dengan warna merah dan huruf kapital.</p> <p>-Situasi nyata peredaran narkoba di masyarakat</p> <p>-Tindakan cepat dan tegas dalam melawan narkoba</p> <p>-Peran aktif individu, khususnya generasi muda, dalam upaya pemberantasan narkoba</p> |
| Interpretant | <p>-Penonton memahami bahwa melawan narkoba membutuhkan tindakan nyata dan segera</p> <p>-Tokoh remaja merepresentasikan bahwa generasi muda memiliki peran penting dalam perang melawan narkoba</p> <p>-Teks “Kini Saatnya Kita Melawan Narkoba!!” dimaknai sebagai ajakan moral dan sosial kepada masyarakat untuk bersatu menolak narkoba</p> |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.10 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol) Gambar 1 Dan 2.

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Ikon | <p>-Gambar tokoh manusia merupakan ikon dari masyarakat atau individu nyata</p> <p>-Telepon genggam menjadi ikon dari alat komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari</p> |
| Indeks | <p>-Senyum licik menunjukkan niat tersembunyi</p> <p>-Ekspresi wajah serius menunjukkan adanya masalah serius yang sedang dihadapi</p> <p>-Teks kembali jatuh menandakan akibat dari menerima ajakan tersebut</p> <p>-Kalimat “Oke, kirim sekarang ya” menjadi indeks adanya tindakan lanjutan atau respons cepat terhadap suatu kondisi darurat yaitu penawaran untuk menggunakan narkoba kembali terhadap orang yang kemungkinan perlahan berhenti dari barang tersebut</p> <p>-Warna merah pada teks “Melawan Narkoba!!” mengindikasikan bahaya dan urgensi</p> |
| Simbol | <p>-Kata “bro” sebagai simbol kedekatan sosial</p> <p>-Kalimat “ada yang baru” sebagai simbol narkoba jenis baru</p> <p>-“Lubang yang sama” sebagai simbol siklus kehancuran dan keterpurukan yang terulang</p> <p>-Kalimat “Melawan Narkoba” merupakan simbol perlawanan nasional terhadap narkoba</p> <p>-Huruf kapital dan tanda seru melambangkan penegasan dan seruan keras</p> |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.5 Iklan Layanan Masyarakat War On Drugs



Sumber: Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Pada potongan adegan ini menampilkan beberapa adegan visual yang menggambarkan aktivitas pelaku peredaran narkoba serta upaya aparat keamanan dalam melakukan pengawasan dan penindakan. Pesan utama iklan ditegaskan melalui teks visual “Kini Saatnya Kita Melawan Narkoba!!” yang muncul berulang kali sebagai bentuk ajakan kolektif kepada masyarakat.

Tabel 4.11 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar 1.

| Kategori | Tanda |
|----------------|--|
| Representament | <ul style="list-style-type: none"> -Visual seorang individu mengenakan penutup kepala (hoodie) dan kacamata hitam -Ekspresi wajah yang tampak percaya diri dan tertutup -Aktivitas memegang dan melihat telepon genggam -Teks visual: <i>“Kini saatnya kita melawan narkoba!!”</i> |
| Object | <ul style="list-style-type: none"> -Pelaku peredaran narkoba yang beroperasi secara sembunyi-sembunyi dan selalu memakai atribut tertutup agar tidak terdeteksi oleh aparat -Komunikasi ilegal yang dilakukan melalui perangkat digital |

| | |
|--------------|--|
| | -Fenomena penyalahgunaan teknologi sebagai sarana transaksi narkoba |
| Interpretant | -Penonton memahami bahwa peredaran narkoba dilakukan secara tersembunyi dan terorganisir -Penggunaan ponsel menandakan bahwa teknologi menjadi media utama kejahatan narkoba modern -Teks ajakan “Melawan Narkoba” dimaknai sebagai perlawanan terhadap kejahatan yang tidak selalu terlihat secara kasat mata |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.12 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar 2.

| Kategori | Tanda |
|----------------|---|
| Representament | -Visual bangunan pos pengawasan dengan jendela dan penchayaan redup -Mobil patroli dengan lampu rotator menyala -Lingkungan malam hari yang memperkuat kesan siaga -Teks visual: <i>“Kini saatnya kita melawan narkoba!!”</i> |
| Object | -Aparat penegak hukum yang melakukan patroli -Sistem keamanan yang bekerja secara aktif dan berkelanjutan |
| Interpretant | -Kehadiran mobil patroli dimaknai sebagai simbol perlindungan dan pengawasan -Teks ajakan menegaskan bahwa perang melawan narkoba merupakan tanggung jawab bersama, bukan hanya aparat |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.13 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol) Gambar 1 Dan 2.

| Kategori | Tanda |
|----------|--|
| Ikon | -Gambar tokoh manusia merupakan ikon dari masyarakat atau individu nyata -Telepon genggam menjadi ikon dari alat komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari -Mobil patroli dan pos pengawasan sebagai gambaran institusi keamanan |
| Indeks | -Kaca mata hitam dan penutup kepala yang mengindikasikan tindakan ilegal -Lampu rotator mobil patroli sebagai tanda adanya kondisi darurat atau penindakan -Suasana malam yang mengindikasikan kegiatan rahasia dan pengawasan intensif |
| Simbol | -Teks “Melawan Narkoba” sebagai simbol gerakan sosial nasional -Warna merah pada teks yang melambangkan bahaya dan peringatan keras |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.6 Iklan Layanan Masyarakat War On Drugs



Sumber: Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Adegan ini mengangkat pesan penolakan terhadap narkoba melalui pendekatan visual dramatik, ilustratif, dan simbolik yang menyerupai adegan operasi keamanan. Iklan juga menggunakan gaya ilustrasi animasi dua dimensi dengan dominasi warna gelap seperti hitam, abu-abu, dan cokelat. Elemen ini memperkuat kesan serius, tegang, dan berbahaya, sejalan dengan isu narkoba yang direpresentasikan sebagai ancaman besar bagi masyarakat. Adegan pada gambar menampilkan tiga aparat bersenjata lengkap yang sedang melakukan penggerebekan, disertai teks “BERANI” dan “TOLAK!!!” sebagai pesan utama kampanye.

Tabel 4.14 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant).

| Kategori | Tanda |
|----------------|---|
| Representament | <ul style="list-style-type: none"> -Visual tiga aparat bersenjata lengkap (helm, rompi, senjata api) -Gerakan taktis (menendang pintu, posisi siaga) -Ekspresi wajah tertutup masker -Teks verbal “BERANI” dan “TOLAK!!!” |
| Object | <ul style="list-style-type: none"> -Sikap tegas dan tanpa kompromi terhadap peredaran |

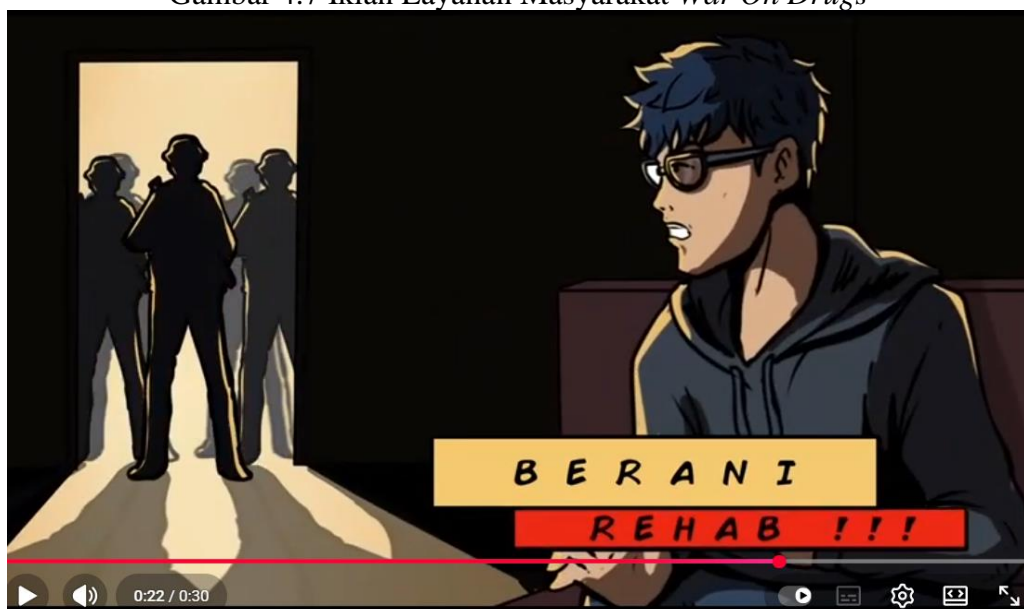
| | |
|-------------------------------------|---|
| | narkoba |
| Interpretant | -Penolakan terhadap narkoba diposisikan sebagai tindakan heroik dan patriotik |
| Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026 | |

Tabel 4.15 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol).

| Kategori | Tanda |
|----------|--|
| Ikon | -Aparat bersenjata merupakan ikon dari aparat keamanan nyata (polisi/militer) -Senjata api, rompi taktis, dan helm mencerminkan operasi penegakan hukum sesungguhnya |
| Indeks | -Gerakan menendang pintu mengindikasikan adanya bahaya atau kriminalitas -Posisi siaga dengan senjata menandakan kondisi darurat dan ancaman serius -Warna gelap menunjukkan suasana tegang, bahaya, dan konflik |
| Simbol | -Teks “BERANI” simbol keberanian moral -Teks “TOLAK!!!” simbol penolakan tegas terhadap narkoba |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.7 Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs*



Sumber: Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Pada potongan adegan kali ini disajikan bentuk animasi dua dimensi dengan gaya visual gelap dan dramatis. Narasi visual menampilkan seorang

remaja laki-laki yang berada dalam situasi tertekan, disimbolkan melalui ekspresi wajah cemas serta kehadiran figur-figur bayangan yang mengarah kepadanya.

Pesan yang dapat disampaikan pada adegan kali ini adalah bahaya penyalahgunaan narkoba serta mendorong keberanian individu untuk menjalani rehabilitasi sebagai jalan keluar. Salah satu adegan penting yang dianalisis dalam penelitian ini adalah adegan yang menampilkan teks **“BERANI REHAB!!!”** dengan latar visual seorang remaja yang tampak gelisah, berhadapan dengan siluet beberapa orang di ambang pintu.

Tabel 4.16 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant).

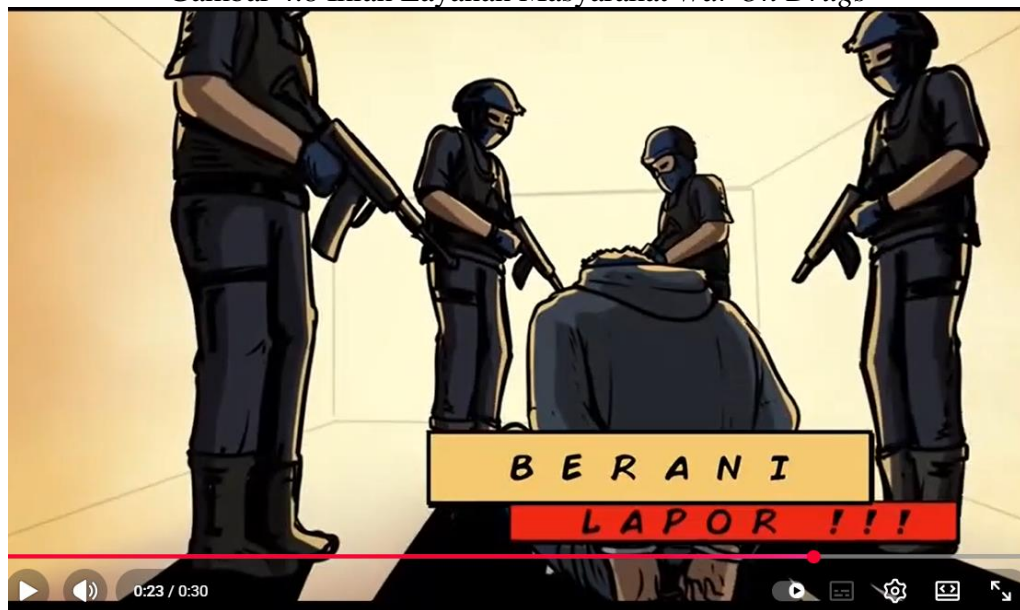
| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Representament | <ul style="list-style-type: none"> -Sosok remaja laki-laki dengan ekspresi cemas dan tubuh yang tegang -Siluet beberapa orang yang berdiri di depan pintu dengan cahaya terang dari luar ruangan -Teks “BERANI REHAB!!!” yang ditampilkan secara mencolok dengan warna kontras |
| Object | <ul style="list-style-type: none"> -Individu penyalahguna narkoba yang berada dalam tekanan sosial -Siluet orang-orang di pintu mempresentasikan institusi atau pihak luar seperti keluarga, aparat, atau lembaga rehabilitasi |
| Interpretant | <ul style="list-style-type: none"> -Pemaknaan bahwa penyalahgunaan narkoba membawa individu pada situasi terpojok dan penuh kecemasan, Namun terdapat jalan keluar yang di tawarkan, yaitu keberanian untuk rehabilitasi. Karena rehabilitasi bukanlah aib melainkan langkah positif dan berani |

Tabel 4.17 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol).

| Kategori | Tanda |
|----------|---|
| Ikon | -Visual remaja laki-laki yang digambarkan secara realistis menyerupai kondisi nyata seorang pengguna narkoba -Ekspresi wajah cemas dan posisi tubuh yang defensif menjadi ikon dari ketakutan dan tekanan psikologis yang dialami |
| Indeks | -Siluet tersebut mengindikasikan adanya ancaman, tekanan sosial, atau konsekuensi hukum yang menjadi akibat dari penyalahgunaan narkoba |
| Simbol | -Simbol utama dalam adegan ini adalah teks “BERANI REHAB!!!” . Kata “berani” secara simbolik mengandung makna keberanian moral dan mental untuk mengakui masalah dan mencari bantuan. Selain itu, penggunaan tanda seru berulang memperkuat pesan ajakan dan urgensi |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.8 Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs*



Sumber: Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Pada adegan kali ini ditampilkan seorang individu dengan posisi tubuh menunduk dan berlutut, dikelilingi oleh beberapa aparat bersenjata lengkap. Visual diperkuat dengan teks **“BERANI LAPOR!!!”** yang ditampilkan secara kontras pada bagian bawah layar. Secara visual, adegan ini menggambarkan situasi penindakan hukum terhadap pelaku penyalahgunaan atau peredaran narkoba. Penempatan aparat yang mengelilingi tokoh utama serta penggunaan

senjata menimbulkan kesan tegas, represif, dan penuh tekanan. Adegan ini menjadi representasi penting dalam penyampaian pesan negara terkait perang melawan narkoba.

Tabel 4.18 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant).

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Representament | <ul style="list-style-type: none"> -Visual beberapa aparat berseragam gelap dan bersenjata api yang mengelilingi seorang individu -Posisi tubuh individu yang menunduk dan berlutut di tengah ruangan -Teks verbal “BERANI LAPOR!!!” yang ditampilkan dengan warna kuning dan merah serta tanda seru berulang |
| Object | <ul style="list-style-type: none"> -Realitas sosial terkait tindak pidana narkoba, khususnya proses penindakan hukum oleh aparat serta pentingnya peran masyarakat dalam melaporkan kejahatan narkotika -konsekuensi hukum yang akan dihadapi oleh pelaku penyalahgunaan dan peredaran narkoba |
| Interpretant | <ul style="list-style-type: none"> -Pemahaman bahwa narkoba merupakan kejahatan serius yang ditangani secara tegas oleh negara -Tidak takut melapor karena pelaporan diposisikan sebagai tindakan berani dan bertanggung jawab demi keselamatan bersama |

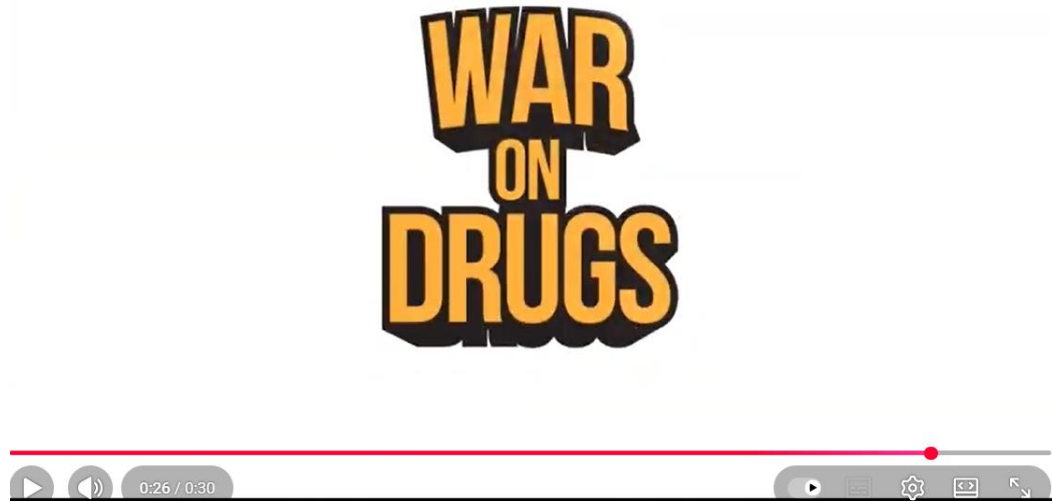
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.19 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol).

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Ikon | <ul style="list-style-type: none"> -Visual aparat bersenjata yang secara langsung menyerupai kondisi nyata penegakan hukum -Posisi tubuh pelaku yang berlutut menjadi ikon dari situasi penangkapan atau penindakan yang sering ditemui dalam realitas sosial |
| Indeks | <ul style="list-style-type: none"> -keberadaan aparat bersenjata dan posisi tubuh individu yang menunduk. Hal ini mengindikasikan bahwa individu tersebut berada dalam kondisi tertekan sebagai akibat dari keterlibatannya dalam kejahatan narkoba |
| Simbol | <ul style="list-style-type: none"> -Simbol utama dalam adegan ini adalah teks “BERANI LAPOR!!!”. Kata “berani” secara simbolik menegaskan nilai keberanian moral masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pemberantasan narkoba -Warna merah pada kata “LAPOR” melambangkan peringatan, bahaya, dan urgensi, sedangkan tanda seru berulang memperkuat sifat ajakan yang tegas dan mendesak |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.9 Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs*



Sumber: Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Pada potongan gambar iklan kali ini bertujuan untuk menyampaikan pesan bahaya narkoba serta mengajak masyarakat mendukung upaya pemberantasan narkoba di Indonesia. Salah satu visual utama dalam iklan tersebut adalah potongan gambar kali ini, dimana terdapat tampilan teks “*War On Drugs*” dengan huruf kapital berwarna kuning keemasan disertai bayangan hitam pada latar belakang putih.

Tabel 4.20 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant).

| Kategori | Tanda |
|----------------|---|
| Representament | -Teks “ <i>War On Drugs</i> ” yang ditampilkan secara dominan di tengah layar. Penggunaan huruf kapital, ukuran besar, serta warna kuning dengan efek bayangan hitam menjadikan teks tersebut mencolok dan mudah dikenali oleh penonton |
| Object | -Perang atau perlawanan terhadap narkoba. Istilah <i>war</i> mengacu pada tindakan agresif, serius, dan terorganisir, sedangkan <i>drugs</i> merujuk pada narkoba sebagai ancaman sosial. |
| Interpretant | -Pemahaman bahwa narkoba merupakan musuh bersama yang harus dilawan secara tegas. Bukan hanya aparat dan penegak hukum saja tetapi juga masyarakat itu sendiri |

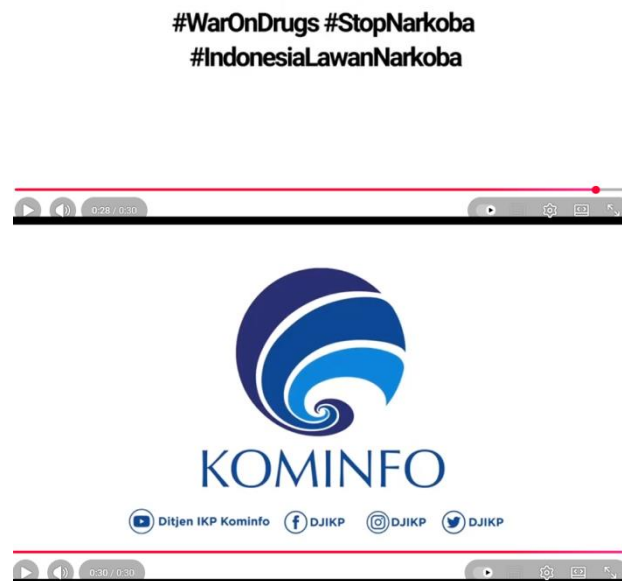
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.21 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol).

| Kategori | Tanda |
|----------|---|
| Ikon | -Ikon tidak ditampilkan dalam bentuk gambar konkret seperti senjata atau narkoba. Namun, tipografi tebal dan efek bayangan dapat dianggap sebagai ikon kekuatan dan ketegasan karena secara visual menyerupai karakter visual yang sering digunakan dalam konteks perlawanan atau kampanye serius |
| Indeks | -Teks “WAR ON DRUGS” berfungsi sebagai indeks karena menunjukkan adanya situasi darurat sosial terkait narkoba. Penggunaan kata “war” mengindikasikan bahwa masalah narkoba telah berada pada tingkat yang mengkhawatirkan sehingga memerlukan tindakan luar biasa |
| Simbol | -Frasa “War on Drugs” memiliki makna yang dipahami melalui konvensi sosial dan budaya. Istilah ini telah dikenal secara luas sebagai slogan kampanye global dalam pemberantasan narkoba |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Gambar 4.10 Iklan Layanan Masyarakat *War On Drugs*



Sumber: Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

Pada dua potongan gambar terakhir yang akan dianalisis ini menegaskan bahwa sektor pemerintah melalui akun youtube Ditjen Komunikasi Publik dan Media (Ditjen KPM) Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik

Indonesia mengkampanyekan iklan berdurasi sekitar 30 detik dan berisi pesan persuasif mengenai bahaya narkoba serta ajakan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam gerakan pemberantasan narkoba. Secara visual, iklan menampilkan elemen teks, hashtag kampanye, serta logo institusi pemerintah (KOMINFO) sebagai penanda legitimasi pesan.

Tabel 4.22 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar 1.

| Kategori | Tanda |
|-----------------|---|
| Representament | <p>-#WarOnDrugs -#StopNarkoba -#IndonesiaLawanNarkoba</p> <p>-Ketiga hashtag ditampilkan dengan huruf berwarna hitam di atas latar belakang putih, menggunakan tipografi sederhana dan mudah dibaca. Penempatan hashtag di bagian akhir iklan menunjukkan fungsi sebagai penguatan pesan dan ajakan lanjutan</p> |
| Object | <p>-Gerakan sosial dan kampanye nasional pemberantasan narkoba. Hashtag berfungsi sebagai penanda aktivitas kolektif yang menghubungkan pesan iklan dengan ruang digital, khususnya media sosial</p> |
| Interpretant | <p>-Menyadari bahaya narkoba -Menghentikan penyalahgunaan narkoba -Terlibat aktif dalam kampanye nasional melawan narkoba</p> |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.23 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol) Gambar 1.

| Kategori | Tanda |
|-----------------|---|
| Ikon | -Tidak bersifat ikonik secara visual karena tidak menyerupai objek fisik |
| Indeks | -Hashtag menunjukkan adanya gerakan sosial yang sedang atau telah berlangsung |
| Simbol | -Hashtag merupakan simbol konvensional dalam budaya digital yang bermakna ajakan, identitas kampanye, dan solidaritas |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.24 Proses Triadic (Representament, Object, Interpretant) Gambar 2.

| Kategori | Tanda |
|-----------------|--|
| Representament | <p>-Logo KOMINFO yang terdiri dari bentuk spiral berwarna biru serta teks “KOMINFO” di bawahnya, disertai ikon media sosial Ditjen IKP Kominfo. Logo ini ditampilkan secara jelas dan terpusat, menandakan identitas institusi</p> |

| | |
|--------------|---|
| Object | pembuat dan penanggung jawab iklan -Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia sebagai lembaga negara yang memiliki otoritas dalam bidang komunikasi publik dan penyebaran informasi. Objek ini juga merujuk pada peran pemerintah dalam mengedukasi masyarakat dan memerangi narkoba melalui media komunikasi. |
| Interpretant | -Resmi dan dapat dipercaya -Merupakan bagian dari kebijakan dan program pemerintah -Memiliki legitimasi hukum dan moral |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

Tabel 4.25 Klasifikasi Tanda (Ikon, Indeks, Simbol) Gambar 2.

| Kategori | Tanda |
|----------|---|
| Ikon | -Bentuk spiral logo menyerupai gelombang komunikasi, merepresentasikan arus informasi |
| Indeks | -Kehadiran logo menandakan bahwa iklan ini dikeluarkan oleh lembaga resmi negara |
| Simbol | -Logo KOMINFO adalah simbol institusional yang maknanya dipahami melalui kesepakatan sosial |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2026

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap iklan layanan masyarakat *War on Drugs* di akun YouTube Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media, ditemukan bahwa iklan ini membangun pesan antinarkoba melalui penggunaan tanda-tanda verbal dan visual yang saling melengkapi. Pemaknaan tanda dianalisis menggunakan konsep triadik Charles Sanders Peirce, yaitu representamen, objek, dan interpretant, serta klasifikasi tanda.

1. Konstruksi Makna “Perang” terhadap Narkoba

Penggunaan frasa *War on Drugs* secara semiotik membangun konstruksi makna bahwa narkoba diposisikan sebagai musuh bersama yang harus dilawan secara serius. Kata *war* tidak dimaknai secara literal sebagai

peperangan bersenjata, melainkan sebagai metafora perlawanan total terhadap bahaya narkoba. Dalam perspektif Peirce, representamen berupa teks *War on Drugs* merujuk pada objek berupa ancaman narkoba, sementara interpretant yang terbentuk pada audiens adalah kesadaran bahwa narkoba merupakan persoalan serius yang membutuhkan tindakan tegas dan kolektif.

Makna ini diperkuat melalui tampilan visual yang tegas, penggunaan huruf kapital, serta warna kontras yang menegaskan urgensi pesan. Dengan demikian, iklan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan ideologis.

2. Hastag Sebagai Strategi Komunikasi Digital

Penggunaan hashtag seperti **#WarOnDrugs**, **#StopNarkoba**, dan **#IndonesiaLawanNarkoba** menunjukkan adaptasi strategi komunikasi pemerintah terhadap budaya media digital. Secara semiotik, hashtag berfungsi sebagai simbol yang menghubungkan pesan iklan dengan ruang partisipasi publik di media sosial.

Interpretant yang terbentuk adalah ajakan implisit kepada audiens untuk terlibat secara aktif dalam kampanye antinarkoba, tidak hanya sebagai penonton, tetapi juga sebagai agen penyebar pesan. Hal ini menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat ini dirancang untuk membangun kesadaran kolektif dan solidaritas sosial dalam menghadapi permasalahan narkoba.

3. Peran Logo KOMINFO Sebagai Legitimasi Pesan

Kehadiran logo KOMINFO dalam iklan memiliki makna semiotik yang penting. Logo tersebut berfungsi sebagai simbol institusional yang menandakan bahwa pesan yang disampaikan berasal dari lembaga resmi negara. Dalam kerangka triadik Peirce, representamen berupa logo KOMINFO merujuk pada objek berupa otoritas pemerintah, sedangkan interpretant yang muncul adalah kepercayaan dan legitimasi terhadap pesan iklan.

Dengan adanya logo institusi pemerintah, pesan antinarkoba tidak dipersepsikan sebagai opini individual, melainkan sebagai bagian dari kebijakan dan komitmen negara dalam memberantas narkoba. Hal ini memperkuat kredibilitas iklan dan meningkatkan potensi efektivitas pesan.

4. Relasi Tanda Verbal Dan Visual Dalam Membangun Pesan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi antara tanda verbal (teks dan hashtag) dan tanda visual (tipografi dan logo) membentuk makna yang utuh dan konsisten. Tidak adanya visualisasi narkoba secara eksplisit menunjukkan bahwa iklan ini memilih pendekatan simbolik dan normatif dibandingkan pendekatan dramatik.

Pendekatan tersebut mencerminkan strategi komunikasi yang menekankan pesan moral dan ajakan kolektif, bukan pada efek kejutan visual. Dalam konteks semiotika Peirce, hal ini menunjukkan dominasi tanda simbolik yang maknanya dibangun melalui kesepakatan sosial dan konteks budaya.

5. Ideologi Yang Dibangun Dalam Iklan

Secara keseluruhan, iklan layanan masyarakat *War on Drugs* membangun ideologi bahwa pemberantasan narkoba merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Iklan ini menempatkan negara sebagai penggerak utama, sementara masyarakat diposisikan sebagai mitra aktif dalam perang melawan narkoba.

Ideologi tersebut tercermin dari penggunaan bahasa persuasif, simbol institusional, serta ajakan kolektif melalui hashtag. Dengan demikian, iklan ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk sikap dan nilai sosial tertentu terkait bahaya narkoba.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap iklan layanan masyarakat “War on Drugs” yang ditayangkan pada akun YouTube Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media, dapat disimpulkan bahwa iklan tersebut membangun pesan komunikasi anti-narkoba melalui proses pemaknaan tanda yang bersifat triadik, yaitu hubungan antara representamen, objek, dan interpretan, serta melalui klasifikasi tanda berupa ikon, indeks, dan simbol.

Melalui proses triadik, representamen dalam iklan diwujudkan dalam bentuk visual, audio, teks, dan narasi yang ditampilkan. Objek dari tanda-tanda tersebut merujuk pada fenomena penyalahgunaan narkoba dan berbagai dampak negatif yang ditimbulkannya. Sementara itu, interpretan yang diharapkan muncul pada khalayak adalah pemahaman mengenai bahaya narkoba, munculnya rasa takut, keprihatinan, serta kesadaran untuk menjauhi narkoba. Proses triadik ini menunjukkan bahwa makna iklan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan ideologis.

Dalam klasifikasi tanda, ikon dalam iklan ditampilkan melalui visual yang menyerupai realitas kehidupan nyata, seperti kondisi fisik pengguna narkoba, situasi sosial yang rusak, serta ekspresi emosional yang menggambarkan penderitaan. Ikon-ikon tersebut berfungsi untuk menghadirkan kesan nyata dan memperkuat pemahaman khalayak terhadap dampak narkoba.

Indeks dalam iklan terlihat melalui hubungan sebab-akibat antara penggunaan narkoba dengan konsekuensi yang muncul, seperti kehancuran masa depan, rusaknya hubungan keluarga, dan munculnya permasalahan sosial. Tanda-tanda indeksikal ini menegaskan bahwa narkoba menjadi penyebab utama berbagai bentuk kerusakan pada individu maupun lingkungan sosial.

Sementara itu, simbol dalam iklan diwujudkan melalui penggunaan bahasa verbal, teks, slogan “War on Drugs”, serta pesan-pesan ajakan yang maknanya dibentuk berdasarkan kesepakatan sosial dan budaya. Simbol-simbol tersebut merepresentasikan sikap tegas pemerintah dalam upaya pemberantasan narkoba dan berfungsi untuk membangun kesadaran kolektif masyarakat agar menolak penyalahgunaan narkoba.

Secara keseluruhan, iklan layanan masyarakat “War on Drugs” memanfaatkan proses triadik dan klasifikasi tanda semiotika Charles Sanders Peirce secara efektif untuk menyampaikan pesan bahaya narkoba. Iklan ini tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan persuasi sosial yang bertujuan membentuk sikap dan perilaku masyarakat terhadap penyalahgunaan narkoba.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media

Diharapkan agar dalam produksi iklan layanan masyarakat selanjutnya dapat lebih mengoptimalkan penggunaan tanda melalui proses triadik dan klasifikasi ikon, indeks, serta simbol secara seimbang. Pemilihan tanda yang relevan dengan karakteristik audiens, khususnya pengguna media digital seperti YouTube, dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kampanye anti-narkoba.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat lebih kritis dalam memaknai pesan-pesan yang disampaikan melalui iklan layanan masyarakat serta menjadikannya sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya narkoba dan pentingnya menjaga lingkungan sosial yang sehat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam kajian semiotika dan komunikasi. Peneliti berikutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan objek dan media yang berbeda, atau mengombinasikan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dengan metode lain, seperti analisis resepsi audiens, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A., & Priadi, R. (2017). Persepsi Siswa Sekolah Menengah Atas Terhadap Sosialisasi Penyalahgunaan Narkoba Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Ilmu Komunikasi*, 1(2), 194–205. <http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1204>
- Andi Asari, E. R. S. N. N. S. H. D. M. I. A. R. N. A. B. A. P. F. G. K. G. P. Y. S. M. (2023). Komunikasi Digital. In *Komunikasi Digital*.
- Asy'ari, M. H. Q. Al. (2024). Strategi Framing Duterte Terhadap Kebijakan War on Drugs Tahun 2016 - 2022. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Dudi Hartono & Asep Sugalih. (2019). *Makna Simbol Senyum Pada Iklan LAY ' S Di Televisi Meaning Of Smile Symbols On LAY ' S Ads In Television (Semiotics Analysis Of Charles Sanders Pierce)*. 3(1), 39–49.
- Efendi, E., Siregar, I. M., & Harahap, R. R. (2023). Semiotika Tanda dan Makna. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 154–163. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3329>
- Fadhal, S. & L. N. (2012). *Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube)*. 1(3), 176–200.
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)* (Rudianto, P. Santoso, & S. Hajar (eds.)). UMSU PRESS.
- Hajiza, S., & Santoso, P. (2014). Analisis Framing Pemberitaan mediaindonesia . com dan kompas . com Terhadap Berita Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden 2024. *Jurnal KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 1(1), 21–29.
- Hakim, L., & Ningsih, S. F. (2022). Analisis Semiotika Iklan Layanan Pencegahan Narkoba. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 13(1), 50–61. <https://doi.org/10.35814/coverage.v13i1.3793>
- Hariaji.I. (2017). Gambaran Penyalahgunaan Tetrahydrocannabinol (THC) dan Metamphetamine (Met) Pada Usia Pra Kuliah di Kota Medan Dan Sekitarnya Tahun 2016. *Jurnal Rrtikel Penelitian*, 2(1), 9–15.
- Lubis, F. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 17–42.
- Muaradhyka, T. A., & Hamzah Lubis, F. (2024). Analisis Semiotika Pesan Moral Iklan Layanan Masyarakat Perilaku Konsumtif di Kanal Youtube Bagas Dwi Rizqi. *Jurnal Psikotes*, 1(2), 56–68. <https://doi.org/10.59548/ps.v1i2.269>
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 158–164.
- Putri, S. P., Yusanto, F., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *Makna Pesan Edukatif Sebagai Literasi Digital Dalam Iklan Layanan Masyarakat Versi # Waktunyakita Kerja Sama NET Tv The Meaning Of Educational Messages As A Digital Literacy In Public Service Advertising Version # Waktunyakita Kerja Sama NET Tv Program St*. 29–44.
- Santoso, H. (2015). Upaya Meningkatkan Minat dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat. *Pustakawan Madya*, 1, 1–19.
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrahman Terhadap Kepuasan Pengguna

- Menggunakan metode Sevqual. *Jurnal Septiani, Yuni Arribe, Edo Diansyah, Risnal*, 3(1), 131–143.
<https://ejournal.uniks.ac.id/index.php/JTOS/article/download/560/398>
- Setiawan, A. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Tinjauan Perancangan ILM Karya Mahasiswa DKV UDINUS). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1(01), 17–32.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v1i01.954>
- Sumbo Tinarbuko. (2016). Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat. *Panggung*, 26(2), 181–194.
- Syafrina, A. E. (2022). *Komunikasi Massa*.
- Umiyati. (2021). *Perusahaan Asuransi Kesehatan*. 4(1), 6.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGENDALIAN MUTU PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

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

https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan @umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

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

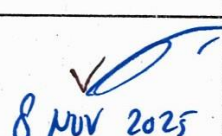
Medan, 5 November 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Muhammad Nauval Azzaky
NPM : 2103110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 119..... sks, IP Kumulatif 3.18

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|---|---|
| 1 | Analisis Perbandingan budaya dalam Film Tulang Belulang Karya Sammaria Sari Simanjuntak & Film Ranah 3 warna Karya Guntur Soeharjanto | |
| 2 | Analisis Semiotika Iklan layanan masyarakat "War On Drugs" di akun youtube Ditjen komunikasi Publik dan Media |  8 NOV 2025 |
| 3 | Peran Trailer Film dalam mempengaruhi keputusan menonton Siswa SMK Telkom Medan | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 10 November 2025

Ketua,

(DR. Akhyar Ankhori, S.Sos, M.J. Kom

NIDN: 0127048401

Pemohon,



(Muhammad Nauval Azzaky)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi:

(Dr. Fauzal Hamzah Lubis)

NIDN:





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT

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

[umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH) Nomor : 2006/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/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **10 November 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

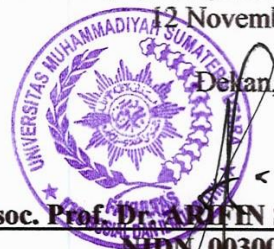
Nama mahasiswa : **MUHAMMAD NAUVAL AZZAKY**
N P M : 2103110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "WAR ON DRUGS" DI AKUN YOUTUBE DITJEN KOMUNIKASI PUBLIK DAN MEDIA**
Pembimbing : **Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS., 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: 229.21.311 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: 10 Mei 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 21 Djumadil Awal 1447 H
12 November 2025 M



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



Tembusan :

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





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-3

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

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 18 Desember 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Muhammad Nauval Azzaky
NPM : 2103110081
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 1969.../SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 12 November 2024 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Semiotika Iklan Iklan Masyarakat "War On Drugs" Di Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik dan Media

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Dr. Akhyar Anshori, S. Sos, M. Hum)

(Dr. Fakhri Haryadi Lubis, S. Sos)

(Muhammad Nauval Azzaky)

NIDN: 0127048401

NIDN: 0121058202





UMSU
Unggul | Cerdasi | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 2231/UNND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 23 Desember 2025
 Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : **Dr. AKHYAR ANSHORI, M.I.Kom.**



| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PEMIMBING | JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR |
|-----|------------------------|-----------------------|--|---|---|
| 11 | TASYA ANGGRAINI | 2203110241 | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. LUTEI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. | STRATEGI KOMUNIKASI GURU MELALUI PENERAPAN TEORI INTERAKSI SIMBOLIK DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI SISWA TUNARUNGU DI SLB NEGERI STABAT |
| 12 | MUHAMMAD FATIH HAMDI | 2203110166 | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom. | Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom. | PERAN KOMUNIKASI HUMAS KANTOR PERWAKILAN LPS I MEDAN MELALUI DISEMINASI INFORMASI PENJAMINAN SIMPANNAN DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK |
| 13 | MUHAMMAD NAUVAL AZZAKY | 2103110081 | NURHASANAH NASUTTON, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "WAR ON DRUGS" DI AKUN YOUTUBE DITJEN KOMUNIKASI PUBLIK DAN MEDIA |
| 14 | AENI ZAHRA SIREGAR | 2203110297 | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP. | NURHASANAH NASUTTON, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS TINDAK TUTUR LOKUSI PADA AKUN ZAHID IBRAHIM SEBAGAI KONTEN KREATOR SELF IMPROVEMENT DI YOUTUBE |
| 15 | ZAHRA SYAHPUTRI | 2203110144 | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom. | REPRESENTASI NILAI*EMPHATIC LISTENING DALAM FILM ANIMASI JUMBO (2025) TERHADAP KESADARAN REMAJA DI SMA MUHAMMADIYAH 02 MEDAN |

Medan, 02 Rabiul 1447 H
22 Desember 2025 M

Asso. Prof. Dr. KIFIN SALEH, (MSP.)
Dekan





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

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

🌐 <https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Muhammad Nauval Azzaky

N P M : 2103110081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat "War On Drugs" Di Akun Youtube Ditjen Komunikasi Publik Dan Media

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/ Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----|------------|--------------------------------------|------------------|
| 1. | 24-11-2025 | Bimbingan proposal skripsi pertama | |
| 2. | 2-12-2025 | Bimbingan proposal skripsi | |
| 3. | 16-12-2025 | Bimbingan mendekati seminar proposal | |
| 4. | 18-12-2025 | ACC mengikuti seminar proposal | |
| 5. | 22-12-2025 | Bimbingan skripsi Bab 4 | |
| 6. | 22-1-2026 | Bimbingan Bab 4 dan Bab 5 skripsi | |
| 7. | 29-1-2026 | Revisi Bab 4 dan Bab 5 | |
| 8. | 3-2-2026 | Bimbingan Bab 4 dan Bab 5 | |
| 9. | 6-2-2026 | Bimbingan final (Bab 1-5) | |

Medan, 25 Februari 2026

Dekan,
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.)
NIDN: 0127048401

Ketua Program Studi,

(Dr. Akhyar Anshari, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

Pembimbing,

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



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysian Qualifications Agency





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/ PANGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 476/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026



Slk-10

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : KAMIS, 05 MARET 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2
Pembukaan : 09.00 WIB

| No. | Nama Mahasiswa | Nomor Pokok Mahasiswa | Waktu | TIM PENGUJI | | | Judul Ujian Tugas Akhir |
|-----|---------------------------|-----------------------|-------|--|--|---|--|
| | | | | PENGUJI I | PENGUJI II | PENGUJI III | |
| 1 | AHMAD SYAFRUDDIN HASIBUAN | 2003110120 | | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom. | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, MSP | PENGARUH TAYANGAN MEDIA SOSIAL TENTANG KEKERASAN DI SEKOLAH TERHADAP KEPERCAYAAN ORANGTUA MENSANTRIKAN ANAK PADA PESANTREN JABALUL MADANIYAH SILINGKANG. |
| 2 | MUHAMMAD NAUVAL AZZAKY | 2103110081 | | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP | Dr SIGIT HARDYANTO, S.Sos, M.I.Kom. | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "WAR ON DRUGS" DI AKUN YOUTUBE DITJEN KOMUNIKASI PUBLIK DAN MEDIA. |
| 3 | ADINDA AULIA RIZKI | 2103110159 | | Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP. | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom. | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | REPRESENTASI KEKERASAN FILM BALLERINA KARYA JOHN WICK SEBAGAI KONTRUKSI ESTETIKA KEKERASAN. |
| 4 | ADITYA PRAVUDHA TANUNUNG | 2103110089 | | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP | Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP. | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS PERBANDINGAN MAKNA VISUAL DALAM VIDEO KLIP LAGU NOAH BINTANG DI SURGA (2012) DAN BINTANG DI SURGA (2022). |
| 5 | CAESAR AHMAD ZEBUA | 2203110027 | | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom. | Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom | Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | PENMANFAATAN TEKNOLOGI KECERDASAN BUATAN (AI) DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING OLEH DIVER ENTERTAINMENT. |

Notulis Sidang :

Total : 14 mnt & 03/26 Ym

Medan, 14 Ramadhan 1447 H

03 Maret 2026 M

Ditetapkan oleh :

a.p. Rektor
Wakil Rektor I

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

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

Panitia Ujian

Sekretaris

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



(Handwritten signature)



STARS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. BIODATA PRIBADI

1. Nama : Muhammad Nauval Azzaky
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Tempat tanggal lahir : Petatal, 23 November 2002
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Agama : Islam
6. Alamat : Desa Petatal, Kec. Datuk Tanah Datar, Kab. Batu Bara
7. No Telepon : 085361272571
9. Email : Nauvalazzaky@gmail.com

B. KELUARGA

1. Ayah : Boiman
2. Ibu : Almh Yan Hafizah
3. Pendidikan Ayah : SD
4. Pendidikan Ibu : SLTA Sederajat

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 010150 Petatal
2. SMP : MTS N 1 Lima Puluh
3. SMA : SMK Telkom 1 Medan
4. Univesitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara