

**MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BIJAK
BERMEDIA” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES
SANDERS PEIRCE)**

SKRIPSI

Oleh:

ANDINI RIZKY PRATIWI
NPM: 2003110227

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI BROADCASTING**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2024

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Andini Rizky Pratiwi
NPM : 2003110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, tanggal : Rabu, 22 Mei 2024
Waktu : Pukul 08:00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

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

PENGUJI II : H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.

(.....)

(.....)

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

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

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



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

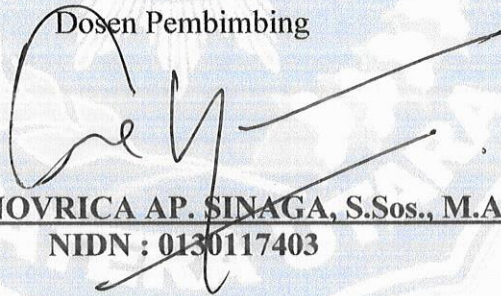
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **ANDINI RIZKY PRATIWI**
N.P.M : 2003110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BIJAK BERMEDIA” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)**

Medan, 03 Mei 2024

Dosen Pembimbing



CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.
NIDN : 0130117403

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan,



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

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Andini Rizky Pratiwi** NPM 2003110227, 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 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. 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.

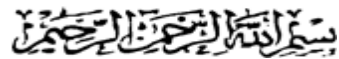
Medan, 22 Mei 2024

Yang Menyatakan,



Andini Rizky Pratiwi

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur dipanjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan karunia-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BIJAK BERMEDIA” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna baik dalam segi penulisan maupun analisis data. Meskipun demikian penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, Ayahanda **Mas Anteng** dan Ibunda **Herniwati Zalukhu** yang telah memberikan do'a, kasih sayang serta dukungan yang tiada hentinya sehingga penulis mampu menghadapi segala kesulitan dan hambatan yang ada hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis berharap dengan selesainya skripsi ini dapat menjadi bentuk penghormatan atas perjuangan dan kasih sayang yang telah diberikan.

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 Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh Siregar, S.Sos.,MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.Ikom., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Ibu Dr. Yurisna Tanjung, M.AP., 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, S.Sos., M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Ibu Corry Novrica AP Sinaga, S.Sos, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mencurahkan ilmu, meluangkan waktu, tenaga dan memberikan arahan kepada penulis hingga terselesaikanya skripsi ini.

8. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh keluarga tersayang dan orang-orang tersayang yang senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk kak Fani, kak Nilam, kak Sonya, kak Nisa, dan Fira yang menjadi anggota grup Power Rangers, terima kasih selalu mensupport untuk mengerjakan skripsi dan selesai pada waktunya.
11. Indah, Nisa, Azura, Rachmad dan para penghuni jamilah grup yang selalu saling mengingatkan dan mensupport selama masa perkuliahan.
12. Untuk seluruh anggota LPM Teropong UMSU terutama BPH dan Divisi Umum saya yang selama ini telah memberikan support dalam mengerjakan skripsi dan selesai pada waktunya.

Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, Mei 2024

ANDINI RIZKY PRATIWI
NPM : 2003110227

**MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN
LAYANAN MASYARAKAT “BIJAK BERMEDIA”
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

ANDINI RIZKY PRATIWI

2003110227

ABSTRAK

Bullying merupakan tindakan yang mengganggu mengusik ataupun menyakiti seseorang baik itu secara fisik ataupun psikis, verbal maupun non-verbal. Perilaku ini sering terjadi secara berulang-ulang dan dalam waktu yang lama. Seseorang yang menjadi korban bullying memiliki risiko yang besar dalam masalah kesehatan dan yang paling sering di jumpai ialah masalah mental. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda semiotika pada simbol, ikon dan indeks tentang bullying dalam iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia” dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Penelitian ini diteliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana deskriptif kualitatif ialah cara mengungkapkan fenomena, menjelaskan, memahami gejala dengan memusatkan perhatian dan menggambarkannya menggunakan kata-kata dengan hasil penelitian kualitatif deskriptif ini akan lebih mendalam dengan suatu peristiwa, fenomena, ataupun gejala. Hasil penelitian ini dalam Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia” yang terdiri dari 4 scene yang telah di analisis, yakni kontak verbal secara langsung, mengintimidasi pelaku bullying, perilaku non-verbal langsung menampilkan ekspresi muka, cyberbullying tindakan menyakiti orang lain dengan sarana media elektronik.

Kata Kunci : Bullying, Iklan Layanan Masyarakat, Semiotika

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
URAIAN TEORITIS	12
2.1 Uraian Teoritis	12
2.1.1 Bullying	12
2.1.2 Media Sosial	18
2.1.3 Semiotika Charles Sanders Pierce	19
2.1.4 Iklan Layanan Masyarakat	21
BAB III	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Kerangka Konsep	25
3.3 Definisi Konsep	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data	26
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	27
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Profil Iklan dan Perusahaan	28

4.1.2 Analisis Data Menolak Perilaku Bullying Dalam Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)	32
4.2 Pembahasan	34
BAB V	42
PENUTUP	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Analisis Data	32
Tabel 4.2 Analisis Data	33
Tabel 4.3 Analisis Data	34
Tabel 4.4 Analisis Data	34
Tabel 4.5 Pembahasan Scene 1	35
Tabel 4.6 Pembahasan Scene 2	36
Tabel 4.7 Pembahasan Scene 3	38
Tabel 4.8 Pembahasan Scene 4	39

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Hubungan triadic semiotika Peirce	20
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	25
Gambar 4.1 Pemeran Iklan.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media Sosial sekarang bagaikan kebutuhan sehari-hari manusia, layaknya makanan. Platform ini secara tidak disadari sudah jadi dunia kedua sebagai tempat berbagi kegiatan sehari-hari dan ruang curhat diri. Media Sosial juga kadang berfungsi untuk tempat kita menjalin komunikasi, berdebat, hingga membangun citra diri.

Masifnya pengguna media sosial khususnya di Indonesia tercatat dalam data dari Global Digital Report, yang merangkum bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 132 juta orang dan bertambah tiap tahunnya.

Gadget merupakan alat yang mempermudah melakukan komunikasi antar seseorang dapat dilakukan di media sosial seperti instagram, tiktok, twitter, facebook, dll. Sehingga media sosial ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Berkat media sosial ini semua orang dapat mengekspresikan dirinya di depan umum. Sekarang ini penggunaan media sosial terkadang lebih banyak hal negatif dan bisa membahayakan diri sendiri, seperti halnya orang-orang yang belum saling kenal dapat memberikan dampak negatif jika penggunaan media sosial tidak mengikuti etika dalam bermedia sosial.

Media sosial adalah media yang berupa situs dan/atau aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunanya saling terhubung dengan siapa pun, baik orang-orang terdekat, maupun orang asing yang tidak dikenal sebelumnya.

Karena media sosial bisa terhubung dengan siapa pun, kalian juga harus memerhatikan etika ketika berselancar di berbagai platform media sosial tersebut. Contohnya adalah menghindari memulai konflik dengan orang lain, memberi komentar tercela, ataupun bersikap terlalu ekstrem mengenai sebuah hal di media sosial.

Selain menghindari hal-hal tersebut, kalian bisa memanfaatkan media sosial menjadi sebuah hal yang positif. Misalnya mencari informasi yang bermanfaat, menambah teman dan kenalan baru, melakukan diskusi dengan orang lain, atau membagikan hal-hal positif dan bermanfaat bagi orang banyak.

Kalian juga harus memperhatikan risiko dan konsekuensi jika melakukan hal-hal yang negatif di media sosial. Pasalnya, pemerintah telah menerbitkan Undang-undang No. 19 tahun 2018 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur penggunaan internet yang baik dan benar.

Setelah bijak dalam bersosial media, kalian dapat memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyalurkan bakat dan juga kreativitas yang kalian miliki. Karya kreatif yang ditunjukkan dalam media sosial dapat berupa video,

tulisan, cerita, gambar, dan lain-lain. Kreativitas yang kamu bagikan melalui media sosial haruslah memiliki nilai tambah agar kamu bisa dikenal oleh banyak orang dan mungkin bisa mendapat keuntungan finansial dari media sosial tersebut.

Bullying merupakan tindakan yang mengganggu mengusik ataupun menyakiti seseorang baik itu secara fisik ataupun psikis, verbal maupun non-verbal. Perilaku ini sering terjadi secara berulang-ulang dan dalam waktu yang lama. Seseorang yang menjadi korban bullying memiliki risiko yang besar dalam masalah kesehatan dan yang paling sering di jumpai ialah masalah mental.

Perilaku bullying dimasa ini sangat marak, tidak hanya di kalangan anak sekolahan, kasus bullying ini juga masih kerap terjadi di lingkungan perguruan tinggi. Tidak sedikit mahasiswa yang melakukan tindakan bunuh diri akibat perilaku bullying yang mereka terima.

Bullying tidak hanya terjadi pada kalangan siswa-siswi sekolah dasar hingga menengah. Dikalangan mahasiswa juga yang secara umum berada dalam rentang usia 18 hingga 25 tidak bisa terhindar dari permasalahan bullying ini, yang dimana seharusnya pada usia tersebut mahasiswa lebih fokus pada tugas-tugas akademiknya.

Seperti yang terjadi pada Oktober 2023 silam di salah satu universitas di Makassar, dalam sebuah video viral di media social tengah memperlihatkan aksi bullying kepada mahasiswa baru. Mahasiswa baru tersebut dikeroyok oleh sejumlah orang di dalam kampus tersebut.

Dari data yang dibuat oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) dan federasi Serikat Guru Indonesia (FSGI) menunjukkan bahwa kasus bullying masih menjadi terror bagi anak-anak dalam lingkungan sekolah. Dari data tersebut diketahui bahwa telah tercatat sebanyak 226 kasus bullying yang terjadi pada tahun 2022, 53 kasus pada 2021, dan 119 kasus pada 2020. Untuk jenis bullying yang sering terjadi ialah bullying secara fisik (55,5%), verbal (29,3%), dan psikologis (15,2%).

Perilaku bullying tidak hanya terjadi didunia nyata, dalam dunia maya juga terjadi perilaku bullying, ini disebut dengan *cyberbullying*. Salah satu kasus *cyberbullying* yang sempat ramai pada 2023 lalu ialah saat seorang selebgram asal Probolinggo melakukan kekerasan verbal di media social kepada seorang murid yang sedang melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Dengan adanya kejadian tersebut, korban menyatakan akan berhenti mengikuti PKL dikarenakan korban merasa malu kepada teman-temannya setelah kasus itu ramai di social media. Sebuah studi tentang cyberbullying dan self esteem melaporkan bahwa remaja yang menggunakan internet adalah remaja yang dominan dan memiliki kebutuhan yang kuat untuk mendominasi dan mengendalikan pelaku intimidasi. Seorang remaja hanya memikirkan

kepuasan dirinya setelah terpapar internet dibandingkan dengan orang lain dan sering menganggap orang lain tidak ada artinya.

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat 49% dari 5.900 responden yang menjadi korban dari *cyberbullying*. tingginya angka dalam kasus ini disebabkan oleh meningkatnya konsumsi penggunaan internet pada anak-anak dan kurangnya pengawasan dari orang tua.

Berdasarkan laporan survey yang di lakukan oleh United Nations International Children's Emergency Fund (UNICEF) dalam The Changing Childhood Project menunjukkan bahwa 77% anak muda telah menggunakan internet setiap hari, dan rata-rata anak muda cenderung mengandalkan sumber online sebagai media untuk mendapatkan informasi. Risiko serius yang harus dihadapi saat anak muda membuka media online ialah adanya perundungan atau ujaran kebencian sebanyak 79%.

Dengan banyaknya tindakan bullying yang merugikan orang lain, orang-orang mulai melakukan penyebaran informasi untuk berhenti melakukan tindakan bullying melalui iklan stop bullying. Salah satunya ialah iklan “Bijak Bermedia” yang di produksi oleh Eagle Production.

Dalam dunia digital, iklan dapat dipilih melalui beragam macam kanal, dan dalam beberapa tahun terakhir iklan di media social cukup banyak, salah satunya Youtube. Saat ini Youtube menjadi salah satu platform yang paling

ampuh dalam mempromosikan iklan dibandingkan media lain (Sinaga et al., 2020).

Studi eMarketer tahun 2013 menemukan bahwa pangsa pasar Google turun dari 33,6 persen pada tahun 2014 menjadi 31,1 persen. Sementara itu, pangsa iklan online Facebook turun dari 5,8 persen pada tahun 2013 menjadi 7,8 persen pada tahun 2014. Periklanan tradisional dan media sosial sedang meningkat. Bersikaplah sangat profesional karena dapat meningkatkan traffic dan penjualan. Bahkan pemasaran dan media sosial memberikan nilai yang bertahan lama.

Di dunia global, pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai saluran. Salah satunya adalah Facebook, YouTube, Twitter dll. Ini adalah iklan atau spanduk yang muncul kemudian di saluran media sosial. Selama bertahun-tahun, pemasaran media sosial telah banyak digunakan oleh berbagai merek. Misalnya YouTube saat ini menjadi salah satu saluran periklanan yang paling efektif dibandingkan media televisi.

Kreativitas dalam beriklan sangat bermanfaat dan mempengaruhi keberhasilan periklanan dalam memenangkan pasar dan merebut hati konsumen. Format yang paling cocok adalah iklan perusahaan. Iklan komersial ini dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial karena iklan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan. Ada tiga jenis pemasaran: pemasaran konsumen, pemasaran profesional, dan pemasaran bisnis.

Langkah ini paling baik bila dilakukan oleh pemilik usaha kecil atau bisnis rumahan. Biasanya perusahaan ini masih dalam tahap mendirikan dan mengembangkan usahanya dengan modal yang besar. Jadi iklan media sosial menjadi pilihan utama untuk memasarkan dan mempromosikan bisnis. Hal ini dapat dilakukan secara mandiri dengan perangkat yang sudah ada seperti ponsel berbasis Android atau iOS yang kini dimiliki oleh masyarakat luas.

Menurut John Fiske representasi dalam iklan atau film merupakan tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, editing, musik dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas yang dinyatakan. Representasi bekerja melalui sistem yang terdiri dari dua komponen, yakni konsep dalam pikiran dan bahasa yang saling berhubungan (Izza & Wahyuningsih, 2023, p. 5).

Dengan ini peneliti akan melakukan penelitian terhadap iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia” pada media Youtube dengan metode kualitatif deskriptif analisis konten menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

Adapun peneliti temukan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang akan diteliti oleh Widyawati Mp yang berjudul “Cyberbullying Di Media Sosial Youtube (Analisis Interaksi Sosial Laurentius Rando Terhadap Haters)”. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui interaksi sosial Laurentius Rando terhadap haters dalam video “Baca Comment Hate” di channel YouTube-nya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial Laurentius Rando terhadap haters dalam video “Baca Comment Hate” terjadi karena beberapa faktor pendorong dan juga bentuk dari interaksi sosial, serta beberapa masalah yang menjadi penyebab haters melakukan cyberbullying terhadapnya dan sebab Laurentius Rando memiliki tingkah laku tertentu yang dikemukakan oleh Fritz Heider. Implikasi dari penelitian ini sebagai masukan YouTuber dalam meningkatkan kreatifitas dalam membuat video dengan konten-konten yang lebih membangun motivasi. Setiap YouTubers punya caranya masing-masing untuk menarik penonton dan pelanggan. Tapi yang harus diperhatikan oleh YouTubers adalah konsisten. Konsisten terus membuat konten di YouTube, juga konsisten menjaga sikap dalam berkarya dengan tidak meniru konten dari sumber lain ataupun menjatuhkan YouTubers lain dan selalu bersikap ramah dalam menanggapi komentar. Dan, faktor penyebab yang dapat menimbulkan tindakan cyberbullying dapat menjadi pembelajaran bagi semua kalangan pengguna media sosial agar lebih berhati-hati dan bijak dalam berinteraksi di dunia maya demi meminimalisir tindakan cyberbullying kedepannya(Mp, 2017).

Penelitian kedua yaitu penelitian yang diteliti oleh Muhammad Alam Akbar dan Prahastiwi Utari dengan judul “Cyberbullying Pada Media Sosial (Studi Analisis Isi Tentang Cyberbullying Pada Remaja di Facebook)”. Pada penelitian ini penulis membahas tentang bagaimana cyberbullying pada remaja di media sosial Facebook, kajian penelitiannya adalah karakteristik pelaku, korban, dan pesan di akun-akun Facebook yang mengalami cyberbullying.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dan metode analisis isi. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui media sosial Facebook dengan orang-orang yang terkoneksi dengan peneliti. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling sebagai acuan sampel penelitian. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa remaja yang berperan sebagai pelaku cyberbullying di media sosial Facebook memiliki karakteristik agresif dan intimidatif. Berdasarkan hasil telaah terhadap hasil penelitian terdahulu, penyusun membuat tabel perbandingan yang relevan dalam hal strategi(Akbar, 2015).

1.2 Pembatasan Masalah

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka pembatasan masalah yang diteliti dibatasi dengan melihat penolakan perilaku bullying pada setiap scene dalam Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia” karya Eagle Production.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang penulis tetapkan ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana menolak perilaku bullying dalam iklan layanan masyarakat menurut Charles Sanders Pierce?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda semiotika pada simbol, ikon dan indeks tentangbullying dalam iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia” dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang yang diperoleh dari penelitian ini ialah :

a. Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, menambah pengetahuan dan pemahaman dalam bidang Ilmu Komunikasi terkhususnya pada bidang analisis semiotika Charles Sanders Peirce mengenai simbol, ikon dan indeks dalam *scene-scene* yang menunjukkan penolakan bullying dalam iklan “Bijak Bermedia”.

b. Praktis

Dengan adanya penelitian, peneliti berharap agar seluruh lapisan masyarakat terutama anak-anak dan remaja lebih bijak dalam menanggapi suatu hal di media social terkhususnya Instagram untuk mengurangi jumlah perundungan yang terjadi secara online.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membuat sistematika penulisan menjadi V (lima) bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, prosedur penelitian, kerangka konsep teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Bijak Bermedia

Bijaksana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai suatu kecakapan seseorang dalam bertindak apabila sedang menghadapi kesulitan. Jadi bijaksana adalah kemampuan seseorang yang cakap dalam menyikapi permasalahan yang terjadi padanya. Manusia bijaksana adalah dia yang cermat dan berhati-hati dalam mengambil keputusan. Dia senantiasa menggunakan akal sehatnya dan memandang dunia dari berbagai sudut pandang (Riyani, 2022).

Bijak dalam bermedia sosial dapat diartikan bagaimana cara kita bertindak dan mengambil keputusan secara tepat dengan baik dalam bersosialisasi dalam dunia maya. cara untuk bermedia sosial yang bijak ialah dengan menghindari pornografi, isu sara dan kekerasan, memperhatikan penggunaan bahasa, tidak mengumbar informasi, memeriksa kebenaran berita hal lainnya juga harus memerhatikan etika ketika berselancar di berbagai *platform* media sosial tersebut (Iswanto et al., 2021).

2.1.2 Bullying

Bullying berasal dari bahasa inggris kata bully artinya suatu kata yang mengacu pada pengertian gertakan, mengertak, atau mengganggu yang mengacu pada pengertian adanya ancaman yang dilakukan seseorang terhadap orang lain

atau pelaku terhadap korban yang menimbulkan gangguan psikis bagi korbannya berupa stres, trauma yang muncul dalam bentuk gangguan fisik, atau psikis atau keduanya, sehingga arti yang lebih luas dari bullying adalah suatu bentuk perilaku yang memberikan kontrol atas tindakan yang berulang untuk mengganggu anak lain yang dianggap lebih lemah dari mereka (Maria Natalia Bete, 2023)

Pembullying yang dilakukan di media social mencakup tindakan-tindakan yang merendahkan, mengintimidasi, ataupun merugikan orang lain secara verbal dan non-verbal atau melalui konten yang menyinggung dan merugikan. Dampak perundungan ini menjadi sebuah urgensi secara individual maupun social (Gultom et al., 2023)

Korban bully biasanya mengalami agitasi, malu dan jengkel yang akibatnya menyebabkan di atur waktunya, mengisolasi diri dari teman-teman mereka, membolos, mengubah kepribadian, sensitiv, melankolis, dan bunuh diri. Pada akhirnya, prestasi korban bullying akan menurun karena kehilangan minat belajar, keengganan untuk ke sekolah, ketidak percayaan diri atas kemampuan dan potensinya (Ismu Sukamto, Achmad Salido, Murjainah, Hatta Yarid, 2023, p. 4).

Penyebab terjadinya perilaku bullying adalah dari penampilan fisik yang dianggap berbeda dengan anak lain yang kurang menarik, memiliki masalah pribadi sehingga mampu mengintimidasi korban, mencari perhatian, kesulitan mengendalikan emosi sehingga menyakiti orang lain, pola asuh dalam keluarga

yang tidak kondusif, riwayat korban kekerasan yang sudah didapatnya, memiliki sifat tempramen, ekspos kekerasan dari media (Sapitri, 2020, pp. 23–27).

Jenis bullying yang disampaikan oleh (Maria Natalia Bete, 2023) menunjukkan bahwa jenis bullying antara lain ialah secara fisik yang dapat berupa memukul, menendang mengambil milik orang lain. Secara verbal, yang dapat berupa mengolok-olok nama peserta didik lain, menghina, mengucapkan kata-kata yang menyingung. Secara tidak langsung seperti menyebarkan cerita bohong, mengucilkan, menjadikan peserta didik tertentu sebagai target humor yang menyakitkan, mengirim pesan pendek surat yang keji.

Secara umum, cyberbullying (bullying dalam media sosial) dapat diartikan sebagai berbagai kejahatan menurut hukum pidana umum di Indonesia yang ditentukan dalam Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP). Ketentuan KUHP tentang pemberantasan kejahatan siber dimuat dalam Bab XVI mengenai Penghinaan, khususnya Pasal 310 ayat (1) dan (2) dan UU ITE pasal 27 ayat (3) UU ITE yang menyatakan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan pencemaran nama baik dan penghinaan.(Imani et al., 2021)

Perilaku agresif remaja juga merupakan salah satu ciri perilaku internet, yang salah satunya disebabkan oleh buruknya komunikasi dan konflik antara

remaja dan orang tuanya (Lascheid 2000, Diana dan Retnowati 2009). Hasil penelitian Diana dan Retnowati (2009) menunjukkan bahwa semakin sedikit komunikasi antara orang tua dan remaja, maka semakin agresif perilaku internet remaja tersebut. Penggunaan internet merupakan hal yang sangat berbahaya yang dihadapi oleh generasi muda saat ini karena pesatnya perkembangan penggunaan teknologi. (Imani et al., 2021)

Bullying (dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai penindasan/risak) merupakan segala bentuk penindasan atau kekerasan yang dilakukan dengan sengaja oleh satu orang atau sekelompok orang yang lebih kuat atau berkuasa terhadap orang lain, dengan tujuan untuk menyakiti dan dilakukan secara terus menerus.

Dalam (Imani et al., 2021) bullying dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori:

- a. Kontak verbal langsung Tindakan mengancam, memermalukan, merendahkan, mengganggu, memberi panggilan nama (name-calling), sarkasme, merendahkan (putdowns), mencela/mengejek, mengintimidasi, memaki, menyebarkan gosip.
- b. Perilaku non-verbal langsung Tindakan melihat dengan sinis, menjulurkan lidah, menampilkan ekspresi muka yang merendahkan, mengejek, atau mengancam; biasanya disertai oleh bullying fisik atau verbal.

- c. Cyberbullying Tindakan menyakiti orang lain dengan sarana media elektronik (rekaman video intimidasi, pencemaran nama baik lewat internet atau media sosial).

Cyberbullying adalah penggunaan teknologi komunikasi modern untuk mempermalukan, menghina, melecehkan atau mengintimidasi orang untuk mengendalikan dan mengendalikan mereka. Menurut Vandebosch dan Van Cleemput, Juvonen dan Gross (dalam Safaria et al., 2016), cyberbullying adalah suatu bentuk intimidasi dan intimidasi melalui dunia sosial atau fisik. Dengan kata lain, cyberbullying adalah perilaku intimidasi yang terjadi secara online.

Menurut Smith (2008), cyberbullying didefinisikan sebagai sekelompok orang atau individu yang menggunakan media elektronik sebagai saluran untuk menampilkan perilaku agresif dan disengaja secara berulang-ulang dan tanpa batasan waktu terhadap korban yang tidak mampu membela diri. Ciri-ciri Cyberbullying Safaria dkk (2016) menjelaskan bahwa cyberbullying pada umumnya memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Cyberbullying yang dilakukan berulang-ulang Cyberbullying biasanya tidak hanya terjadi satu kali, tapi dilakukan berulang-ulang kali, kecuali jika itu adalah ancaman pembunuhan atau ancaman serius terhadap hidup seseorang.
- b. Menyiksa secara psikologis Cyberbullying menimbulkan penyiksaan secara psikologis bagi korbannya. Korban biasanya

mendapat perlakuan seperti difitnah atau digosipkan, penyebaran foto, dan video korban dengan tujuan memermalukan korban.

- c. Cyberbullying dilakukan dengan tujuan Cyberbullying dilakukan karena pelaku memiliki tujuan, seperti untuk memermalukan korban, balas dendam, mengatasi stress dari konflik yang sedang terjadi dan hanya untuk bersenang-senang.
- d. Terjadi di dunia maya Cyberbullying dilakukan dengan menggunakan sarana Teknologi Informasi, seperti jejaring sosial dan pesan teks

Patchin dan Hinduja (2015) memiliki beberapa aspek mengenai cyberbullying, yaitu:

- a. Pengulangan (Repetition) adalah hal yang paling penting pada elemen intimidasi. Pengulangan juga merupakan hal yang mudah dikenali dan sering dilakukan di dunia maya sehingga korban merasa terganggu
- b. Niat atau Maksud (Intention) Niat atau maksud adalah hal yang didefinisikan dalam intimidasi sebagai suatu tindakan yang dilakukan dengan cara disengaja yang dapat menyebabkan kerugian pada seseorang.
- c. Membahayakan (Harm) Membahayakan pada konsep intimidasi ini didefinisikan sebagai hal yang berbahaya sehingga dapat memakan korban terluka dengan cara tertentu. Kerugian dari

konsep membahayakan ini adalah seperti fisik, sosial, psikologis atau perilaku, dan juga emosional.

- d. Ketidakseimbangan kekuatan (Imbalance of Power)
Ketidakseimbangan kekuatan dapat diartikan sebagai pelaku intimidasi memiliki kekuatan sebenarnya atau lebih besar daripada korban.

2.1.3 Media Sosial

(Machyudin & Susri, 2020) menjelaskan bahwa media social adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi dialog (many to many) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten.

Sedangkan menurut (Harnika & Yuniati, 2021) mengatakan bahwa media social mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas informasi yang factual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial yang dapat diperoleh dan di akses melalui sumber-sumber informasi diluar batasan lingkaran kehidupan social konsumen tersebut.

Dari berbagai sumber yang ada (Machyudin & Susri, 2020) mengkategorikan ada pembagian jenis media social diantaranya media jejaring social (social networking), jurnal online (blog), jurnal online sederhana atau microblog (microblogging), media berbagi (media sharing), penanda social (social bookmarking), dan media konten bersama.

2.1.4 Semiotika Charles Sanders Peirce

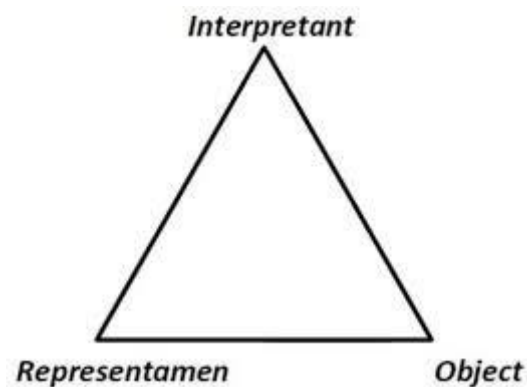
Diungkapkan oleh (Hartono, 2023) metodologi penelitian yang digunakan dalam analisis semiotic adalah interpretative. Semiotika merupakan metode penelitian dengan pendekatan dan studi teks. Dalam memaknai sebuah tanda, diperlukan bahasa dan kode agar dapat dikomunikasikan dan dipahami.

Lebih lanjut (Hartono, 2023) juga menyampaikan bahwa metode semiotika menjadi dasar asumsi dan konsep yang memungkinkan untuk menganalisis system simbolik dengan cara sistematis dan dengan system simbolik dapat dipresentasikan melalui bahasa verbal, kode, dan symbol.

Menurut Peirce, proses semiotika terdiri dari tiga fase yang disebut dengan triad atau segitiga, yang dapat digunakan sebagai pendekatan untuk mempelajari entitas simbolik dalam bentuk karya seni dan desain, termasuk poster. Dari berbagai referensi dan rujukan, salah satunya dalam tulisan Pirian, model triadik Peirce mengidentifikasi tiga unsur utama yang membentuk suatu tanda representamen (sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain) objek (apa yang dihadirkan) dan interpretan (interpretasi seseorang terhadap suatu simbol) (Burhan & Anggapuspa, 2021)

Bagi Peirce tanda merupakan sesuatu yang mewakili seseorang dalam hubungan atau kualitas tertentu. Peirce menyebut bumi sebagai sesuatu yang berfungsi untuk mengoperasikan tanda. Dengan demikian tanda selalu hadir dalam hubungan triadic yaitu representamen, objek dan interpretasi (Hartono, 2023)

Gambar 2.1 Hubungan triadic semiotika Peirce



Sumber : Pateda dalam Sobur, 2013

Semiotika didasarkan pada tiga elemen yang Peirce sebut sebagai teori makna segitiga. Yang pertama adalah tanda itu sendiri, dan dasar adalah sesuatu yang berwujud fisik yang dapat ditangkap oleh indra manusia dan mengacu pada sesuatu selain tanda itu sendiri. Rujukan terhadap tanda ini disebut dengan objek, yang kedua adalah obyek yang menjadi acuan tanda, yang demonstratif adalah acuan tanda atau konteks sosial yang menjadi acuan tanda itu, dan yang ketiga adalah penafsiran. Ia merupakan perantara antara objek dengan konsep pemikiran tanda atau penafsir, yaitu orang yang menggunakan tanda tersebut. dan mereduksi objek yang dirujuk simbol itu menjadi makna atau makna tertentu yang ada dalam pikiran orang tersebut (Saleha & Yuwita, 2023)

Upaya yang dilakukan oleh Peirce untuk mengungkapkan tanda memiliki cara tersendiri meski tidak bisa dibilang sederhana. Peirce membedakan tipe-tipe tanda menjadi ikon, indeks dan simbol yang didasarkan atas relasi diantara representamen dan objeknya

Sementara itu, objek dapat dibagi menjadi ikon, indeks dan symbol. Ikon adalah sebuah tanda yang terdapat hubungan dengan penanda karena suatu kemiripan. Contoh dari ikon adalah foto bayi menjadi penandaan dari sosok bayi sesungguhnya. Indeks adalah hubungan tanda dan acuannya berdasarkan kedekatan eksistensial. Misalnya gambar asap menunjukkan bahwa ada sesuatu yang berasap. Terakhir simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan penanda melalui konvensi atau kesepakatan bersama. Tanda ini cenderung bersifat arbitrary (Siregar & Wulandari, 2020).

2.1.5 Iklan Layanan Masyarakat

Beriklan untuk mengembangkan produk, jasa dan merek sebuah industri, adalah sesuatu yang wajib dilakukan pelaku usaha. Dengan beriklan, secara langsung kita membujuk calon konsumen, untuk membeli produk yang kita hasilkan. Hingga saat ini, iklan adalah langkah yang dinilai paling tepat, akurat dan berdampak luas, sebagai sarana promosi dan pemasaran. Masalahnya, membuat iklan dan meletakkannya di media massa atau media iklan lain, berbiaya sangat besar atau mahal. Inilah yang menjadi kendala pelaku usaha kecil menengah, dalam mengembangkan bisnisnya. Masyarakat atau konsumen saat ini semakin cerdas. Mereka cenderung memilih segala hal yang bersifat simple, murah dan berbasis digital. Hal ini karena kehidupan masyarakat semakin tidak dapat dipisahkan dengan media online. Apalagi dengan menjamurnya smartphone berbasis sistem android dan IOS semakin mempermudah akses internet bagi masyarakat di era modern saat ini. (Sinaga et al., 2020)

Iklan media sosial menjadi incaran para pemilik brand untuk membangun branding dan awareness bagi brand yang mereka miliki. Media sosial dianggap sebagai media paling efektif dalam beriklan. Keberagaman iklan media sosial yang menarik serta mudah dipahami dan unik akan semakin menambah minat konsumen untuk mencari tahu lebih detail tentang produk yang ditawarkan. (Sinaga et al., 2020)

(Sari et al., 2021) menyebutkan bahwa Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ialah sebuah iklan yang digunakan untuk menyebarkan informasi, mengajak dan mendidik masyarakat dengan tujuan bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan social. Yang dimaksud dengan keuntungan social disini ialah dengan bertambahnya informasi, adanya kesadaran sikap, serta perubahan dalam perilaku yang berkaitan dengan pembahasan pada iklan yang dimuat.

Lebih lanjut (Sari et al., 2021) menggambarkan ILM sebagai kampanye social yang berupa anjuran, larangan, hingga ancaman yang ditujukan kepada masyarakat melalui media. Dimana imbauan yang dibuat bersifat persuasive (mempengaruhi).

Iklan melayani banyak tujuan dan banyak pemakaian, dimulai perorangan hingga perusahaan yang besar tidak luput dari pemasangan iklan pada media cetak untuk memperdagangkan produknya kepada masyarakat. Dalam dunia periklanan bahasa yang digunakan ialah bahasa yang singkat,

padat dan jelas, sehingga maksud yang hendak disampaikan dapat diterima oleh pendengar ataupun pembaca iklan.

Iklan saat ini telah merambah ke media social salah satunya ialah Youtube, dan media Youtube memiliki pendapatan utama yang berasal dari iklan. Dengan adanya media Youtube, masyarakat dapat menerima informasi dengan cepat (Hasnur Ruslan & Haslinda, 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini diteliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana deskriptif kualitatif ialah cara mengungkapkan fenomena, menjelaskan, memahami gejala dengan memusatkan perhatian dan menggambarannya menggunakan kata-kata dengan hasil penelitian kualitatif deskriptif ini akan lebih mendalam dengan suatu peristiwa, fenomena, ataupun gejala (Lubis et al., 2021).

Pengumpulan data penelitian dilakukan untuk melengkapi analisis pemutaran iklan dengan observasi yang lebih mendalam (Santoso, 2022). Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian ini mengamati orang dalam suatu lingkungan, berinteraksi dan menafsirkan pendapat mereka tentang dunia sekitar (Harnika & Yuniati, 2021).

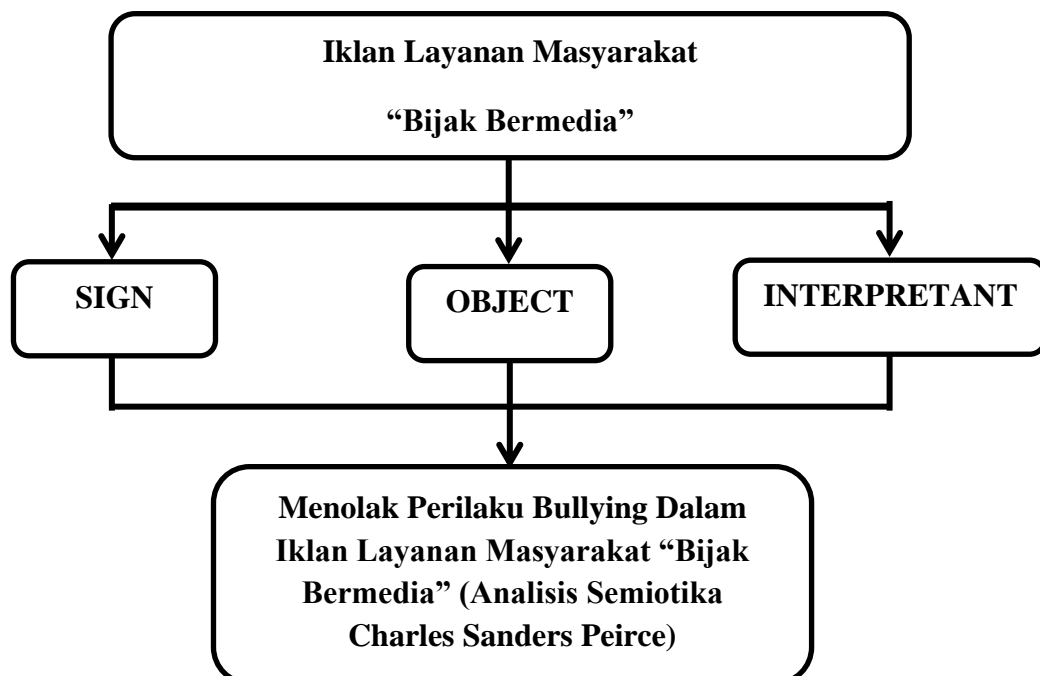
Peneliti menggunakan teori Charles Sanders Peirce dalam penelitian ini, dimana Pierce (Saleha & Yuwita, 2023) membagi tanda berdasarkan objeknya menjadi ikon, indeks, dan symbol. Dalam iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia”, peneliti mengidentifikasi tanda dalam salah satu scene yang menunjukkan aksi menolak tindakan bullying terhadap orang lain melalui suara, gambar, gesture tubuh, dll.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu struktur teori yang didasarkan pada penalaran logis yang menjelaskan kenyataan yang terjadi dan menjelaskan apa yang harus dilakukan apabila ada fakta atau fenomena yang terbaru. Selain itu, kerangka konsep merupakan system yang berhubungan dengan tujuan dan konsep yang bisa menurunkan standar-standar yang konsisten (Wardoyo et al., 2023).

Hadari (2018) menyampaikan bahwa kerangka konsep ialah hasil pemikiran yang rasional dalam menguraikan sebuah rumusan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari masalah yang diuji kebenarannya (Dewi, 2021)

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



3.3 Definisi Konsep

Dalam penelitian ini berfokus pada perilaku yang berhubungan dengan sign, object dan interpretant. Sehingga yang diharapkan pada akhirnya didalam penelitian ini menemukan tanda menolak perilaku bullying pada iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian data ini ialah:

- Observasi (pengamatan), menonton dan mengamati adegan, suara dan gesture yang menunjukkan perilaku menolak bullying dalam iklan “Bijak Bermedia”.
- Dokumentasi, peneliti mengumpulkan data yang dianggap relevan pada objek penelitian agar dapat dijadikan sebagai acuan referensi. Sumber ini meliputi buku, internet, jurnal dan sumber lainnya.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati tanda-tanda yang mengandung perilaku menolak tindakan bullying dalam iklan “Bijak Bermedia”. Pengamatan ini dilakukan dengan menonton iklan melalui platform Youtube dan melakukan tangkapan layar dari scene, suara, serta gesture yang dianggap memiliki tanda ikon, indeks, symbol.

3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari 2024 s/d Mei 2024. Dalam melakukan penelitian ini tidak memiliki lokasi khusus karena ini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja yang bisa mendukung audio visual, dikarenakan objeknya ialah iklan yang dapat ditonton pada platform aplikasi Youtube.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Iklan dan Perusahaan

Pada tahun 2020, sebuah perusahaan produksi bernama Eagle Production lahir dari kemauan dan visi sekelompok mahasiswa. Pada awalnya, perusahaan ini dibuat untuk memenuhi tugas dari sekelompok mahasiswa yang membutuhkan kreativitas dan pemecahan masalah. Para pendirinya memiliki minat yang sama terhadap industri kreatif dan percaya bahwa mereka dapat membuat perbedaan di dunia produktif.

Seiring berjalannya waktu, Eagle Production mulai menarik perhatian penonton dengan kualitas karyanya. Mereka diberikan proyek kecil dan kesempatan untuk menunjukkan kemampuan mereka dalam membuat konten yang menarik dan berkualitas tinggi. Partisipasi aktif dalam proyek-proyek ini memberi tim pengalaman berharga dan memperluas jaringan mereka di industri.

Setelah beberapa waktu, arah Eagle Production mulai berkembang. Mereka tidak hanya ingin menjadi perusahaan yang aktif, tetapi juga biro iklan yang menarik. Untuk mencapai tujuan ini, mereka harus mengatur ulang strukturnya.

Hingga suatu hari Eagle Production memutuskan untuk mengubah namanya menjadi Weagle Project. Nama baru tersebut mencerminkan

semangat dan arah baru perusahaan. "Weagle" menunjukkan semangat kolaborasi dan kerja tim yang kuat, sedangkan "Proyek" menunjukkan keinginan untuk meningkatkan dan menyelesaikan setiap proyek dengan sukses.

Dengan demikian, perjalanan Eagle Production yang dimulai sebagai tugas kuliah telah mengilhami dan membawa mereka menuju keberhasilan yang gemilang sebagai Weagle Project, sebuah agensi iklan yang mampu mengubah paradigma dalam industri kreatif.

Pada tanggal 13 April 2021, kampanye iklan Internet publik mengangkat isu penting tentang penggunaan media sosial yang efektif. Proyek ini diberi nama "Bijak Bermedia" dan diciptakan oleh produser AS Rosyad Yuza, yang memiliki visi kuat untuk mengedukasi masyarakat tentang dampak negatif penyalahgunaan media sosial. Dengan harapan, video ini bisa menjadi sinyal bagi pengguna media sosial untuk lebih berhati-hati dalam berinteraksi online.

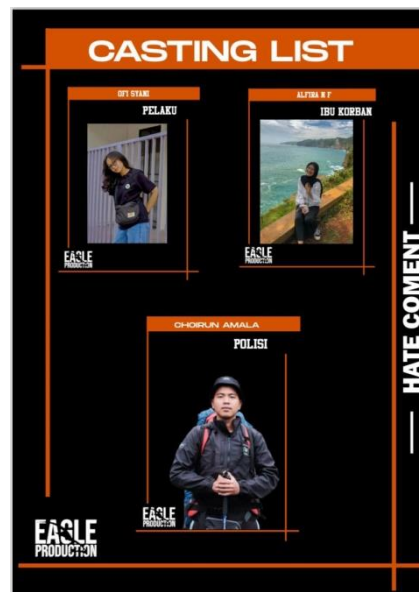
Dalam iklan "Bijak Bermedia", sejumlah talenta terpilih berperan utama dalam menyampaikan pesan yang kuat dan menyentuh hati pemirsa. Ofi Syani dipilih untuk memerankan karakter penindas yang membutuhkan kedalaman emosi dan pemahaman akan konsekuensi dari tindakan tersebut. Dengan kehadirannya yang kuat, Syani mampu mengubah karakternya menjadi representasi grafis dari realitas cyberbullying.

Alfira N.F tampil impresif dalam memerankan ibu korban. Dalam perannya, Alfira berhasil mengungkapkan di media sosial kepedihan dan

ketakutan seorang ibu yang melihat anaknya sebagai korban kekejaman. Melalui gambar wajah dan fisik, Alfira mampu menunjukkan betapa pentingnya peran orang tua dalam membantu anak menghadapi tekanan dunia.

Choirun Amala, yang berperan sebagai petugas polisi dalam iklan ini, menambahkan dimensi lain pada "Kebijaksanaan Media". Sebagai perwakilan penegak hukum, Amala memberikan wewenang dan kepercayaan diri untuk menyampaikan pesan bahwa penggunaan Internet adalah kejahatan serius dan dapat dihukum oleh hukum. Kehadirannya memberikan kebenaran yang kuat dalam menggambarkan pentingnya membuat keputusan yang buruk di media sosial.

Gambar 4.1 Pemeran Iklan



Sumber dari Produser Iklan “Bijak Bermedia”

Dengan penggunaan karakter tersebut, iklan “Bijak Bermedia” bertujuan untuk menyampaikan pesan mendalam kepada penonton tentang pentingnya saling pengertian dan menghargai satu sama lain di internet. Iklan ini bukan hanya untuk tujuan hiburan, namun juga memerlukan observasi dan perubahan perilaku. Pesannya adalah semua tindakan yang diambil di media sosial mempunyai dampak nyata terhadap kehidupan orang lain dan kita semua bertanggung jawab untuk menjaga mereka tetap aman saat online dan didukung oleh.

Menampilkan produser yang berdedikasi untuk menyajikan isu-isu sosial melalui media, “Bijak Bermedia” merupakan salah satu warisan terbaik karya Rosyad Yuza. Visinya untuk menciptakan perubahan positif melalui seni dan media tercermin jelas dalam publikasi ini yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya etika media sosial.

Dengan dirilisnya iklan layanan masyarakat ini di YouTube, tanggal 13 April 2021 ditandai sebagai momen penting dalam rilisnya video “Bijak Bermedia”. Keberhasilan Internet menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dalam iklan ini sangat relevan saat ini. Dukungan peserta pertemuan menunjukkan bahwa etika media sosial merupakan isu yang patut didiskusikan dan diperjuangkan.

Penelitian ini menunjukkan perjalanan dan pentingnya proyek pemasaran layanan publik yang berfokus pada isu-isu mendalam. Dari konsep hingga

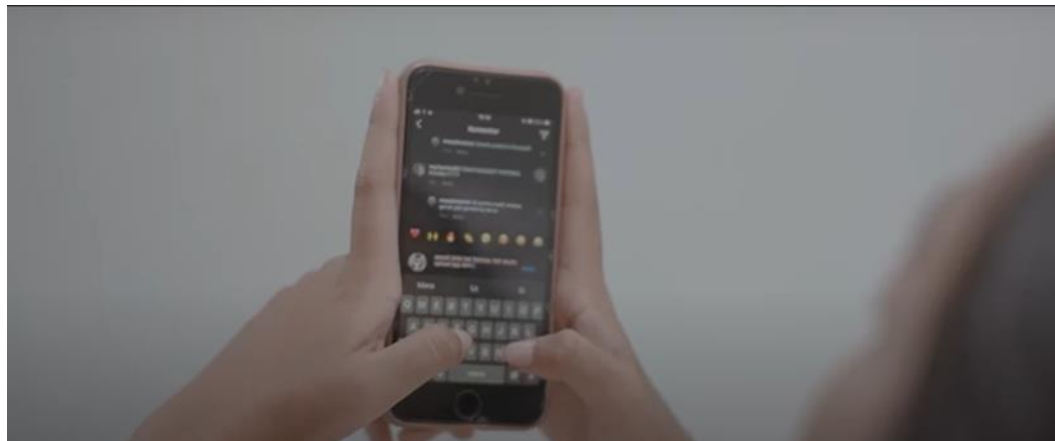
produksi, “Bijak Bermedia” menghadapi tantangan yang membutuhkan kerja keras, dedikasi, dan kreativitas. Namun hasil akhirnya adalah tindakan yang menginspirasi, mendidik dan mendorong perubahan perilaku positif di media online kita.

4.1.2 Analisis Data Menolak Perilaku Bullying Dalam Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

Analisis data dilakukan pada 4 scene yang telah ditentukan dalam iklan “Bijak Bermedia”, setiap scene yang diteliti pada Iklan Layanan Masyarakat Bijak Bermedia, diuraikan dan dijelaskan sign, object, interpretant di tiap 4 scene dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk menjelaskan focus dari penelitian.

Tabel 4.1 Analisis Data

Scene 1



Dialog :

(Improvisasi Pelaku (Ofi Syani) sedang menulis komentar jahat kepada seseorang di media social)

Tabel 4.2 Analisis Data

Scene 2



Dialog :

Ibu Korban (Alfira N.F) : *“Anakku sampai gamau keluar rumah! Gara-gara komenanmu! Gara-gara kamu dia sampai tertekan!”*

Tabel 4.3 Analisis Data

Scene 3



Dialog :

Polisi (Choirun Amala) : *“Lihat...!! Mereka seperti ini karena kamu!!”*

Tabel 4.4 Analisis Data

Scene 4



Dialog :

(improvisasi pelaku pembullying sedang menghapus komentar jahatnya di postingan korban)

4.2 Pembahasan

Tabel 4.5 Pembahasan Scene 1

<i>Sign</i>	Scene 1 Pelaku bullying mengetikkan komentar jahat di postingan korban dengan maksud mengolok-olok.
<i>Object</i>	(Cyberbullying Tindakan menyakiti orang lain dengan sarana media elektronik)
<i>Interpretant</i>	Dalam era digital, <i>bullying</i> non verbal juga dapat terjadi melalui pesan teks, komentar media sosial, atau meme yang menghina. Hal ini dapat mencakup emoji atau emotikon yang digunakan secara sarkastik atau dengan maksud mengolok-olok.

Pembulian dalam bentuk komentar jahat dan pesan buruk di media sosial merupakan bentuk pelecehan yang merusak. Dengan tujuan untuk mengolok-olok orang lain, pelaku seringkali menggunakan kata-kata yang kasar atau merendahkan, tanpa mempertimbangkan dampak psikologis yang mungkin timbul bagi korban. Tindakan semacam ini tidak hanya

mencerminkan kurangnya empati dan penghormatan terhadap individu lain, tetapi juga dapat menyebabkan kerusakan mental yang serius pada korban yang menjadi target dari serangan tersebut.

Pembulian online juga dapat memiliki dampak jangka panjang, seperti mengganggu kesehatan mental dan merusak hubungan antarindividu. Korban seringkali merasa rendah diri, cemas, dan bahkan mengalami depresi akibat serangan verbal yang tak terduga tersebut. Selain itu, jika tidak ditangani dengan serius, perilaku ini dapat memperkuat budaya pelecehan online yang merugikan, menciptakan lingkungan yang tidak aman dan tidak menyenangkan bagi semua pengguna media sosial. Oleh karena itu, penting untuk memerangi pembulian online dengan meningkatkan kesadaran akan dampak negatifnya dan mempromosikan budaya online yang lebih ramah dan menghormati satu sama lain.

Tabel 4.6 Pembahasan Scene 2

<i>Sign</i>	Scene 2 Seorang pelaku bullying sedang di marahi oleh orang tua korban, polisi, dan beberapa orang karena membuat seorang anak menjadi murung, tertekan dan tidak keluar rumah akibat komentar jahat yang di kirim pelaku di media sosialnya.
<i>Object</i>	(Kontak verbal secara langsung,

	mengintimidasi pelaku bullying)
<i>Interpretant</i>	Secara sederhana, intimidasi bisa diartikan sebagai tindakan yang menyebabkan seseorang merasa ketakutan karena mendapatkan ancaman ataupun gertakan. Intimidasi biasanya dilakukan oleh sekelompok individu yang merasa dirinya mempunyai kuasa dibanding orang yang diintimidasinya.

Dalam suasana yang memanas, ibu korban bersama dengan polisi dan beberapa anggota masyarakat, berhadapan dengan pelaku bullying di sebuah ruangan. Ibu korban, dengan suara penuh dengan kekuatan, mengecam perbuatan pelaku yang telah merusak kehidupan anaknya. Dengan tegas, dia menyerukan pertanggungjawaban atas segala penderitaan yang telah dialami anaknya. Seiring dengan kata-kata keras ibu korban, polisi memberikan penekanan tambahan, menegaskan bahwa tindakan bullying adalah tindakan kejahatan yang tidak akan ditoleransi di masyarakat.

Kemarahan tak hanya terdengar dari ibu polisi korban, tapi juga dari banyak orang yang menyaksikan bagaimana sang anak dianiaya dengan kata-kata kejam dan tekanan. Mereka mengutuk keras pelaku dan menyatakan ketidaksetujuannya atas tindakan jahat yang menyebabkan anak tersebut terjermus dalam ketakutan dan kesepian. Di balik kemarahan mereka juga

terdapat keinginan untuk mendukung para korban dan menegaskan bahwa mereka tidak akan membiarkan kejahatan serupa berlanjut.

Tabel 4.7 Pembahasan Scene 3

Sign	Scene 3
	<i>Pelaku bullying merasa ketakutan karena merasa di intimidasi oleh polisi dan ibu korban.</i>
Object	(Perilaku non-verbal langsung menampilkan ekspresi muka)
Interpretant	Salah satu cara paling umum bagi pelaku <i>bullying</i> non verbal adalah sengaja menghindari kontak mata dengan korban. Hal ini dapat membuat korban merasa tidak dihargai atau dianggap rendah.

Dalam ruangan yang penuh dengan ketegangan, seorang petugas polisi memberikan teguran tegas kepada pelaku bullying yang duduk didepannya. Polisi mengatakan dengan jelas dan tegas bahwa perbuatan pelaku menimbulkan kerugian besar bagi korban dan keluarganya.

Ibu korban berdiri di samping polisi, wajahnya dipenuhi dengan ekspresi campuran antara kesedihan dan kemarahan. Meskipun ia merasa terpukul oleh kejadian ini, kehadirannya di sana menunjukkan bahwa dia tidak akan menyerah dalam memperjuangkan keadilan untuk anaknya.

Saat atmosfer semakin tegang, pelaku bullying merasa terpojok di antara dua orang yang menuntut pertanggungjawaban atas perbuatannya. Dia merenungkan kata-kata yang disampaikan polisi dan melihat ekspresi ibu korban yang penuh dengan kekecewaan. Di dalam hatinya, ada keinginan untuk memperbaiki kesalahannya, tetapi juga ada rasa takut akan konsekuensi yang akan dia hadapi.

Tabel 4.8 Pembahasan Scene 4

<i>Sign</i>	Scene 4
	Pelaku bullying menghapus komentar jahat yang diketiknya pada postingan korban
<i>Object</i>	(Pelaku menolak adanya perilaku bullying di media sosial)
<i>Interpretant</i>	Ketika kita disadarkan bahwa kita pun bisa menjadi pelaku <i>bully</i> dan aksi <i>bullying</i> yang menimbulkan perasaan tidak enak bahkan trauma yang dalam bagi orang lain, maka kita harus mengambil aksi untuk menolak bully dalam segala bentuk, fisik maupun verbal. Selain sebagai pelaku atau korban, kita bisa juga menjadi saksi bisu dari <i>bullying</i> .

Pelaku membuka aplikasi media sosial yang biasa digunakannya dan menemukan komentar yang hendak dikirimkan pada korban bullying. Tatapan matanya tertuju pada kata-kata kejam yang terpampang di layar ponselnya, dan pelaku merasakan kejjikan terhadap dirinya sendiri atas apa yang hampir saja dilakukannya.

Tanpa ragu, pelaku segera menghapus komentar yang tidak pantas tersebut, memadamkan api kebencian yang hampir saja membakar hubungan sosialnya lebih lanjut. Pelaku menyadari bahwa tindakannya dapat membawa konsekuensi serius, baik dalam bentuk pertanggungjawaban hukum maupun dampak emosional yang lebih dalam bagi korban dan keluarganya.

Pelaku menyadari bahwa setiap tindakan dan kata yang diucapkannya memiliki dampak yang nyata bagi orang lain. Dengan tekad yang kuat, pelaku berjanji untuk mengubah perilakunya, untuk berhenti menyebarkan kebencian dan memilih untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan orang-orang di sekitarnya. Meskipun perjalanan pemulihan dan pembelajaran mungkin panjang, langkah pertama telah diambil, dan harapan untuk sebuah perubahan positif mulai tumbuh di dalam hatinya.

Dalam iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia” yang menunjukkan, adanya tindakan cyberbullying yang menyakiti orang lain dengan sarana media elektronik yang terjadi melalui pesan teks, komentar media sosial, atau emotikon yang digunakan secara sarkastik atau dengan maksud mengolok-olok, adanya tindakan kontak verbal secara langsung mengintimidasi pelaku bullying bisa diartikan sebagai tindakan yang menyebabkan seseorang merasa

ketakutan karena mendapatkan ancaman ataupun gertakan, adanya perilaku non-verbal langsung menampilkan ekspresi mukasalah satu cara paling umum bagi pelaku *bullying* non verbal yang sengaja menghindari kontak mata dengan korban,dan peneliti menemukan adanya penolakan pada perilaku bullying di media sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari Menolak Perilaku Bullying dalam Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) pada channel YouTube Rosyad Yuza, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Bullying merupakan tindakan yang mengganggu mengusik ataupun menyakiti seseorang baik itu secara fisik ataupun psikis, verbal maupun non-verbal. Perilaku ini sering terjadi secara berulang-ulang dan dalam waktu yang lama. Seseorang yang menjadi korban bullying memiliki risiko yang besar dalam masalah kesehatan dan yang paling sering di jumpai ialah masalah mental. Video iklan “Bijak Bermedia” yang berdurasi 1 menit tersebut berisikan, Ofi Syani yang mengirim komentar negatif atas terhadap satu postingan yang berisi “apasih jelek banget fotonya, gausa upload lagi deh”.
2. Dengan menggunakan teori penelitian Charles Sanders Peirce, peneliti menemukan makna dalam iklan layanan masyarakat “Bijak Bermedia” yang dapat dipahami bahwa beberapa scene dalam iklan ini menunjukkan, adanya tindakan cyberbullying yang menyakiti orang lain dengan sarana media elektronik yang terjadi melalui pesan teks, komentar media sosial, atau emotikon yang digunakan secara sarkastik

atau dengan maksud mengolok-olok, adanya tindakan kontak verbal secara langsung mengintimidasi pelaku bullying bisa diartikan sebagai tindakan yang menyebabkan seseorang merasa ketakutan karena mendapatkan ancaman ataupun gertakan, adanya perilaku non-verbal langsung menampilkan ekspresi mukasalah satu cara paling umum bagi pelaku *bullying* non verbal yang sengaja menghindari kontak mata dengan korban, dan peneliti menemukan adanya penolakan pada perilaku bullying di media sosial.

5.2 Saran

Untuk seluruh anak muda yang memiliki kreativitas dalam sinematografi di Indonesia, agar tetap menyuarakan tentang pentingnya menolak tindakan bullying baik itu secara verbal maupun non-verbal. Dan menghindari banyaknya masyarakat yang mengalami depresi di usia muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2015). *Cyberbullying pada Media Online*. 8–9.
- Burhan, A. S. S., & Anggapuspa, M. L. (2021). Analisis Makna Visual Pada Poster Film Bumi Manusia. *Barik*, 3(1), 235–347.
- Dewi, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Website Brisik. Id terhadap Peningkatan Aktivitas Jurnalistik Kontributor*. *Komunika*, 17 (2), 1–14.
- Gultom, A. F., Suparno, S., & ... (2023). Strategi Anti Perundungan di Media Sosial dalam Paradigma Kewarganegaraan. *De Cive: Jurnal ...*, 3(7), 7–13.
- Harnika, N. N., & Yuniati, K. (2021). Komunikasi Interpreturship Wanita Dalam Menggunakan Media Sosial Di Era Digital. *Communicare*, 2(2).
- Hartono, D. (2023). Maskulinitas dalam Iklan Pembersih Wajah Laki-laki:(Analisis Semiotika Charles S. Peirce pada Iklan Garnier Men Joe Taslim). *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(1), 64–81.
- Hasnur Ruslan, & Haslinda, H. (2021). Interpretasi Makna dalam Iklan Youtube. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 7(2), 622–635. <https://doi.org/10.30605/onoma.v7i2.1347>
- Imani, F. A., Kusmawati, A., & Amin, H. M. T. (2021). Pencegahan Kasus Cyberbullying Bagi Remaja Pengguna Sosial Media. *Khidmat Sosial: Journal of Social Work and Social Services*, 2(1), 74–83.
- Ismu Sukanto, Achmad Salido, Murjainah, Hatta Yarid, dan M. (2023). *Bullying Mencederai Hakikat Manusia* (Nurjannah (ed.)). Cv. Azka Pustaka. https://books.google.co.id/books?id=8y0FEQAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PR5&dq=buku+bully&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=buku+bully&f=false
- Iswanto, H. F., Anggraeni, R., Kartikasari, R., Bahij, A. T. B., & Kadarwati, S. (2021). Pelatihan Bijak Bermedia Sosial sebagai Upaya Pendidikan Karakter pada Remaja. *Jurnal Abdimas*, 25(2), 197–206. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v25i2.32993>
- Izza, N. Y., & Wahyuningsih, S. (2023). *Web Series Dan Bullying Memahami Representasi Bullying Dalam Web Series Melalui Analisis Semiotik* (S. Wahyuningsih (ed.)). Penerbit Adab. https://www.google.co.id/books/edition/Web_Series_Dan_Bullying_Memahami_Represe/k9DxEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Pk Imm Fisip Umsu Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 1039–1045.

- Machyudin, A. H., & Susri, A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional Fis Unived*, 7(2), 13–23.
- Maria, A. (2023). Peran Guru Dalam Mengatasi Bullying Di Sma Negeri Sasitamean Kecamatan Sasitamean Kabupaten Malaka. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, 8(1), 15–25.
- Mp, W. (2017). “Cyberbullying Di Media Sosial Youtube (Analisis Interaksi Sosial Laurentius Rando Terhadap Haters).” *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9.
- Riyani, N. U. (2022). Konsep Sikap Bijaksana sebagai Bentuk Pengendalian Emosi dalam Perspektif Taoisme. *Jurnal Riset Agama*, 2(3), 122–137. <https://doi.org/10.15575/jra.v2i3.17992>
- Saleha, & Yuwita, M. R. (2023). *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End*.
- Santoso, P. (2022). Framing Pemberitaan Media Televisi Berita Terhadap Figur’Habib’. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 281–295.
- Sapitri, W. A. (2020). *Cegah dan Stop Bullying Sejak Dini* (Guepedia (ed.)). Guepedia. https://www.google.co.id/books/edition/Cegah_dan_Stop_Bullying_Sejak_Dini/pyH_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sari, N., Radhiah, R., & Safriandi, S. (2021). Analisis makna implikatur dalam wacana iklan layanan masyarakat pada media sosial. *Kande Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 45–52.
- Sinaga, C. N. A. P., Yenni, E., & Riezky, R. N. (2020). Pembuatan Iklan Komersial Di Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Kecil Di Komunitas Goptki Dan Ipemi Kota Binjai. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 9(1), 199–207.
- Siregar, E. D., & Wulandari, S. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanderspierce: Relasitrikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) dalam Cerpenanak Mercusuar karya Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 04(1), 29–41.
- Wardoyo, D. U., Sinaga, S. T., & Mawarni, A. (2023). Kerangka Konseptual Dalam Akuntansi. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(4), 803–809.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Buku mewajibkan 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 Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/II/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-I

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Medan, 14 Desember 2023


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

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Andini Rizky Pratiwi
N P M : 2003110227
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 124,0 SKS, IP Kumulatif 3,66

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Menolak Perilaku Bullying dalam Iklan layanan Masyarakat "Bijak Bermedia". (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)	 28 Des 2023
2	Representasi Kekerasan Seksual perempuan dalam film pendek "Please be quiet" karya William	
3	Analisis karakter pemeran bapak dalam film pendek "Pulang" karya KAI	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjaian;
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.*

042.20.311

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

Medan, tanggal 28 Desember 2023

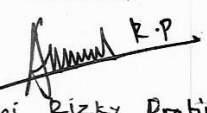
Ketua

Program Studi.....



NIDN:

Pemohon,


(Andini Rizky Pratiwi.....)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....


(Corry Novrica Ap Sinaga.....) S.Sos., MA
NIDN: 0130117403



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](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UCumsumedan)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
 DAN PEMBIMBING**

Nomor : 2233/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

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

Nama mahasiswa : **ANDINI RIZKY PRATIWI**
 N P M : 2003110227
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2023/2024
 Judul Skripsi : **MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**
 Pembimbing : **CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.**

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/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/ 26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 042.20.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 28 Desember 2024.

Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 16 Djumadil Akhir 1445 H
 29 Desember 2023 M



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



Tembusan :



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

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

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📱 [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) 📺 [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...) 📺 [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 3 Februari 2024

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : ANDINI RIZKY PRATIWI
 N P M : 2003110227
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 2233.../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal 28 Desember 2023 dengan judul sebagai berikut :

MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" (ANALISIS SEMIOTIKA
CHARLES SANDERS PEIRCE)

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menvetivui :

Pembimbing

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

NIDN: 0130117403

Pemohon,

(ANDINI RIZKY PRATIWI)



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

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

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 06 Februari 2024
 Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
26	SURYA PRASTYA	1903110168	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI MAKNA LGBT DALAM FILM MONARCH LEGACY OF MONSTERS KARYA CHRIS BLACK
27	SYLVIA SORAYA HARAHAP	2003110074	Dr. FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	* ANALISIS GAYA BAHASA VIDEO PEMBELAJARAN BAGI ANAK DI CHANNEL YOUTUBE KINDERFLIX
28	VICI AIDIL FAZIN	2003110009	Dr. FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT KOTA LHOKEUMAWE TERHADAP RESISTENSI KEHADIRAN PENGUNGGI ETNIS ROHINGYA DI ACEH
29	DWI PUSPITA IRWANI RANGKUTI	2003110152	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	OPINI MASYARAKAT TERHADAP CALON LEGISLATIF PETAHAN DPRD KOTA TEBING TINGGI PADA PEMILU 2024
30	ANDINI RIZKY PRATIWI	2003110227	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BUJAK BERMEDIA" (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PERCE)

Medan, 22 Rajab 1445 H
03 Februari 2024 M

Delegasi

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



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 Akreditasi 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](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : ANDINI RIZKY PRATIWI
 N P M : 2003110227
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : MENDAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" (ANALISIS CHARLES SANDERS PIERCE)

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	14/12/23	ACC judul skripsi	
2.	28/12/23	Konsultasi judul skripsi	
3.	10/01/24	Bimbingan proposal	
4.	18/01/24	Bimbingan proposal	
3.	29/01/24	Bimbingan proposal	
4.	03/02/24	Bimbingan proposal	
5.	03/02/24	ACC proposal	
6.	20/02/24	Bimbingan skripsi	
7.	03/04/24	Bimbingan skripsi	
8.	02/05/24	Bimbingan skripsi	
9.	03/05/24	Bimbingan skripsi	

Medan, ...03... Mei... 2024.



Dehan,
 (Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
 NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

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

Pembimbing,

(Cory Nani AP Saige S.Sos., MA)
 NIDN: 013047403



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



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 790/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Rabu, 22 Mei 2024
 Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
6	M. ARI AGUNG BASKORO	2003110268	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos., M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	MANAJEMEN PUBLIC CAMPAIGN PARTAI GERINDRA KOTA MEDAN DALAM MERAH SUARA PEMILIH PEMULA PADA PEMILU TAHUN 2024
7	TIA ANDINY ROSHADY	2003110202	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA NILAI MORAL FILM PENDEK "PULANG" KARYA KAI DAN "PULANG" KARYA TOMRO WIDODO
8	MAHISA LARASATI	22003110269	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PROGRAM SIAP ANTAR DOKUMEN DI DINAS KEPENDUDUKAN DAN CATATAN SIPIL DELI SERDANG
9	ANDINI RIZKY PRATIWI	2003110227	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	MENOLAK PERILAKU BULLYING DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "BIJAK BERMEDIA" (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)
10	CHAIRUNNISA NADHIRA RAMBE	2003110190	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI FEMINISME DALAM SERIES LESSONS IN CHEMISRY (2023) KARYA BONNIE GARMUS

Medan, 12 Dzulqaidah 1445 H

20 Mei 2024 M

Notulis Sidang:

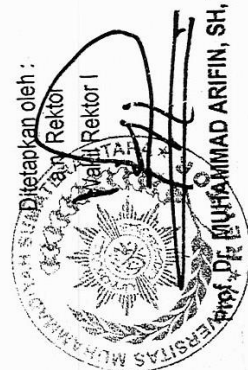
1.

Dijetapakan oleh :

Rektor

Mahasiswa

Rektor I



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



Ketua,



Panitia Ujian



Sekretaris

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

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



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Andini Rizky Pratiwi
Tempat, Tanggal Lahir : Lahewa, 29 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Mangan 1 Link. VIII Mabar, Medan Deli
Anak Ke : 1 dari 1 bersaudara

Data Orang Tua

Ayah : Mas Anteng
Ibu : Herniwati Zalukhu
Alamat : Jl. Serbaguna Desa Miga, Kota Gunungsitoli

Riwayat Pendidikan

1. SDN 074038 Tohia (2008-2014)
2. SMPN 4 Gunungsitoli (2014-2017)
3. SMAN Unggulan Sukma Nias (2017-2020)
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2020-2024)