

**Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat
“ Dukungan Kecil Yang Berarti “**

SKRIPSI

Oleh:

MUSBAR AFRIADI

NPM: 1803110034

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Broadcasting



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2022

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

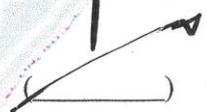
Nama : MUSBAR AFRIADI
NPM : 1803110034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 10 Agustus 2022
Waktu : Pukul 08.30 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. YAN HENDRA, M.SI

()

PENGUJI II : SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom

()

PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO, M.SI

()

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP


ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : **MUSBAR AFRIADI**
NPM : 1803110034
Judul Skripsi : **MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
"DUKUNGAN KECIL YANG BERARTI"**

Medan, 10 Agustus 2022

PEMBIMBING

Assoc. Prof. Dr. Rudianto, M.SI

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

DEKAN

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Musbar Afriadi**, NPM **1803110034**, 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 memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi 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 skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali 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. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi 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, Agustus 2022

Yang menyatakan



MUSBAR AFRIADI

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT dan Baginda Rasulullah atas Rahmat dan karunia Nya serta telah memberikan penulis nikmat dan rezekinya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti**”

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk kritik dan saran sangat membantu untuk menyempurnakan skripsi ini. Selesaiannya skripsi ini, penulis rasakan sebagai sebuah hal yang patut disyukuri, terlebih dengan berbagai proses yang telah penulis lalui. Proses-proses itulah yang memberikan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sedalam dan setulusnya berikan kepada **Ayahanda Edi, dan Ibunda Alm. Mesrawati Harahap** serta **Ibu Sambung Yusni Hanum** atas dukungan materil,dukungan moral serta nasehat-nasehat yang selama ini diberikan kepada saya sewaktu berkuliah dan juga dukungan doa serta support yang tiada hentinya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dan perkuliahan saya.

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada

pihak- pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik- baiknya,yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Abrar Adhani,S.Sos,M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Ibu Dra. Hj,Yurisna Tanjung,MAP. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak 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 Faizal Hamzah Lubis selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
7. Bapak Assoc Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing saya atas kesabarannya dalam membimbing, mencurahkan ilmu, meluangkan waktu, tenaga dan memberika arahan kepada penulis hingga terselesaikanya skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro FISIP UMSU yang

telah membantu saya dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas serta informasinya kepada saya

9. Abang saya Bambang Harianto yang telah menanggung biaya perkuliahan saya dari awal sampai akhir dan saudara-saudara saya Maman Supriadi, Siska Miranda, Rezki Adelina, Fatimah Zahro yang telah mendukung dan mensupport saya.
10. Para Karyawan PT Timah Tbk yang selalu mendukung setiap langkah saya dan selalu ingin mendengarkan yang terbaik dari saya.
11. Teman-teman seperjuangan saya yaitu Khoirunnisah Piliang, Atika Arfah Matondang, Wahyudi Samosir, Muhammad Daffa Gunawan, Nandita Andrawie, Yulia Syapira, Marizky Nabila yang selalu bersama dalam menyiapkan setiap keperluan dan kelengkapan yang dibutuhkan dalam penyiapan skripsi.
12. Terkhusus teman – teman saya dari Program Magang Mahasiswa Bersertifikat di PT Timah Tbk Kepulauan Bangka Belitung yang telah mendukung setiap langkah saya.
13. Buat teman-teman seluruh anggota teropong yang telah memberi saya pelajaran tambahan selama berkuliah di kampus Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
14. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, aamiin.
15. Dan terimakasih buat diri saya sendiri yang sudah mampu

menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

Akhir kata, penulis memohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Namun berharap saran dan kritik dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini. Terima Kasih

Medan, 25 Juni 2022

Penulis

Musbar Afriadi

180311013

Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti”

MUSBAR AFRIADI

1803110034

ABSTRAK

Iklan merupakan suatu hal yang telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi kehidupan manusia, dimana setiap saat iklan saling berebut untuk menarik simpati masyarakat. Iklan ini bercerita tentang sebuah anak yang melakukan bully karena merasa cemburu dengan temannya serta mengenai sebuah dukungan yang diberikan kepada korban bully. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana makna pesan iklan layanan masyarakat “Dukungan Kecil yang Berarti” melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Tujuan penelitian ini adalah untuk bagaimana sebuah dukungan yang dapat memberikan nilai berarti untuk anak dalam iklan dukungan kecil yang berarti. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif. Analisis data dalam film ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes, dimana analisis penelitian ini menekankan pada pencairan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil yang diperoleh peneliti berkaitan dengan makna pesan iklan layanan masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” peneliti menemukan adanya nilai sebuah dukungan yang diberikan oleh orangtua, teman dan guru kepada korban bully dan si pembully agar tidak mengulangi kealahannya lagi, serta saling memaafkan antara satu dengan yang lain.

Kata Kunci : Makna Pesan, Semiotika, Iklan “Dukungan Kecil Yang Berarti”

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| KATA PENGANTAR | |
| ABSTRAK..... | i |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Pembatasan Masalah | 7 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 7 |
| 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4.2. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II..... | 9 |
| URAIAN TEORITIS | 9 |
| 2.1 Pengertian Komunikasi | 9 |
| 2.2. Komunikasi Massa | 13 |
| 2.3 Iklan..... | 15 |

| | |
|--|----|
| 1. Fungsi, Tujuan dan Manfaat Iklan..... | 17 |
| A. Fungsi Iklan | 17 |
| B. Tujuan Iklan | 17 |
| C. Manfaat | 18 |
| 2.4 Tinjauan Umum Semiotika | 19 |
| 2.5 Analisis semiotika Roland Barthes | 21 |
| BAB III..... | 24 |
| METODE PENELITIAN..... | 24 |
| 3.1 Jenis penelitian..... | 24 |
| 3.2 Kerangka Konsep..... | 25 |
| 3.3Defenisi Konsep | 25 |
| A. Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti..... | 25 |
| B. Semiotika Roland Barthes | 26 |
| 3.4 Kategorisasi Penelitian..... | 27 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 28 |
| 3.7 Waktu Lokasi Penelitian | 28 |
| 3.8 Sistematika Penulisan..... | 28 |
| BAB IV | 29 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 29 |
| 4.1. Profil Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti | 29 |

| | |
|--|----|
| 4.1.1 Sinopsis Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti..... | 29 |
| 4.2 Analisis Data | 31 |
| BAB V..... | 41 |
| PENUTUP..... | 41 |
| 5.1 Simpulan | 41 |
| 5.2 Saran..... | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA | 43 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Penanda dan Petanda Scene 1 | 32 |
| Tabel 4. 2 Denotasi, Konotasi, Mitos | 33 |
| Tabel 4. 3 Penanda dan Pertanda Scene 2..... | 34 |
| Tabel 4. 4 Denotasi,Konotasi,Mitos..... | 35 |
| Tabel 4. 5 Penanda dan Pertanda Scene 3..... | 36 |
| Tabel 4. 6 Denotasi,Konotasi,Mitos..... | 38 |
| Tabel 4. 7 Penanda dan Pertanda Scene 4..... | 39 |
| Tabel 4. 8 Denotasi,Konotasi,Mitos..... | 40 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 1 Momen Arin Mendapatkan Hadiah dari Orangtuanya | 32 |
| Gambar 4.2 Momen Arin Mendapatkan Dukungan Dari Teman-Temannya | 34 |
| Gambar 4.3 Momen Pak Guru Memberikan Dukungan Kepada Bunga..... | 36 |
| Gambar 4.4 Momen Arin Memberikan Dukungan Kepada Bunga | 39 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan merupakan suatu hal yang telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi kehidupan manusia, dimana setiap saat iklan saling berebut untuk menarik simpati masyarakat. Iklan telah membentuk dan menentukan masyarakat dalam memutuskan dan menentukan pilihan. Terdapat jenis iklan yang ditampilkan kepada pemirsa, dari iklan produk hingga iklan layanan masyarakat atau jasa. Dengan berbagai hal itu, tanpa disadari iklan telah membangkitkan dan menggugah kesadaran konsumen. Iklan merupakan pengisi ruang media. Salah satu media yang digunakan untuk beriklan adalah Youtube. Keberadaan media sosial, seperti YouTube dengan berbagai konten video salah satunya yaitu Iklan, diyakini dapat menambah pengetahuan maupun informasi bagi masyarakat luas. YouTube adalah salah satu media yang bisa dimanfaatkan, contohnya melalui video iklan dapat memberikan pengaruh yang baik dalam kehidupan manusia. Perkembangan iklan yang sekarang ini paling banyak mendapat apresiasi penonton Youtube Indonesia menunjukkan tak ada satu pendekatan yang sama untuk memproduksi iklan yang akan berhasil di media sosial. Kebebasan berkreasi, para pemilik brand dapat mengembangkan berbagai gaya dan durasi dalam menyampaikan pesan. Selain itu, dengan memilih media digital seperti Youtube akan membuat kinerja kampanye dapat mudah dipantau.

Penggunaan iklan dengan media youtube untuk memperluas pemasaran mereka. YouTube adalah layanan video hosting online yang memungkinkan orang untuk berbagi video. Dengan youtube bisa berbagi dan menemukan video hiburan, pengetahuan dan promosi. YouTube merupakan layanan video hosting yang paling populer, diikuti oleh layanan lainnya yang serupa. Seperti saluran social media lainnya, YouTube memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berinteraksi, berbagi, dan membuat konten melalui komunitas online. Karena memiliki popularitas dan fitur, YouTube dapat menjadi saluran pemasaran yang berguna untuk iklan. Tidak hanya itu menggunakan YouTube untuk memulai atau mempromosikan produk.

Dengan perkembangan teknologi media pada saat ini, banyak terjadi perubahan di berbagai aspek kehidupan. Demikian pula dengan perkembangan media periklanan yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat yang semakin kompleks, serta persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat. Setiap media memang mampu untuk menghubungkan pikiran individu dengan individu lainnya, bahkan juga mengubah pikiran hingga perilaku individu, jadi bisa saja 4pesan yang disampaikan dalam suatu proses komunikasi, memang dirancang untuk menimbulkan efek tertentu pada penerimanya, tapi tidak menutup kemungkinan juga untuk timbulnya efek yang muncul dengan sendirinya. Hal-hal seperti itulah yang di dalam komunikasi yang mampu menunjukkan adanya efek dari media terhadap seseorang maupun kelompok.

Menurut Kasali (1992:92), *Public Service Announcement* (iklan layanan masyarakat) adalah suatu permintaan penyiaran yang dikeluarkan Lembaga

Swadaya Masyarakat (LSM) dan pemerintah secara langsung sebagai wujud solidaritas terhadap masalah masyarakat. Melalui iklan layanan masyarakat, pengiklan dapat mengangkat tema-tema tertentu yang dapat menggugah kesadaran masyarakat untuk mengubah perilaku ke arah yang lebih baik. Iklan atau layanan pengiklanan terhadap masyarakat sangat penting karena setiap tayangan pasti mengandung suatu adegan maupun cerita dan makna yang terkandung dalam setiap tayangan pengiklanan, salah satu contohnya adalah tayangan iklan yang di buat oleh Kemendikbud Republik Indonesia dengan judul “dukungan kecil yang berarti”, mereka membuat iklan layanan masyarakat sebagai ajakan untuk orang tua agar selalu mendukung anaknya. Iklan ini ditayangkan melalui chanel youtube cerdas berkarakter kemdikbud RI yang berdurasi 11.03 menit.

Iklan ini menceritakan sebuah anak yang membully teman sekolahnya sendiri karena merasa cemburu dengan pencapaian temannya tersebut. Ia melakukan pembullying dalam media sosial. Banyak hal yang membuat ia cemburu kepada temannya, seperti prestasi yang didapat temannya, dukungan orangtuanya dan sebagainya. Oleh hal ini, membuat ia merasa iri dan melakukan pembullying di media sosial. Secara etimologis kata “bully” berarti gertakan, seseorang yang mengganggu yang lemah. Penindasan dalam bahasa Indonesia disebut “menyakat” yang berarti mengusik, mengganggu, dan menghalangi orang lain (Bawono *et al.*, 2021). Seseorang pembully pasti memiliki penyebab kenapa ia bisa membully seseorang. Hal yang menyebabkan ia melakukan pembullying karena tidak adanya dukungan orang tua yang diberikan kepadanya. Mulai dari tidak diperbolehkan ikut kegiatan sekolah dan sebagainya membuat ia merasa

sebuah dukungan dari orang tua itu tidak ada. Dari iklan tersebut menandakan bahwa pentingnya sebuah dukungan kepada anak dari orang tua, teman dan guru. Sekecil apapun dukungan tersebut, membuat anak akan merasa lebih mendapatkan kasih sayang dari setiap orang. Namun ini merupakan salah satu factor yang menyebabkan anak bisa melakukan hal yang tidak baik akibat sebuah dukungan yang tidak didapat dari orang tua. Semakin besar dukungan orang tua, maka semakin besar juga rasa anak untuk melakukan hal-hal yang baik dan tidak terpengaruh untuk melakukan hal kurang baik.

Di dalam sosiologi, istilah keluarga menjadi salah satu bagian ikon yang mendapat perhatian khusus. Keluarga merupakan hal penting sebagai bagian dari masyarakat umum. Individu anak terbentuk karena adanya adanya keluarga. Di dalam keluarga inilah dukungan orang tua dibutuhkan oleh anak sehingga anak dapat bersikap baik. Orang tua adalah pihak yang paling berhak terhadap keadaan sang anak dan yang paling bertanggung jawab terhadap kehidupan anak di segenap aspeknya. Anak yang hidup di lingkungan keluarga yang sibuk, tetapi orang tuanya masih mempunyai waktu untuk memperhatikan anaknya, serta membimbing dan mengawasinya. Maka sangatlah menguntungkan bagi anak, sebab diharapkan segala kesulitan atau hambatan-hambatan yang dialami anak akan dengan mudah diselesaikan bersama orang tuanya. Dengan demikian hubungan antara orang tua dan anak akan semakin akrab, dan akhirnya orang tua dapat mengetahui kesulitan-kesulitan yang dihadapi anak. Lain halnya apabila anak yang hidup dalam lingkungan keluarga yang selalu sibuk dan tidak ada waktu untuk memperhatikan perkembangan anak dalam perkembangan sikap dan

tingkah laku anak, tentunya hal ini anak tidak tahu harus kemana mencari bantuan untuk dapatnya menyelesaikan masalah yang dihadapinya, baik masalah belajar di sekolah maupun masalah pribadinya. Dengan demikian keluarga mempunyai peranan penting terhadap perkembangan pendidikan dan sikap tingkah laku anak. Hal ini menunjukkan bahwa peralihan bentuk pendidikan informal ke pendidikan formal memerlukan kerjasama antara orang tua dengan sekolah. Kerjasama ini sangat diperlukan adanya kepercayaan orang tua terhadap sekolah yang menggantikan tugasnya untuk mendidik, mengarahkan anak selama dibangu sekolah. Oleh karena itu yang menjadi penanggung jawab dalam bimbingan dan pengawasan anak adalah orang tua atau wali murid, disamping sekolah dan masyarakat, sebab waktu anak sebagian besar ada dalam lingkungan keluarga. Peran keluarga dalam memberikan bimbingan dan dukungan terhadap anak lebih banyak bila dibandingkan dengan bimbingan yang diberikan oleh guru.

Kurangnya rasa kasih sayang pada anak dapat ditimbulkan oleh pola komunikasi dan pola asuh yang buruk dalam keluarga. Seperti berkata kasar pada anak, suka membentak, mengkritik atau banyak melarang. Seorang anak yang setiap harinya tinggal dalam lingkup keluarga yang sering mendapat makian atau hujatan tanpa menerima dukungan dan pujian maka anak tersebut dapat menjadi lemah. Hal tersebut dapat mempengaruhi anak untuk melakukan hal yang tidak baik. Sehingga anak pun menjadi dihindangi perasaan rendah diri atau minder.

Keluarga merupakan kelompok kecil dimana pola prilaku serta karakter suatu individu dibentuk. Yang mana tersusun dari ayah, ibu dan anak yang secara langsung membentuk kehidupan social dimasyarakat. Keluarga juga merupakan

tempat dimana anak dibesarkan, didik dan dibentuk sifatnya melalui apa yang diajarkan maupun apa yang dicontohkan oleh kedua orang tuanya. Keluarga adalah suatu grup social (kelompok social) yang dicirikan oleh tempat tinggal Bersama, kerja sama dari dua jenis kelamin, paling kurang dua darinya atas dasar pernikahan dan satu atau lebih anak yang tinggal bersama mereka melakukan sosialisasi. Keluarga merupakan kelompok social pertama dalam kehidupan social. Manusia pertama kali memperhatikan keinginan orang lain. Belajar, bekerja sama dan belajar membantu orang lain dalam keluarga. Pengalaman berinteraksi dalam keluarga akan menentukan tingkah laku dalam kehidupan social diluar keluarga. Sebelum anak mendapatkan Pendidikan formal disekolah, pendidikan awal yang ia terima berasal dari rumah. Orang tua merupakan guru pertama yang mengajarkan dasar kehidupan seperti bagaimana berperilaku, bagaimana berinteraksi terhadap sesama, serta menanamkan nilai religi yang nantinya itu semua menjadi cikal bakal karakteristik seorang anak. Di masyarakat manapun didunia, keluarga merupakan kebutuhan manusia yang universal dan menjadi pusat terpenting dalam kehidupan individu (Saepudin, 2019).

Analisis Semiotika Roland Barthes mengkaji tanda dan bagaimana tanda itu berkerja, pemikiran ini didasari oleh pemikiran Saussure mengenai tanda yang dibaginya menjadi penanda, dimana analisis Barthes dibagi menjadi beberapa tahap analisis yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. System denotasi adalah sistem pertanda tingkat pertama yang terdiri dari rantai penanda dan konsep abstrak yang ada dibaliknya. Menurut barthes, pada tingkat denotasi, Bahasa memunculkan

kode kode sosial yang makna tandanya segera tampak kepermukaan berdasarkan hubungan penanda dan petandanya. Sebaliknya, pada tingkat konotasi,

Bahasa menghadirkan kode-kode yang makna tandanya bersifat tersembunyi(implisit). Makna tersembunyi ini adalah makna yang menurut Barthes merupakan Kawasan ideologi atau mitologi. Berdasarkan hal-hal yang disebutkan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan menganalisis sebuah Iklan berdasarkan kode-kode Roland Barthes yang terdapat pada Iklan Layanan Masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” Peneliti merasa perlu menyuarakan bagaimana pentingnya sebuah dukungan bagi seorang anak . Tulisan ini di jadikan judul Skripsi yaitu MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DUKUNGAN KECIL YANG BERARTI.

1.2. Pembatasan Masalah

Agar penulis lebih fokus dalam penelitiannya, penulis akan membatasi pengambilan adegan adegan dalam iklan yang di anggap memiliki simbol makna pesan iklan mengenai sebuah dukungan menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas analisis ini merumuskan masalah tersebut adalah: Bagaimana makna pesan iklan layanan masyarakat dukungan kecil yang berarti melalui pendekatan semiotika Roland Barthes.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah agar mengetahui bagaimana sebuah dukungan yang dapat memberikan nilai berarti untuk anak dalam iklan dukungan kecil yang berarti.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah:

a) Secara teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai iklan layanan masyarakat. Serta memberikan penjelasan tentang sebuah dukungan yang berarti untuk anak.
2. Untuk memberikan kontribusi dalam kajian analisis semiotika Roland Barthes.

b). Secara praktis

1. Menjadi bahan rujukan untuk peneliti yang mengkaji tentang makna pesan iklan layanan masyarakat dengan menggunakan analisis Roland Barthes.
2. Memberikan masukan bagi masyarakat yang sering menonton iklan layanan masyarakat untuk dapat mengambil makna dari apa yang ditontonnya.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia diciptakan Tuhan dibekali dengan dua peran sekaligus yaitu sebagai makhluk pribadi dan makhluk sosial. Untuk menjalankan kedua peran tersebut, manusia memerlukan sebuah sarana yang disebut komunikasi, Komunikasi menjadi semacam jembatan penghubung antara manusia dengan lingkungannya dan manusia dengan dirinya sendiri. Dengan kata lain tanpa adanya komunikasi, interaksi antar manusia tidak akan terjadi. Komunikasi mempunyai dua sifat umum, yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung berupa proses tatap muka (*face to face*) antara manusia satu dengan manusia lain. komunikasi tidak langsung memerlukan perantara atau media untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia lain, misalnya : TV, internet, surat kabar, dan lain-lain (Sinaga, 2017)

Istilah Komunikasi atau dalam Bahasa Inggris communication berasal dari Bahasa Latin *commicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Faktor komunikasi sering dianggap sebagai suatu sub sistem yang melengkapi strategi manajemen secara keseluruhan (Sahputra, 2020)

Komunikasi merupakan syarat utama dalam menyampaikan pesan yang berbentuk informasi ataupun yang lainnya melalui media yang dipilih dan

dianggap sesuai dengan kebutuhan dasar manusia untuk menggapai sebuah tujuan pribadi maupun kelompok. Perjalanan media massa banyak menciptakan sejarah yang mempengaruhi pola hidup manusia dari masa ke masa, diawali dari media tradisional sampai pada media yang berbaur modern. Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan (Message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu.

Komunikasi adalah istilah yang begitu populer dewasa ini. Manusia modern diberondong oleh pesan-pesan komunikasi dari berbagai jurusan, baik secara terang-terangan maupun secara halus, baik secara verbal maupun nonverbal (Pratiwi & Wedananta, 2019). Mereka dibujuk oleh media massa untuk membeli rumah di *real estate*, membeli mobil terbaru, komputer, kulkas, rokok, dan sebagainya. Mereka dipengaruhi dan diintimidasi untuk memilih partai politik tertentu dalam pemilihan umum. Begitu seterusnya. Pendek kata dalam kehidupan ini nyaris seperti pepatah “tiada hari tanpa komunikasi”. Jadi, komunikasi itu ibarat makanan yang menyertai hidup kita. Tanpa komunikasi hidup menjadi sepi, serasa tiada arti. Bahkan komunikasi sudah seperti kebutuhan pokok yang membuat hidup manusia ada alasan untuk terus berlangsung

Para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya :

1. Theodore M.Newcomb, “Komunikasi merupakan setiap Tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”
2. Carl.I.Hovland,”Komunikasi merupakan proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan(biasanya lambing-lambang verbal) untuk mengubah prilaku orang lain(komunikate).”
3. Gerald R. Militer, “Komunikasi terjadi Ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang didasari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”(Mulyana, 2008)

Secara umum fungsi Komunikasi adalah :

1. Dapat menyampaikan pikiran atau perasaan
2. Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan
3. Dapat mengajarkan atau memberitahukan sesuatu
4. Dapat mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan
5. Dapat mengenal diri sendiri
6. Dapat memperoleh hiburan atau menghibur orang lain.
7. Dapat mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang
8. Dapat mengisi waktu luang
9. Dapat menambah pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan

10. Dapat membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan

Secara paradigmatic yang dikemukakan oleh para ahli dari semua defenisi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media) bisa melalui koran, radio, televisi dan film. Dari uraian tersebut tersimpul bahwa tujuan komunikasi dalam pengertian paradigmatic adalah untuk mendapatkan efek tertentu pada komunikan. Efek ini juga bisa mengubah pandangan seseorang terhadap suatu hal.

Efek komunikasi kita artikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu). Menurut Onong Uchjana Effendy, efek dari komunikasi bisa menimbulkan komunikasi yang dimengerti suatu hal yang membuat pikirannya berubah. Efek afektif sama dengan efek kognitif yang memiliki kadar yang besar sampai bisa membuat orang sedih, iba, gembira, dan marah. Efek konatif memiliki kadar efek yang paling tinggi setelah pikiran komunikasi berubah dan berujung punya rasa empati ia akan bertindak setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Kita bisa melihat perubahan komunikator dari tanggapan umpan balik atau feedback yang ia tunjukkan (Sukmana, 2017).

2.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai ringkasan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai ringkasan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. Massa diartikan sebagai sesuatu yang meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa modern.

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan oleh Bittner, Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Masscommunication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*) (Bahy, 2016). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto (2007:14) terdiri dari:

1. *Surveillance* (pengawasan) Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi 20 . ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Interpretation* (penafsiran) Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.
3. *Linkage* (pertalian), media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmission of Values* (penyebaran nilai-nilai) Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.
5. *Entertainment* (hiburan) Radio siaran, siarannya banyak

memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.3 Iklan

Iklan pertama-tama ada di Indonesia merupakan warisan dari pemerintah Belanda. Sejarah periklanan di Indonesia sama tuanya dengan sejarah press. Mengenai istilah iklan sendiri idenya muncul dari Soedardjo Cokrosisworo, Istilah iklan yang kita pakai saat ini adalah diambil dari istilah Belanda yaitu *advertentie*, bahasa Inggrisnya *advertising* (Saskara, 2021). Iklan merupakan sebuah informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan/instansi yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak. Menurut KBBI, pengertian iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang/jasa yang ditawarkan. Masyarakat Periklanan Indonesia mendefinisikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Iklan adalah segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar (Nasution, 2017).

Pengertian periklanan menurut beberapa ahli, sebagai berikut:

1. Menurut Monle Lee dan Carla Johnson (2004) Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransaksikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran (surat kabar), majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar ruangan, atau kendaraan umum (Yonatan, 2011).
2. Menurut Philip Kotler (2008) Periklanan adalah semua bentuk terbayar dari presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu (Yonatan, 2011).

Iklan dipasang di berbagai media online maupun offline. Beberapa media di antaranya yaitu Majalah, Tabloid, Koran, Blog, Media Sosial, dan tempat-tempat umum. Semua komunikasi dalam bentuk iklan bertujuan untuk menarik perhatian atau mempengaruhi orang lain untuk melakukan yang ada di dalam tersebut. Iklan Layanan Masyarakat atau yang juga dikenal dengan singkatannya ILM adalah suatu jenis periklanan yang dilakukan oleh oleh suatu organisasi kemersial dan non komersil (tak jarang juga digunakan oleh pemerintah) guna mencapai suatu tujuan sosial terutama untuk kesejahteraan ataupun kebaikan masyarakat. Pada umumnya Iklan Layanan Masyarakat bertujuan memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan. Iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penatan yang ketat, perancangan pesan yang rumit, pemilihan media yang

sesuai, sampai pada penentuan khalayak sasaran maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar benar pas.

1. Fungsi, Tujuan dan Manfaat Iklan

A. Fungsi Iklan

Iklan yang sukses memiliki daya persuasi yang kuat dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Dengan kata lain, iklan bisa membujuk, merayu, menggoda orang agar segera membeli produk dan kemudian mempengaruhi aspek emosional konsumen. Iklan memiliki beberapa fungsi, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan sebuah informasi (*Informing*)
- b) Membujuk seseorang (*Persuading*)
- c) Mengingatkan seseorang (*Reminding*)
- d) Memberikan nilai lebih (*Adding Value*)

B. Tujuan Iklan

Menurut Robert V Zacher, seorang ahli sekaligus praktisi pemasaran menjelaskan bahwa iklan memiliki beberapa tujuan (Astuti *et al.*, 2020), di antaranya sebagai berikut:

- a) Memberikan sebuah informasi mengenai suatu produk, jasa, ide, gagasan dan lain sebagainya.
- b) Sebuah upaya untuk bisa memberikan citra yang baik atau rasa suka terhadap suatu produk yang di iklankan.
- c) Bertujuan untuk meyakinkan orang lain atau penerima iklan tentang kebenaran suatu produk.

- d) Membuat konsumen jadi lebih mudah dalam mengetahui spesifikasi dari sebuah produk, baik itu berupa harga, kelebihan serta manfaatnya.

Pada dasarnya, tujuan periklanan adalah mengubah atau mempengaruhi sikap sikap khalayak, dalam hal ini tentunya adalah sikap-sikap konsumen. Munculnya iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk maupun jasa pada konsumen sehingga konsumen terpengaruh. Hal ini akan mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumen menjadi seperti yang diinginkan oleh produsen.

C. Manfaat

Adapun manfaat iklan sebagai berikut :

- a) Memberikan Informasi/ Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, jika iklan di gunakan untuk memberikan informasi kepada para konsumen tentang produk yang ingin di pasarkan. Informasi yang di berikan bisa berupa fungsi, fitur, manfaat, cara penggunaan, kualitas hingga harga dari produk tersebut. Informasi ini sangat penting di lakukan terutama jika ada produk yang ingin di pasarkan. Hal ini bertujuan supaya orang bisa mengetahui bahwa ada sebuah produk baru.
- b) Branding. Promosi baik itu di lakukan secara online maupun offline wajib di lakukan untuk berbagai macam bisnis. Dengan menggunakan iklan maka sebuah produk atau jasa dapat tampil di bagian depan supaya lebih banyak calon konsumen yang mengetahui produk yang di iklankan. Semakin banyak orang yang mengetahui tentang produk anda maka brand atau merk bisnis anda tentu akan semakin banyak di kenal

- c) Membujuk Calon Konsumen. Iklan bersifat membujuk calon konsumen untuk membeli sebuah produk yang di iklankan. Oleh sebab itu iklan penting di lakukan terutama untuk bisnis yang baru saja di rintis. Apalagi saat ini sudah ada beragam jenis iklan mulai dari offline hingga online. Untuk anda yang memiliki anggaran terbatas dalam memasarkan produk dapat menggunakan iklan online yang memiliki biaya lebih murah namun dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen.
- d) Mengurangi Risiko. Manfaat menggunakan iklan salah satunya adalah mengurangi risiko penjualan barang yang menurun. Gunakan iklan untuk meningkatkan penjualan pada produk baru, produk yang kurang laku atau produk tertentu yang ingin anda *highlight*. Dengan cara inilah barang atau produk tersebut akan lebih mudah sampai ke calon pembeli.

2.4 Tinjauan Umum Semiotika

Secara etimologis semiotika berasal dari kaya Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefenisikan sebagai suatu yang terbangun sebelumnya dapat didefenisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Lantowa *et al.*, 2017).

Semiotika yaitu ilmu tentang tanda atau teori tanda. Istilah semiotika berasal dari Bahasa Yunani *seemion* yang berarti tanda. Kata dasar semiotika diambil dari kata *seme* yang berarti penafsir tanda. Secara etimologi, semiotika dihubungkan dengan kata *sign, signal*.

Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks, dan adegan di film menjadi sesuatu

yang dapat dimaknai. Tanda tidak pernah benar-benar mengatakan kebenaran secara keseluruhan. Tanda memediasi kenyataan kepada kita, karena tanda secara niscaya membentuk berbagai pilihan yang sesuai dari lingkungan hal-hal yang diketahui yang tak terhingga kemungkinannya.

Semiotika mempelajari tanda-tanda yang kemungkinan mempunyai arti atau makna. Semiotika adalah metode untuk mengkaji tanda. Tanda merupakan basis untuk seluruh komunikasi. Tanda digunakan sebagai perangkat untuk mencari jalan didunia ini. Memaknai tanda tidak bisa dicampur adukan dengan mengkomunikasikan tanda.

Tanda menandakan sesuatu diluar dirinya dan makna merupakan hubungan tanda dengan sesuatu yang ada dalam pikiran manusia. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan konteks orang-orang yang menempati tanda-tanda tersebut (Lubis, 2017).

Di dalam kehidupan sehari-hari ini, ada banyak tanda yang tanpa sadar ternyata itu adalah bentuk dari komunikasi non verbal pula. Sebut saja lampu lalu lintas yang ada di perempatan jalan yang mana tidak dapat berbicara secara verbal, tetapi dapat memberimu tanda bahwa ketika lampu merah muncul, kamu akan langsung menghentikan kendaraanmu.

Dalam hal ini, tanda yang dimaksud nantinya dapat menunjukkan pada makna atau sesuatu hal lainnya yang tersembunyi di balik tanda itu sendiri. Dengan kata lain, keberadaan tanda ini nantinya akan mewakili suatu hal yang berkaitan dengan objek tertentu. Objek-objek tersebut dapat membawa informasi dan mengkomunikasikannya dalam bentuk tanda.

Semiotika adalah kajian mengenai produksi sosial dan komunikasi terhadap sistem tanda (*sign system*) yang menganalisa berbagai hal yang dapat berdiri atas hal lain, dengan kata lain hal yang memiliki makna dibalikinya.

2.5 Analisis semiotika Roland Barthes

Barthes berpendapat bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu, serta dalam waktu tertentu, Analisis semiotika Roland Barthes mengkaji tanda dan bagaimana tanda itu berkerja, hal ini didsari oleh pemikiran Saussure mengenai tanda yang dibaginya menjadi penanda dan petanda, dimana analisis Barthes dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

Sistem denotasi adalah sistem pertandaan tingkat pertama, yang terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materielialitas penanda dan konsep abstrak yang ada dibalikinya (Kusuma & Nurhayati, 2017). Barthes menjelaskan bahwa cara yang kedua dalam cara kerja tanda di tatanan kedua adalah melalui mitos. Secara teknis, Barthes menyebutkan bahwa mitos merupakan urutan kedua dari sistem semiologi dimana tanda-tanda dalam urutan pertama pada sistem itu (yaitu kombinasi antara penanda dan petanda) menjadi penanda dalam sistem kedua

Dalam hal ini sebenarnya Barthes tidak menggunakan istilah ini, karena biasanya merujuk pada gagasan yang salah: “ini adalah mitos tentang.....” atau “adalah mitos yang menyatakan Inggris masih menjadi kekuatan terbesar di dunia”. Makna tersembunyi ini merupakan makna menurut barthes yang berarti Kawasan.

Menurut Barthes semiotic adalah mengenai bentuk (form). Analisis semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes tidak hanya terpaku pada penanda dan petanda, akan tetapi menganalisis makna dengan denotasi dan konotatif.

Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara signified, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti.

Sedangkan konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara signifier dan signified, yang didalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti. Sebagai contoh, kata teratai dalam bahasa Indonesia berarti bunga yang konotasinya memiliki makna keindahan, namun berbeda di negara lain seperti di India, teratai memiliki makna yang berbeda. Dalam agama Budha dan Hindu, bunga teratai merupakan perlambang yang dalam pada kedua agama tersebut.

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dipahami oleh Barthes. Di dalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan system signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya.

Bagi Roland Barthes, semiotika bukanlah suatu perkara, ilmu pengetahuan, disiplin ilmu, pembelajaran, pergerakan, atau bahkan teori; tapi merupakan

sebuah pertualangan. Semiotika memiliki tujuan untuk menerjemahkan dan menginterpretasikan *sign* baik berupa verbal, yang disebut juga *linguistic*, dan nonverbal.

Barthes sendiri agak berbeda dari umumnya para ilmuwan kala itu, dimana ia sering muncul di televisi dan menulis berbagai artikel populer untuk mengomentari mengenai kelemahan kalangan *middle-class* Prancis. Barthes tertarik kepada kajian semiotika yang berupa *sign* yang terlihat seperti sesuatu yang polos dan apa adanya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan hal yang paling penting dalam melakukan suatu penelitian yang mana hal ini bisa membuat kita terarah pada suatu yang akan diteliti dengan menggunakan model tertentu.

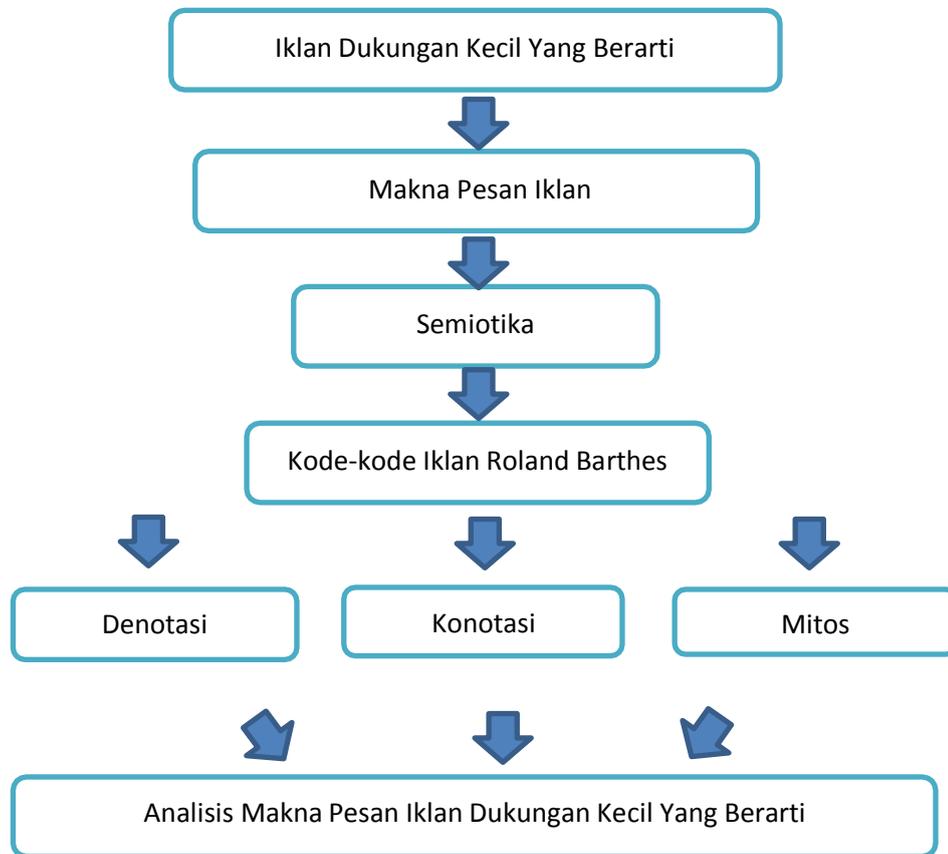
3.1 Jenis penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan penelitian ialah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut moleong adalah penelitian yang bermaksud pada pemahaman dari segala sesuatu yang terjadi pada subjek penelitian. Yang dihasilkan pada penelitian ini adalah deskriptif atau penggambaran fenomena atau fakta yang berupa kata lisan atau tulisan dari suatu objek yang diamati.

Penelitian kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan analisis yang bersifat nonkuantitatif, seperti menggunakan metode wawancara mendalam dan pengamatan. Yang dengan kata lain bahwa penelitian kualitatif dalam konteks semiotika tidak menggunakan skema statistic

Penelitian analisis semiotika Roland Barthes membagi proses pemaknaan menjadi dua tahap yaitu signifikansi (*two order signification*) yakni denotasi, konotasi dan mitos dimana secara pokok analisis ini digunakan untuk mengungkapkan makna nilai kekeluargaan dalam film: *Ali & Ratu-Ratu Queens*.

3.2 Kerangka Konsep



3.3 Defenisi Konsep

A. Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti

Iklan layanan masyarakat dukungan kecil yang berarti mengisahkan tentang seorang siswi SMA yang melakukan pembullying kepada teman sekolahnya. Iklan Layanan Masyarakat ini bercerita tentang Arin yang mengalami pembullying di media sosial. Setiap apapun aktivitas yang dilakukan Arin, baik itu di sekolah maupun di luar sekolah selalu di bully oleh si pembully. Seperti menjadi siswi yang pintar, lalu menjadi kesayangan guru dan memiliki keluarga yang harmonis. Semua itu menjadi bahan bullyan yang dilakukan si pembully. Arin tidak

mengetahui siapa yang membully. Namun, teman Arin (Dara) berhasil mengetahuinya, dan si pembully tersebut adalah Bunga teman sekelas Arin. Guru mereka bertanya mengenai alasan Bunga melakukan pembullying. Bunga bercerita penyebab ia melakukan pembullying karena selalu di paksa harus belajar oleh orang tua. Terlebih lagi, ia tidak mempunyai waktu untuk bermain karena takut nilainya rendah dan ibunya marah. Tidak hanya itu, Bunga juga tidak diperbolehkan untuk mengikuti olahraga. Dari Iklan Layanan Masyarakat tersebut menunjukkan bahwa ketidakbebasan yang diberikan orang tua kepada anak dapat membuat anak tersebut melakukan hal yang tidak baik. Selibhnya, sebagai orang tua kita harus selalu memberikan dukungan mengenai kelebihan sang anak. Peran orang tua dalam membuat karakter anak sangat banyak.

B. Semiotika Roland Barthes

Analisis semiotika Roland Barthes mengkaji tanda dan bagaimana tanda itu berkerja, hal ini didsari oleh pemikiran Saussure mengenai tanda yang dibaginya menjadi penanda dan petanda, dimana analisis Barthes dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Sistem denotasi adalah sistem pertandaan tingkat pertama, yang terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materielialitas penanda dan konsep abstrak yang ada dibaliknya. Menurut Barthes, pada tingkat denotasi (Sobur, 2017:69)

Makna tersembunyi ini merupakan makna menurut barthes yang berarti Kawasan. Menurut Barthes semiotic adalah mengenai bentuk (*form*). Roland Barthes membagi proses pemaknaan menjadi dua tahap yaitu signifikansi (*two order signification*) yakni denotasi, konotasi dan mitos.

- a) Denotasi : memiliki makna yang harfiah, makna yang sesungguhnya. Menurut barthes denotasi merupakan signifikasi tingkat pertama justru lebih diasosikan dengan ketertutupan maknanya.
- b) Konotasi : Barthes konotasi lebih identic dengan operasi ideologi, yang disebutnya dengan mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu periode tertentu.
- c) Mitos : adalah pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda namun sebagai sistem yang unik, mitos dibangun oleh rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian ini adalah analisis makna pesan iklan yang terdapat dalam iklan Dukungan Kecil Yang Berarti yang berupa dialog dan juga scene dalam iklan tersebut, iklan ini memiliki durasi 11 menit. Dimana penentuan unit analisis ini ditunjukkan pada pesan audio maupun visual yang terdapat dalam iklan Dukungan Kecil Yang Berarti dengan menganalisis nilai kekeluargaan menggunakan semiotika Roland Barthes pada iklan tersebut.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang berisikan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode ini biasanya mengumpulkan bentuk gambar yang diperoleh dari tangkapan layar.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data utama dalam sebuah penelitian, data ini diperoleh dari sumber data pertama objek yaitu adegan adegan dalam iklan Dukungan Kecil yang Berarti. Adapun data sekunder yaitu data tambahan sebagai penunjang data utama atau data primer agar lebih valid. Setelah data primer dan skunder kemudian diklarifikasikan sesuai dengan pertanyaan penelitian yang ditentukan, setelah data terklarifikasikan, dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes denotasi, konotasi, dan mitos.

3.7 Waktu Lokasi Penelitian

Waktu penelitian diperkirakan dimulai dari bulan Juni 2022 sampai dengan selesai.

3.8 Sistematika Penulisan

Bagian Awal dalam pembahasan skripsi ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, kemudian pembatasan masalah, diikuti oleh tujuan dan manfaat penelitian. Selanjutnya uraian teoritis, pada bagian ini akan diuraikan mengenai apa itu komunikasi dan komunikasi massa, iklan sebagai komunikasi massa dan semiotika Roland Barthes. Dan terakhir ada metode penelitian, yang akan menjelaskan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti

Iklan layanan masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” tayang di akun Youtube Cerdas Berkarakter Kemdikbud RI di rilis pada tanggal 10 Juni 2021 dengan durasi 11:03 menit. Perundung atau bullying sering dilakukan secara verbal, fisik, dan ada juga perundung di dunia maya (*cyber bullying*). Dampak dari perundung ini dapat mempengaruhi emosi, fisik, akademis, dan sosial seseorang seperti dalam iklan ini yang diperankan oleh Arin dan Bunga.

Iklan layanan masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” sudah diputar sebanyak 18.555 tayangan dan 1.000 penyuka di Youtube.

4.1.1 Sinopsis Iklan Layanan Masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti

Iklan layanan masyarakat dukungan kecil yang berarti mengisahkan tentang seorang siswi SMA yang melakukan pembullying kepada teman sekolahnya. Iklan Layanan Masyarakat ini bercerita tentang Arin yang mengalami pembullying di media sosial. Arin merupakan anak yang pintar di sekolah. Setiap apapun aktivitas yang dilakukan Arin, baik itu di sekolah maupun di luar sekolah selalu di bully oleh si pembully. Seperti menjadi siswi yang pintar, lalu menjadi kesayangan guru dan memiliki keluarga yang harmonis. Semua itu menjadi bahan bullying yang dilakukan si pembully.

Arin tidak mengetahui siapa yang membully. Semua teman sekelas Arin mengetahui bahwa Arin mengalami pembullying di media social. Teman-teman

sekelas Arin mendukungnya dan memberikan semangat untuknya. Tidak lama setelah itu, teman Arin yang bernama Dara berhasil mengetahuinya, dan si pembully tersebut adalah Bunga teman sekelas Arin.

Guru mereka mengetahui peristiwa tersebut dan mencoba untuk menyelesaikannya. Guru bertanya mengenai alasan Bunga melakukan pembullyan. Bunga bercerita penyebab ia melakukan pembullyan karena selalu dipaksa harus belajar oleh orang tua. Terlebih lagi, ia tidak mempunyai waktu untuk bermain karena takut nilainya rendah dan ibunya marah. Tidak hanya itu, Bunga juga tidak diperbolehkan untuk mengikuti olahraga. Jadi dapat disimpulkan bahwa Bunga merasa iri dengan kehidupan Arin.

Dari iklan tersebut dapat dilihat dua perbedaan orangtua kepada anak. Orangtua Arin yang memiliki karakter yang mendukung penuh kegiatan positif yang dilakukannya dan selalu memberikan perhatian terhadap apapun yang dilakukan Arin. Berbeda dengan orangtua Bunga yang jarang memberikan perhatian dan dukungan kepadanya. Dimana, orangtua Bunga selalu memaksa melakukan yang yang tidak sukainya sehingga ia tidak nyaman dengan keadaan tersebut.

Dalam iklan layanan masyarakat ini juga kita bisa melihat bagaimana dukungan para teman untuk pelaku dan korban. Dimana, posisi dalam situasi ini sangat berpengaruh untuk mental pelaku dan korban. Lalu dukungan teman untuk menyelesaikan masalah ini dengan baik-baik. Tidak hanya itu, dalam iklan ini dukungan seorang guru juga penting untuk memperbaiki kedua belah pihak dan menyelesaikan penyebab si pelaku dalam melakukan hal ini.

Dari Iklan Layanan Masyarakat tersebut menunjukkan bahwa ketidakbebasan yang diberikan orang tua kepada anak dapat membuat anak tersebut melakukan hal yang tidak baik. Sebaliknya, sebagai orang tua kita harus selalu memberikan dukungan mengenai kelebihan sang anak. Peran orang tua dalam membuat karakter anak sangat banyak.

4.2 Analisis Data

Berikut ini penulis akan melakukan analisis terhadap lima scene yang terdapat adegan yang menggambarkan makna dukungan yang berarti dalam iklan “Dukungan Kecil Yang Berarti”, dari lima scene akan di analisis dengan pendekatan Roland Barthes, analisis ini menekankan pada pencarian makna denotasi, konotasi dan mitos.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara ditonton dan melihat tayangan iklan “Dukungan Kecil Yang Berarti” secara berulang-ulang yang menunjukkan makna pesan iklan “Dukungan Kecil Yang Berarti”. Penulis melakukan analisis dengan mengamati dan mencatat tanda percakapan dan audio visual pada iklan tersebut.

Analisis data dilakukan dengan berbagai tahapan sebagai berikut :

1. Penulis melakukan penelitian dengan mulai menonton serta mengamati iklan layanan masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti secara berulang-ulang untuk menemukan scene yang mengandung nilai kekeluargaan dan disesuaikan dengan semiotika Roland Barthes.

2. Setelah selesai menonton dan melihat tanda yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti, kemudian penulis akan mendokumentasikan (screenshot) adegan film dan kemudian dilanjutkan dengan menganalisis makna sebuah dukungan kecil yang berarti.

3. Kemudian penulis membuat analisis dengan menggunakan model semiotika Roland Barthes.

4. Penulis akan mencoba untuk menarik hubungan antara scene dan dialog yang ditampilkan dalam iklan layanan masyarakat Dukungan Kecil Yang Berarti dengan menganalisis dan menjelaskan tanda sebuah makna yang sesuai dengan semiotika Roland Barthes yaitu, makna denotasi, makna konotasi dan mitos.

Berikut scene yang diambil oleh penulis yang berkaitan dengan Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat “ Dukungan Kecil yang Berarti “.

Tabel 4. 1 Penanda dan Petanda Scene 1

| PENANDA | PETANDA |
|---|--|
|  | <p>Pada scene ini kedua orangtua Arin memberikan hadiah kepada Arin karena ia berhasil mendapatkan peringkat satu di kelasnya. Hadiah itu sebagai dukungan yang diberikan oleh</p> |
| <p>Gambar 4. 1 Momen Arin Mendapatkan Hadiah dari Orangtuanya Sumber : Youtube Kemdikbud RI di Menit</p> | |

| | |
|--|--|
| 2:49 s/d 3:23 | orangtua Arin karena ia berhasil mempertahankan peringkat di kelasnya. |
| Arin : Ada apa, Arinkan lagi belajar ? | |
| Ayah : Ya...udah tutup mata dulu ya | |
| Arin : Ya udah deh (sambil menutup mata), ayah ada apasih ? kok pake tutup mata segala | |
| Bunda : Satu....dua...tiga...buka matanya | |
| Arin : (Sambil terkejut membuka mata) wahh apaan nih ya bunda ? | |
| Ayah : Ayah inikan janji akan memberikan kamu hadiah kalau kamu dapat ranking satu | |
| Arin : Ayah...ini kan sepatu yang Arin pengen banget yah. Makasih ayah bund | |

Tabel 4. 2 Denotasi, Konotasi, Mitos

| Makna Denotasi | Makna Konotasi |
|---|---|
| Orangtua yang memberikan kejutan hadiah kepada anaknya karena anaknya berhasil mendapatkan peringkat satu di kelas. Memberikan hadiah kepada anak merupakan salah satu faktor dukungan yang diberikan kepada anak. Dari | Dukungan orangtua kepada anaknya karena anaknya berhasil mendapatkan peringkat satu dikelasnya. Banyak faktor dukungan kepada anak, mulai dari dukungan moral, materi dan sebagainya. |

scene tersebut anak akan merasakan kebahagiaan karena hadiah yang diberikan oleh orangtua. Hal tersebut menunjukkan perhatian orangtua kepada anak demi kebaikan anak.

Mitos

Salah satu kebahagiaan seorang anak bisa mendapatkan perhatian dan dukungan dari orangtuanya. Namun setiap orangtua memiliki cara-cara berbeda dalam mendukung seorang anak. Adapun caranya seperti dukungan secara verbal, dukungan seperti memberikan barang yang disukai anak dan sebagainya.

Tabel 4. 3 Penanda dan Pertanda Scene 2

| PENANDA | PETANDA |
|---|--|
|  | <p>Pada scene ini menunjukkan bahwa Arin mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari sosial media. Scene ini juga menampilkan dukungan teman-teman Arin</p> |
| <p>Gambar 4.2 Momen Arin Mendapatkan Dukungan Dari Teman-Temannya Sumber : Youtube Kemdikbud RI di Menit 4:48 s/d 4:59.</p> | <p>mengenai hal yang tidak menyenangkan itu.</p> |
| <p>Pak Guru: hallo semuanya, tolong konsentrasinya jangan main</p> | |

handphone (nada tinggi)

Arin : (sambil melihat handphone)

Pak Guru : Kenapa kalian main handphone
di pelajaran saya ?, hey tolong
konsentrasi di pelajaran saya ,
jangan main handphone terus
(nada tinggi)

Tabel 4. 4 Denotasi,Konotasi,Mitos

| Makna Denotasi | Makna Konotasi |
|---|--|
| <p>Arin mendapatkan perlakuan hal yang tidak baik melalui media sosial dan membuatnya emosi akibat peristiwa tersebut. Zaman sekarang, bullying tidak hanya dilakukan melalui proses langsung, namun juga bisa melalui media sosial. Bullying melalui media sosial sudah sering ditemukan. Namun banyak orang yang hanya berdiam diri dan tidak dapat dukungan apa-apa dari orang sekitar. Maka itu sebaiknya, kita harus memberhentikan kasus bullying melalui media sosial seperti ini.</p> | <p>Arin mendapatkan dukungan dari teman-teman sekolahnya untuk <i>stop bullying</i> Arin sehingga Arin merasa sedikit tenang karena dukungan dari teman-temannya. Banyak orang yang tidak seberuntung Arin, karena arin masih mendapat teman-teman yang baik dan bijak, yang bisa memberikan dukungan kepadanya. Namun sebaliknya banyak korban bully yang disalahkan tanpa alasan yang logis. Dalam situasi seperti ini, dukungan seorang teman sangat dibutuhkan untuk</p> |

kita bisa tetap percaya diri dan terus melanjutkan kehidupan yang lebih baik.

Mitos

Dalam hal ini menunjukkan bahwa di zaman sekarang para masyarakat bijak dalam menanggapi sebuah hal yang tidak baik. Lalu dimana teman jarang membela korban bully, malah sebaliknya teman sering menyalahkan korban bully. Sehingga kita sulit menemukan teman seperti yang ada di sekitar arin.

Tabel 4. 5 Penanda dan Pertanda Scene 3

| PENANDA | PETANDA |
|---|---|
|  <p>Gambar 4.3 Momen Pak Guru Memberikan Dukungan Kepada Bunga Sumber : Youtube Kemdikbud RI 8:57 s/d 9:22</p> <p>Pak Guru : Belajar itu sudah banyak cara, anak gak usah di paksa, belajar kelompok saja sudah lebih baik</p> | <p>Pada scene ini menunjukkan bahwa Pak Guru meminta Bunga untuk mengakui perbuatannya kepada Arin. Serta di nscene ini juga Pak Guru memberikan solusi dan nasehat agar Bunga tidak mengulangi kesalahannya. Pak Guru juga memberikan masukan kepada ibu Bunga agar ibunya tidak memaksa hal yang tidak disukai anaknya.</p> |

bu, dengan begitu antar teman bisa saling bantu, dan anak juga harus dibebaskan untuk memanfaatkan waktunya. Kamu bunga mau olahraga ? boleh , tapi disiplin waktu belajarnya

Bunga : Tapi teman-teman sudah memusuhi saya pak, mereka sudah nmelawan saya

Pak Guru : Tidak bunga , yang mereka lawan itu akun palsu. Kamu kan harus tampil memakai akun asli kamu yang seharusnya disenangi banyak teman

Dara : Maafin aku ya bunga, aku bukannya pengen ngadu tapi masalah ini harus cepat diselesaikan

Pak Guru : Betul dara, tidak ada lagi tuh perundungan sesama teman , apalagi sekelas, ingat ya kita itu ibarat keluarga

Bunga : Iya pak, saya salah. Maafin saya ya pak, saya malu

Tabel 4. 6 Denotasi, Konotasi, Mitos

| Makna Denotasi | Makna Konotasi |
|---|---|
| <p>Pak Guru memberikan nasehat dan masukan kepada Bunga atas perbuatannya serta memberikan dukungan agar Bunga tidak mengulangi kesalahannya. Selain orangtua, guru merupakan orang yang mulia di sekolah. Guru juga bisa menyelesaikan masalah murid-muridnya. Guru menjadi penengah dan menjadi orang yang harus di tiru oleh muridnya.</p> | <p>Bunga mengakui kesalahan yang dilakukan dan merasa menyesal atas perbuatannya. Ia juga meminta maaf kepada semua teman yang dirugikan. Mengakui kesalahan bukanlah hal yang mudah, dalam hidup kita harus selalu mengakui kesalahan dan meminta maaf jika kita salah. Mulailah dari sekarang untuk selalu menerapkan ucapan meminta maaf kepada seseorang. Bunga juga memiliki alasan untuk melakukan hal itu, namun tidak ada alasan untuk melakukan hal yang tidak baik.</p> |
| Mitos | |
| <p>Tidak semua guru memiliki rasa tanggungjawab dan empati yang besar terhadap kondisi murid-muridnya. Tidak semua orang juga bisa mengakui kesalahannya dan meminta maaf atas perbuatannya. Mulailah untuk berpedoman untuk mengakui kesalahan dan meminta maaf jika iu diperlukan.</p> | |

Tabel 4. 7 Penanda dan Pertanda Scene 4

| PENANDA | PERTANDA |
|--|---|
|  <p data-bbox="301 768 858 913">Gambar 4. 4 Momen Arin Memberikan Dukungan Kepada Bunga Sumber : Youtube Kemdikbud RI di Menit 10:12 s/d 10:50</p> <p data-bbox="301 954 874 1653">Arin : Saya sudah tau semuanya kok, saya juga gak marah kepada bunga karena saya yakin bunga melakukan itu karen ada alasannya dan saya akan tetap bersahabat kepada siapapun termaksud sama bunga. Saya percaya kalau kita tetap bersahabat terus ada masalah itu kita bisa melakukan dan melewatinya dengan baik. Bunga kita tetap berteman yah</p> <p data-bbox="301 1688 817 1798">Bunga : Maafin aku ya arin, maafin aku juga semuanya. Terimakasih</p> | <p data-bbox="895 443 1372 1137">Dari scene tersebut menandakan bahwa Arin tidak membesar-besarkan masalah yang dihadapinya, malah memberi dukungan untuk bunga agar bunga tidak mengulangi perbuatannya itu lagi. Sifat yang saling memaafkan yang dimiliki Arin patut kita contoh dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.</p> |

Tabel 4. 8 Denotasi,Konotasi,Mitos

| Makna Denotasi | Makna Konotasi |
|---|---|
| <p>Arin memaafkan segala sesuatu yang dilakukan bunga kepadanya. Memaafkan merupakan suatu hal yang sulit bagi kita yang tidak membiasakannya, maka dari itu terbiasa lah untuk selalu memaafkan orang lain. Karena hal yang terbiasa akan menjadi baik untuk kedepannya. Mulailah untuk bersikap ikhlas menerima apapun cobaan yang diberikan kepada kita. Setiap apapun hal yang baik lakukan, kita akan menerima hal baik itu juga dikemudian hari. Saling memaafkan adalah salah kunci hidup bahagia dalam hidup.</p> | <p>Arin melupakan semua yang dilakukan oleh bunga kepadanya dan memberikan dukungan agar bunga tidak melakukan lagi kesalahan seperti sebelumnya. Melupakan kesalahan orang lain bukanlah hal yang mudah dalam hidup. Namun, kesalahan orang lain bisa mendapatkan pelajaran bagi kita untuk mengetahui bagaimana cara menyelesaikan masalah dan cara menghindari masalah tersebut. Memberikan dukungan kepada pelaku bisa saja menjadikan pelaku merasa masih ada yang peduli kepadanya dan ia tidak mengulangi kesalahannya lagi.</p> |
| Mitos | |
| <p>Tidak semua orang bisa memaafkan kesalahan yang dilakukan oleh orang lain terutama seperti bullying di sosial media tersebut. Kita sebagai manusia sebaiknya bisa menerima kesalahan orang tersebut dan belajar menjadi baik juga dari kesalahan seseorang tersebut.</p> | |

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dilakukan peneliti mengenai “Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, maka bisa disimpulkan bahwa:

1. Iklan Layanan Masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” memiliki nilai kepedulian yang cukup baik mengenai semua dukungan, berawal dari dukungan orangtua Arin yang memberikan ia hadiah akibat berhasil meraih peringkat satu di kelas, lalu dukungan teman-teman Arin karena ia di bully di sosial media. Tidak hanya itu, sang pembully juga Bunga mendapatkan dukungan dari pak guru agar ia tidak mengulangi perbuatannya lagi dan memberikan nasehat kepada Bunga dan dukungan yang diberikan Arin kepada Bunga karena Arin tahu Bunga melakukan kesalahan ini karena tidak mendapat dukungan dari orangtua seperti yang Bunga inginkan.

2. Iklan Layanan Masyarakat “Dukungan Kecil Yang Berarti” secara tidak langsung menggambarkan pentingnya sebuah dukungan yang didapat setiap orang. Sekecil apapun dukungannya dapat membuat hidup lebih berarti, serta dapat membuat kita lebih maju dan merasa kita dihargai di dunia ini. Dalam iklan ini juga menggambarkan nilai pertemanan yang baik, kasih sayang dan saling

memaafkan dari sebuah kehidupan. Iklan ini juga bercerita, dimana teman itu seharusnya jadi pembela bukan hanya jadi pengamat bagi korban *cyberbullying*.

5.2 Saran

1. Diharapkan kepada tim produksi youtube Kemdikbud RI agar melengkapkan profil para pemain, sutradara, produser dan sebagainya. Kemdikbud RI juga agar lebih banyak untuk membuat iklan masyarakat yang sering terjadi di kehidupan sehari-hari agar masyarakat dapat mengambil setiap pelajaran yang ada di dalam iklan layanan masyarakat Kemdikbud RI
2. Bagi peneliti kedepannya diharapkan agar selalu lebih cermat lagi dalam memperhatikan dan melakukan sebuah penelitian dan mengupas lebih jauh lagi iklan layanan masyarakat tersebut. Diharapkan kepada peneliti juga selalu membrikan sebuah dukungan kepada keluarga dan teman-teman. Peneliti juga bisa memberikan pelajaran kepada banyak orang yang merendahkan sebuah dukungan tersebut, serta peneliti bisa menyuarakan agar orang yang ada diluar sana agar selalu memberikan dukungan yang baik kepada para kerabatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Astuti, P. I., Wijayava, R., & Giyatmi, G. (2020). Kontribusi Teori Skopos dalam Penerjemahan Iklan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1(1), 253–260. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/semnas2020/article/view/7563>
- Bahy, A. Y. H. (2016). *Pemaknaan Supporter Arema Terhadap Fanatisme Film “Green Street Hooligan” (Studi Resepsi Pada Aremania Casual Terrace)* [Undergraduate (S1) thesis, University of Muhammadiyah Malang.]. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/45861>
- Bawono, Y., Rohmah, N., & Qorrin, R. (2021). *Psikologi Parenting*. Yogyakarta : Percetakan Bintang.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kusuma, P. K., & Nurhayati, I. (2017). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Ritual Otonan Di Bali. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 195-217.
- Lantowa, J., Rahayu, M., & Khairussibyan. (2017). *Semiotika, Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Interaksi UMSU*, 1(3), 17–42. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/877>
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja , Rosdakarya.
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183. <http://journal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/1202>
- Pratiwi, N. I., & Wedananta, K. A. (2019). Komunikasi Interpersonal Dalam Kelompok Mahasiswa Mengenai Gaya Psychedelic Di Bali. *Jurnal Ilmiah*

- Dinamika Sosial*, 3(1), 37. <https://doi.org/10.38043/jids.v3i1.1732>
- Saepudin, A. (2019). Implementasi Pendidikan Sepanjang Hayat Pada Institusi Keluarga. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 53(9), 1689–1699.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152–162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Saskara, I. P. A. (2021). *Buku Ajar - Media Periklanan Berbasis Implementasi*. Denpasar : Swasta Nulus.
- Sinaga, C. N. A. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–16. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/875>
- Sobur, A. (2017). *Semiotika komunikasi*. Jakarta: Remaja Karya.
- Sukmana, U. (2017). *Peran Rubrik Persib Mania Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pada Koran Harian Tribun Jabar Bandung* [Skripsi(S1) thesis. Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/28874/>
- Yonatan. (2011). *Kajian Pemilihan Surat Kabar Sebagai Media Periklanan Dengan Analisis Ccream* [S1 thesis, UAJY]. <http://e-journal.uajy.ac.id/1577/>



MSU

terpercaya
Surat ini agar disebutkan
tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 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.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

Medan, 31 Maret 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : MUSBAR AFRIADI
N P M : 1803110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 142 sks, IP Kumulatif 3,74

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|--|-------------|
| 1 | Makan pesan iklan " Dukungan Kecil Yang Berarti " dalam mempengaruhi pola pikir orangtua di Kota Padangsidempuan | |
| 2 | Analisis Semiotika makna kekerasan seksual pada iklan Kemendikbud R-E. " Jangan menyalahkan korban " | |
| 3 | Efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram " Folkative " dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) 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.

114.311.18

Medan, tgl. 05 April2022

Ketua,

Achyar Anshori, M. I. Kom
NIDN: 0127048401

Pemohon

(MUSBAR AFRIADI)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

(Dr. Paldianto, M.Si)



MSU

Terpercaya | Terpercaya

Surat ini agar disebutkan penggalnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
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-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 489/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **31 Maret 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUSBAR AFRIADI**
N P M : 1803110034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "DUKUNGAN KECIL YANG BERARTI"**

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO., M.Si.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 114.18.311 tahun 2022.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 31 Maret 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 17 Dzulqaidah 1443 H
17 Juni 2022 M



DR. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

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





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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Sk-3

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 19 Mei 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : MUSBAR AFRADI
N P M : 180311003A
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 1231./SK/II.3/UMSU-03/F/20.22 tanggal 19 Mei 2022 dengan judul sebagai berikut :

MAKNA PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
" DUKUNGAN KECIL YANG BERARTI "

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :
Pembimbing

(.....)

Pemohon,

Musbar Afradi
(MUSBAR AFRADI)



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 735/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 03 Juni 2022
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, s.Sos., M.I.Kom.**

| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PENBIMBING | JUDUL PROPOSAL SKRIPSI |
|-----|-----------------------|-----------------------|--|---|---|
| 6 | KUSHADILA ANANDARI | 1803110059 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom. | ANALISIS PESAN VIDEO 'FARMTRIP NIAS' DALAM MEMROMOSIKAN OBJEK WISATA SUMATERA UTARA DI AKUN INSTAGRAM DISBUDPARSU |
| 7 | SITI NURHALIZAH | 1803110047 | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom. | MEDIA KOMUNIKASI USAHA MIKRO KECIL DAN WENEGAH RAHMAT SUKA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN |
| 8 | MUSBAR AFARIADI | 1803110034 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Asoc. Prof. Dr. RUDANTO, M.Si | MAKNA PESAN IKLAN 'DUKUNGAN KECIL YANG BERARTI' DALAM MENPENGARUHI POLA PIKIR ORANGTUA DI KOTA PADANGSIDEMPUAN |
| 9 | NURSIDI BAGAS SAPUTRA | 1803110252 | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom. | MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN FATAHILLAH GINTING PHOTOGRAPHY DALAM MEMPERTAHKAN EKSTENSISI DI MASA PANDEMI COVID-19 |
| 10 | LITHIA LUTFI WIDARI | 1803110112 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Sos., M.A | ANALISIS NASKAH SKENARIO DRAMA BRANDAN BUMI HANGUS DALAM MENGGAMBARAN KISAH PERJUANGAN MASYARAKAT KOTA PANGKALAN BRANDAN |

Mecan, 30 Sivanal, 1443.H
14 Mei 2022 M



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.S.P.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Menjawab surat ini agar disebutkan dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Musbar Afriadi
N P M : 1803110034
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Makna Pesan Iklan Layanan Masyarakat " Dukungan Kecil Yang Berarti "

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----|------------|---------------------------------|------------------|
| 1 | 31/03/2022 | Bimbingan Proposal 1 | A |
| 2 | 13/04/2022 | Bimbingan Proposal 2 | A |
| 3 | 22/04/2022 | Bimbingan Proposal 3 | A |
| 4 | 17/05/2022 | Acc Proposal | A |
| 5 | 13/06/2022 | Bimbingan Skripsi I | A |
| 6 | 20/06/2022 | Bimbingan Skripsi II | A |
| 7 | 23/06/2022 | Bimbingan Skripsi III | A |
| 8 | 25/06/2022 | Acc Skripsi / Sidang Maja Hujan | A |

Medan, ..25 Juni.....2022..

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

(.....)
Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.P.

(.....)
Arhyar Anshori, S.Sos., M. Kom

(.....)
Assoc. Prof. Dr. RUDRANTO