

**ANALISIS SEMIOTIKA PESAN PERUNDUNGAN PADA ANAK
DIFABEL DALAM IKLAN BISKUAT *MY BUDDY***

SKRIPSI

Diajukan Oleh

IRHAMNA

NIM. 170401110

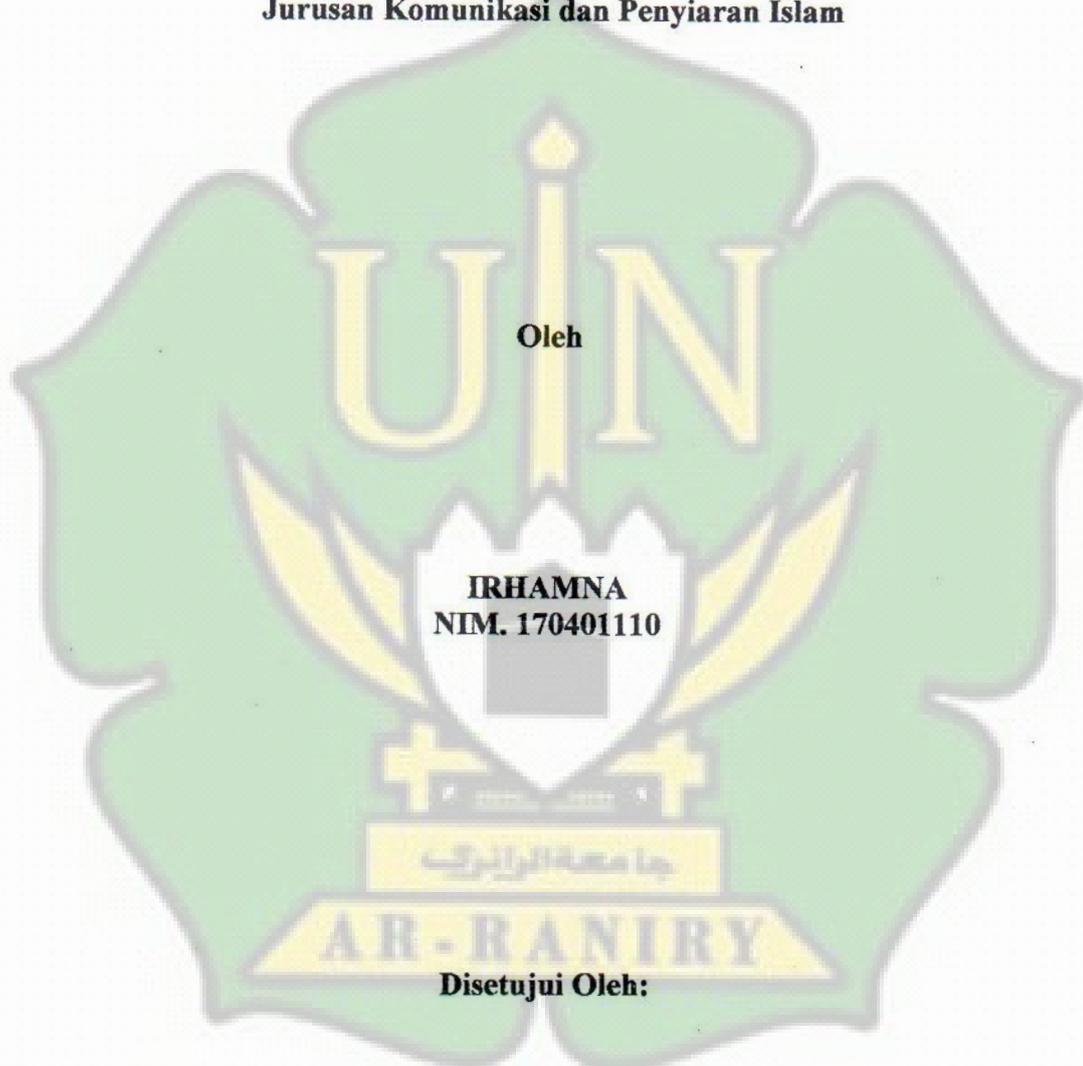
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/ 1443 H**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



Oleh

**IRHAMNA
NIM. 170401110**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

**Dr. Baharuddin, M.Si.
NIP. 196512311993031035**

Pembimbing II,

**Azman, M.I.Kom
NIP. 198307132015031004**

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-I dalam Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

IRHAMNA
NIM. 170401110

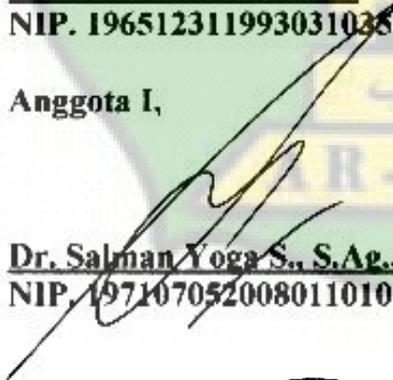
Jumat, 22 Juli 2022

Di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,


Drs. Baharuddin, M. Si.
NIP. 196512311993031035

Anggota I,


Dr. Salman Yoga S., S.Ag., M.A
NIP. 197107052008011010

Sekretaris,


Azman, S.Sos., M. I. Kom
NIP. 198307132015031004

Anggota II,


Syahril Furgany, M.I.Kom
NIP. 198904282019031011

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

SN




Dr. Sakhri, S.Sos., MA.
NIP. 196411291998031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Irhamna
NIM : 170401110
Jenjang : Strata Satu (1)
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi dan konsekuensinya berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN AR-Raniry.

Banda Aceh, 31 Desember 2021
Yang Menyatakan,



Irhamna
NIM.17040111

جامعة الرانيري
AR-RANIRY

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak menemukan kendala. Namun, berkat doa dari orang tua dan sahabat terdekat serta kemauan penulis, akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ada pun penelitian dengan judul **“Analisis Semiotika Pesan Perundungan Pada Anak Difabel Dalam Iklan Biskuat My Buddy”** bertujuan untuk memenuhi kewajiban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Untuk itu penulis dengan rendah hati bersedia menerima kritik dan saran pembaca guna mencapai kesempurnaan skripsi ini. Semoga penelitian yang dilakukan ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri, masyarakat dan peneliti selanjutnya. Pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang memberikan dukungan dan memotivasi peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini, peneliti juga banyak sekali menerima bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terkasih dan teristimewa kepada Ayahanda bapak Irwandi dan Ibunda Erawati yang telah mendoakan saya tanpa henti, serta memberikan kasih sayang serta dukungan selama ini baik berupa moril maupun materil, teruntuk abang satu-satunya Iqram yang selalu memberikan dukungan baik berupa motivasi dan candaan. Terimakasih untuk keluarga yang selalu memberi kehangatan baik dalam bentuk keceriaan dan semangat melalui media virtual reality selama peneliti sedang berproses dalam menulis skripsi ini.
2. Kepada pembimbing I Bapak Dr. Baharuddin, M.Si yang telah memberikan semangat dan bimbingan yang sangat baik kepada penulis. Bapak Azman, S.Sos.I., M.I.Kom sebagai pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sangat baik pada penulis.
3. Bapak Arif Ramdan Sulaeman.,S.Sos.,M.A, selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat bagi penulis selama proses perkuliahan dan bimbingan proposal skripsi.
4. Bapak Syukri Syamaun, M.Ag (Penguji Materi Agama), bapak Hasan Basri, M.Ag (Penguji Materi Umum), dan Ibu Fitri Meliya Sari, M. I. Kom (Penguji Materi Keahlian)
5. Para dosen serta karyawan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negreri Ar-Raniry Banda Aceh. Dan para teman-teman seperjuangan yang setia menemani hingga dititik akhir yang memberikan semangat juga kebersamaan dalam mengerjakan skripsi ini.

6. Terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dari segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan untuk semua kalangan.

Banda Aceh, 31 Desember
2021

Penulis,

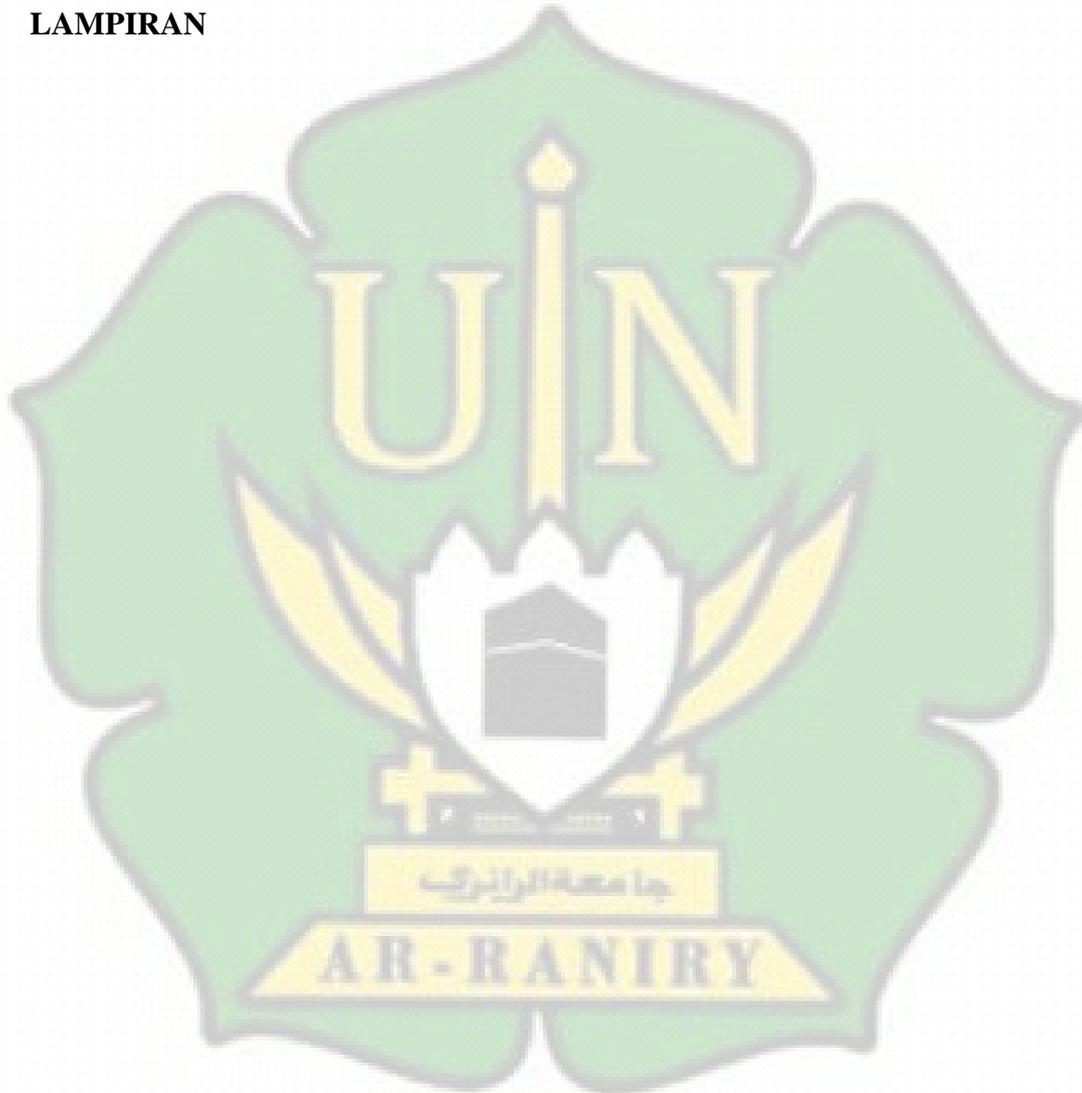
Irhamna



DAFTAR ISI

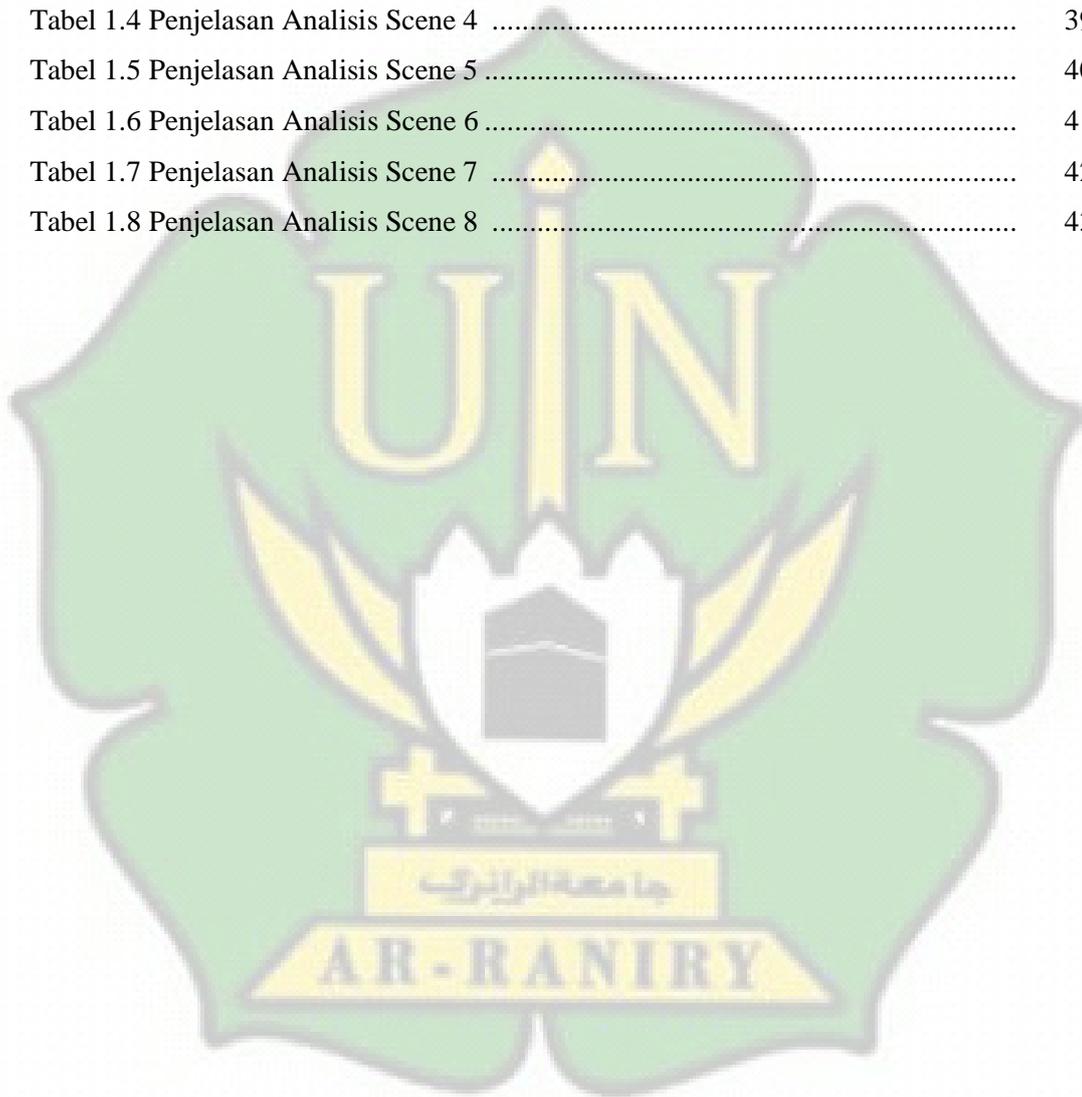
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	6
1. Semiotika	7
2. Makna pesan	7
3. Iklan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian terdahulu.....	9
B. Semiotika dan Makna Pesan	11
1. Definisi Semiotika.....	11
2. Bentuk-bentuk Semiotika.....	14
3. Analisis Semiotika Menurut Para Ahli.....	16
C. Pesan	16
1. Pengertian Pesan.....	16
2. Bentuk-bentuk pesan	17
D. Perundungan.....	18
E. Difabel.....	20
F. Iklan.....	21
1. Pengertian iklan	21
2. Bentuk-bentuk iklan	22
3. Hubungan iklan dengan semiotika	24
G. Analisis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Metode Penelitian Kualitatif.....	26
B. Pendekatan Penelitian Semiotika.....	27
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
D. Sumber Data	27
E. Teknik pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Iklan Biskuat <i>My Buddy</i>	31
B. Bentuk-bentuk perundungan pada anak difabel dalam iklan biskuat <i>my buddy</i>	33

C. Pembahasan	48
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjelasan Analisis Scene 1	36
Tabel 1.2 Penjelasan Analisis Scene 2	37
Tabel 1.3 Penjelasan Analisis Scene 3	38
Tabel 1.4 Penjelasan Analisis Scene 4	39
Tabel 1.5 Penjelasan Analisis Scene 5	40
Tabel 1.6 Penjelasan Analisis Scene 6	41
Tabel 1.7 Penjelasan Analisis Scene 7	42
Tabel 1.8 Penjelasan Analisis Scene 8	43



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Analisis Semiotika Pesan Perundungan Pada Anak Difabel dalam Iklan Biskuat My Buddy**”. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pesan perundungan serta pesan moral yang bisa dilihat pada anak difabel dalam iklan Biskuat *My Buddy*. Makna yang terdapat dikemas berdasarkan kehidupan bersosial yang diangkat dari kehidupan nyata serta dapat kita temui di lingkungan sosial saat ini, dan penelitian ini menggunakan teori semiotika dengan metode kualitatif. Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode untuk mengkaji sebuah tanda, berupa perangkat atau simbol yang kita gunakan dalam hubungan manusia. Dengan pendekatan teori Semiotika diharapkan dapat diketahui dasar keselarasan antara tanda verbal dan non verbal untuk mendukung kesatuan didalam sebuah iklan. Pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang meneruskan pemikiran tersebut yang dikenal dengan istilah “*order of signification*”. *Two orders of signification* (signifikasi dua tahap atau dua tatananan pertandaan) Barthes terdiri dari *first order of signification* yaitu *denotasi*, dan *second orders of signification* yaitu konotasi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Unit analisis yang dipakai adalah setiap gambar yang ada pada keseluruhan. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa dengan adanya produksi iklan yang memberi makna seperti iklan biskuat versi *my buddy* ini, dapat menyadarkan sebagian manusia untuk dapat memberikan nilai dan bersikap layak sekalipun terhadap penyandang difabel. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pesan perundungan pada anak difabel dan makna pesan kesenjangan sosial yang terjadi dalam iklan biskuat versi *my buddy* mengkaji semiotika pada teori Roland Barthes dengan menekankan konsep-konsep yang dikembangkan nya yaitu makna denotasi, konotasi, dan mitos serta diimplementasikan kedalam judul yang diteliti oleh penulis, maka dapat diketahui bahwa bagaimana pesan perundungan dan makna pesan kesenjangan sosial yang terjadi pada anak difabel dalam iklan biskuat versi *my buddy*. Serta ada beberapa dampak pula yang turut ada dalam hasil penayangan iklan ini, tentang bagaimana *mental health* seseorang yang mengalami perundungan.

Kata kunci : Analisis Semiotika, Anak difabel, Iklan Biskuat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, media massa dituntut untuk terus mengikuti perubahan zaman. Media massa adalah sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal yang dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya. Media massa tidak terlepas dari perkembangannya yang meliputi seperti memberi informasi, mendidik, dan mempersuasi. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikan.

Perkembangan media massa tidak lepas dari pengaruh teknologi informasi yang berkembang. Saat ini, media menyebabkan kompetisi yang terlalu ketat dan praktik tidak sehat dalam produksi informasi. Tak banyak media yang dapat mengangkat realitas apa adanya mengingat besarnya godaan dan gangguan, baik yang datang dari internal maupun eksternal media. Hal ini disebabkan oleh

kenyataan bahwa media tidak hidup dalam ruang yang statis, melainkan dalam lingkungan sosial yang dinamis.¹

Media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran dan pemerolehan informasi, tetapi juga memiliki fungsi penting lainnya yang meliputi fungsi pengawasan, informasi, pendidikan, dan hiburan. Jika dikaitkan dalam fungsi media massa sebagai bentuk persuasif yang sifatnya mengajak atau mempengaruhi salah satu bentuknya adalah iklan.²

Iklan bukan hanya sebagai bentuk mempromosikan sebuah produk, iklan juga menggunakan sisipan cerita dan makna agar proses produksi sebuah iklan tersebut dapat menarik minat konsumen. Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen maupun penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu media. “Periklanan merupakan proses komunikasi lanjutan yang membawa khalayak ke informasi terpenting yang memang perlu mereka ketahui”. Periklanan merupakan salah satu kegiatan yang banyak dilakukan oleh perusahaan maupun perorangan. Dalam periklanan, pihak yang memasang iklan (disebut sponsor) harus mengeluarkan sejumlah biaya pada media. “komunikasi non individu dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu” 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

¹Suryadi Israwati, “Peran Media Massa Dalam Membentuk Realitas Sosial”, Jurnal ACADEMICA Fisip Untad, VOL.03, No.02, Oktober 2011.

² Dedi Kusuma H, “Dwi Fungsi media Massa”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7, No 2, Desember (2018), email: habibiemap@gmail.com

konsumen terprovokasi/terpengaruh. Setiap iklan memiliki banyak makna yang ditampilkan salah satunya perundungan.³

Pengaruh *bullying* merugikan korban hingga mempengaruhi psikisnya. Aktivitas *bullying* tidak memilih umur dan jenis kelamin. Para pelaku memilih seseorang yang pemalu, pendiam, spesial, cantik, sampai mempunyai kekurangan untuk dijadikan ejekan. *Bullying* dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah perundungan, umumnya terjadi di lingkungan sekolah dan dialami anak-anak. Pada kenyataannya, perundungan bisa terjadi di berbagai bidang kehidupan, mulai dari lingkungan sekolah hingga lingkungan profesi. Bentuk perundungan dapat berupa perilaku kekerasan meliputi pemaksaan, baik fisik maupun psikologis terhadap seseorang atau sekelompok orang yang lebih lemah.⁴

Perundungan dalam berbagai literatur disebut sebagai subtype perilaku agresif yang dilakukan secara berulang kali oleh pelaku, dimana pelaku sengaja menyakiti, dan mungkin korban secara fisik atau psikologis kurang kuat atau kalah jumlah, artinya perundungan berkaitan dengan kekerasan, ancaman, atau kekerasan yang dilakukan dengan sengaja, dan terus menerus oleh satu atau sekelompok orang yang lebih kuat atau berkuasa untuk menyakiti orang lain.⁵

Pada umumnya kebiasaan merundung berlangsung terus menerus, semakin buruk, dan merugikan. Jika membahas perundungan/*bullying*, perundungan yang terjadi bisa dimana saja dan kapan saja dalam segala bentuk seperti pada iklan.

³ Lukitaningsih Ambar, "Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol 13, No 2, Oktober (2013)

⁴ Rozaliyani A, Wasisto B, Santosa F, dkk. "Bullying (Perundungan) di Lingkungan Pendidikan Kedokteran" Jurnal Etika Kedokteran Indonesia, Vol 3, No 2, (2019).

⁵ Suardi, Samad Sulaiman, "Edukasi Pencegahan Perundungan" Jurnal Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, (2020)

Peneliti mengambil contoh bentuk dari perundungan pada iklan biskuit *my buddy* yang mengambil *setting* disebuah sekolah. Pada awalnya seorang anak kecil yang mengalami perundungan dari teman sekelasnya dan scene yang memperlihatkan dengan jelas adegan-adegan perundungan yang dilakukan sekelompok anak-anak, terlihat dari buku yang sengaja dijatuhkan ke tanah dan penolakan fisik yang sengaja dilakukan dengan keras sehingga anak tuli tersebut terjatuh ke dasar tanah. Pada iklan tersebut sangat terlihat jelas bahwa beberapa *scene* perundungan yang dilakukan sekelompok anak-anak pada salah satu anak penyandang difabel. Peristiwa yang terjadi pada iklan ini merupakan semiotika.

Semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Objek yang ada pada tanda ini merupakan bagaimana memaknai sesuatu yang ada di sekitar. Semiotika juga mengulas dan menghubungkan teks dengan pesan sehingga menghasilkan makna yang dapat dipahami. Semiotik berakar dari studi klasik dan skolastik atau semilogika, retorika, dan poetika.⁶

Secara etimologis semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti “tanda” atau seme, yang berarti penafsir “tanda”. Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau askepliadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik infrensial dalam bahasa Inggris disebut semiotik. Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin mengkaji lebih dalam

⁶ Kurniawan dalam Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Rosda Karya, 2004), hal.16

tentang peristiwa yang terjadi dengan judul “Analisis Semiotika Pesan Perundungan Pada Iklan Biskuat *My Buddy*”.⁷

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yaitu “Bagaimana bentuk-bentuk perundungan pada anak difabel dalam iklan biskuat versi *my buddy*”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pesan moral dalam bentuk perundungan yang terjadi pada anak difabel dalam iklan “Biskuat *My Buddy*”

D. Manfaat penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu dan pembelajaran penting serta tahu bagaimana proses bersosialisasi yang baik bagi peneliti dan dapat menerapkan di kehidupan nyata setelah lulus dari perkuliahan.

2. Secara raktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan inovasi yang bernilai lebih lagi kepada agensi iklan untuk memproduksi iklan.

⁷ Bambang Mudjiyanto, “Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi”, Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa, VOL.16, No. 1, April 2013, email: emilsyah.nur@kominfo.go.id. Diakses 28 Februari 2022.

E. Definisi Operasional

1. Semiotika

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) semiotika diartikan ilmu tentang lambang dan tanda (dalam bahasa, lalu lintas, kode morse), semiologi dan ilmu tentang semiotik.⁸ Menurut pendapat Aart van Zoest mengartikan semiotik ialah studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.⁹

2. Makna pesan

a. Pesan

Pesan adalah sebuah gagasan, perasaan atau pemikiran yang telah di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima. Pesan-pesan bisa berbentuk sinyal, symbol, tanda-tanda ataupun kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspon oleh penerima.

b. Makna

Makna adalah arti atau sebagai suatu unsur yang dihubungkan

Dalam komunikasi juga terdapat gangguan:

- 1.) Sosiologis yaitu hambatan status sosial, stratifikasi sosial kedudukan dan peranan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan. Faktor-faktor ini mengurangi tingkat kebebasan berkomunikasi antarpersonal.

⁸Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), diakses melalui <https://kbbi.web.id/semiotika> , pada tanggal 17 juni 2021.

⁹Dadan Suherdiana, "Konsep Dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Pierce", Jurnal Ilmu Dakwah Vol.4 No. 12, 2008, di akses melalui <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/399/407>

2.) Psikologis yaitu meliputi jenis gangguan yang bersumber dari faktor-faktor psikologis seperti *self-awareness*, *self-reception*, persepsi, motivasi dan hambatan mental yang mengganggu keefektifan pengiriman dan penerimaan pesan.¹⁰

3. Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atas keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.¹¹

Iklan biskuit *my buddy* pada scene seorang anak yang diam saja saat teman-temannya melakukan perundungan terhadapnya. Dalam adegan selanjutnya, anak yang melakukan perundungan tersebut tidak sengaja melihat anak tuli ini sedang berlatih olahraga bela diri dengan orang yang lebih dewasa. Adegan selanjutnya diakhiri dengan anak yang melakukan perundungan yang mendekati anak tuli dan bertanya mengapa selama ini ia diam saja. Anak tuli menjawab dengan gerakan bahasa isyarat beserta *caption*, “Ayahku bilang, kuat itu ada di dalam hati dan pikiran”. Dalam jalinan cerita awalnya, dikisahkan ada seorang anak Tuli yang sedang terkena perundungan oleh teman-teman

¹⁰ Alo Liliweri, KOMUNIKASI: Serba Ada Serba Makna, (Jakarta:Kencana,2011),Hal. 40.

¹¹ Sri Hastuti, *Evektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 2, September 2013, hlm. 1-82

sekolahnya. Karakteristik tuli terlihat dari alat bantu dengar yang di gunakan anak Tuli”.¹²

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan. Aspek yang perlu diperhatikan mengenai produk adalah kualitas produk.¹³

4. Perundungan

Perundungan disekolah adalah bentuk tindakan agresif yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok siswa yang memiliki kekuasaan terhadap siswa yang lemah dengan tujuan untuk menyakiti.¹⁴

Perilaku dan tipe perundungan dapat terjadi lingkungan sekolah, kampus, tempat kerja. Ada perundungan dengan verbal seperti menghina, perundungan secara fisik.

¹²<https://www.solider.id/baca/5385-difabel-dalam-media-arus-utama-upaya-mengubah-persepsi>

¹³ Shandy Widjiyo Putro, Hatane Samuel, Ritzky Karina M.R dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya” Jurnal Manajemen Pemasaran, VOL.2, No. 1, (2014) 1-9

¹⁴ Hari Harjanto Setiawan, Peran Pekerja Sosial di Sekolah dalam Menangani Perundungan *The Role Of Social Workers At Schools In Handling Bullying* : Kesejahteraan Sosial Vol. 4, No, 01. April 2018

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti melihat dari beberapa penelitian-penelitian sebelumnya dengan cara menggali informasi dari beberapa penelitian sebagai bahan perbandingan dan rujukan tentang kelebihan dan kekurangannya. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari skripsi-skripsi dan buku-buku untuk mendapatkan informasi sebelumnya sebagai bentuk referensi tentang teori yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti. Makna pesan yang terdapat pada iklan biskuit *my buddy* tentang bagaimana upaya seorang anak difabel berkomunikasi dengan bahasa tubuh. Dalam analisis ini kita dapat mengetahui bagaimana makna pesan yang terdapat dalam iklan biskuit *my buddy*. Meskipun telah ada peneliti yang juga mengkaji analisis semiotika ini, namun peneliti akan menganalisis di versi yang lebih baru lagi.

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang juga membahas mengenai analisis semiotika pada iklan biskuit. Dengan demikian, lebih memudahkan pemahaman pada masyarakat terhadap pesan yang disampaikan melalui bahasa tubuh oleh anak penyandang difabel serta satu bentuk semangat yang diberikan oleh sang ayah untuk terus melakukan kebaikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dony Martuahman P pada tahun 2012 yang berjudul "*Analisis Semiotika Makna Rasisme pada film 8mile*". Dalam penelitian ini Dony Martuahman P terdapat berbagai pesan yang salah satunya peneliti

terdahulu memproduksi film yang mengangkat kritik sosial yang terjadi dimasyarakat untuk memberikan pelajaran dan motivasi terhadap masyarakat. Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang akan ditulis dan mengangkat tentang kesadaran masyarakat terhadap minoritas masyarakat yang berkebutuhan khusus agar tidak ada rasis yang berkembang di dalam perkembangan masyarakat.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Indra Cahaya Tresna pada tahun 2021 yang berjudul “*Analisis Semiotika Sosok Disabilitas Pada Serial Animasi Nussa*” Dalam penelitian ini Indra Cahaya Tresna, penulis menemukan adanya sample karakter emosional diantaranya kebahagiaan, kesedihaan, ketakutan, kekecewaan dan karakter sosok Nussa sebagai penyandang disabilitas, Nussa sebagai karakter pantang menyerah, Nussa sebagai representative orang penyandang disabilitas. Adanya sampel pada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kasus difabel pada anak, diharapkan kepada peneliti dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat luas agar tidak ada kesenjangan sosial yang berlangsung di kehidupan bermasyarakat.¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Melya Indah Winata pada tahun 2019 dengan judul “*Upaya Meningkatkan Optimisme Penyandang Tunarungu Di Sekolah Luar Biasa Negeri Kota Bengkulu*”. Dalam penelitian ini Melya Indah Winata mengangkat bagaimana upaya meningkatkan optimisme penyandang tuna rungu. Mendeskripsikan cara pengembangan kreatifitas, keterampilan, dan

¹⁵ Dony Martuahman P, Analisis Semiotika Makna Rasisme pada Film 8mile, (Yogyakarta: UPN Veteran, 2012).

¹⁶ Indra Cahaya Tresna “Analisis Semiotika Sosok Disabilitas Pada Serial Animasi Nussa, (Bandung, Universitas Telkom, 2021)

kemandirian penyandang tunarungu di SLB Negeri kota Bengkulu. Persamaan penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah latar belakang yang diambil yaitu bentuk semangat yang harus dikembangkan oleh anak tuna rungu dan pihak-pihak yang terkait harus ikut serta dalam upaya ini.¹⁷

B. Semiotikadan Makna Pesan

1. Definisi Semiotika

Semiotika didefinisikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari sederatan objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Pada dasarnya analisis semiotika merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika kita membaca suatu teks atau narasi wacana tertentu. Maka orang sering mengatakan semiotika adalah upaya menemukan makna 'berita dibalik berita'.¹⁸

Cara yang bisa digunakan pakar untuk membahas lingkup makna yang lebih besar adalah dengan membedakan makna denotative dan makna konotatif. Roland Barthes lahir tahun 1915 dari keluarga menengah protestan di Cherbourg dan dibesarkan di Bayonne, kota kecil dekat atlantik disebelah barat daya Prancis. Ia dikenal sebagai seorang pemikir strukturalis yang memperaktekan model limgustik dan semiology Saussurean.¹⁹

¹⁷ Melya Indah Winata, Upaya Meningkatkan Optimisme Penyandang Tunarungu Di Sekolah Luar Biasa Negeri Kota Bengkulu, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019)

¹⁸ Indiwana Seto Wahjuwibowo, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), Hal.8

¹⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)

Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara-cara bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut yang dikenal dengan istilah “*order of signification*”²⁰

Two orders of signification (signifikasi dua tahap atau dua tatananan pertandaan) Barthes terdiri dari *first order of signification* yaitu denotasi, dan *secondorders of signification* yaitu konotasi. Tatanan yang pertama mencakup penanda dan pertanda yang berbentuk tanda.tanda inilah yang disebut makna denotasi.²¹

Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara tanda dan rujukan pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung, dan pasti.Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang didalamnya beroperasi makna yang bersifat implisit dan tersembunyi.²²

Table 1.2 Peta Tanda Roland Barthes:

1.	Signifier
2.	Signified
3.	Denotative sign (tanda denotative)
4.	Connotative signifier (penanda konotatif)
5.	Connotative signified (petanda konotatif)
6.	Connotative sign (tanda konotatif)

²⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana,2006)

²¹ M. Antonius Birowo, *Metode Penelitian Komunikasi; Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Gitanyali,2004)

²² Tommy Chirstomy, *Semiotika Budaya*, (Depok: UI,2004), cet. Ke-1, Hal.94.

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2), akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Hal tersebut merupakan unsur material : hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.²³

Dapat disimpulkan bahwa dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang berarti lagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dan tatanan denotatif. Konotasi dan denotasi sering dijelaskan dalam istilah tingkatan representasi atau tingkatan nama. Secara ringkas, denotasi dan konotasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Denotasi adalah interaksi antara *signifier* dan *signified* dalam *sign*, dan antara *sign* dengan referent (object) dalam realitas eksternal.
- b. Konotasi adalah interaksi yang muncul ketika *sign* bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca atau pengguna dan nilai-nilai budaya mereka. Maka menjadi subjektif atau intersubjektif. Tanda lebih terbuka dalam penafsirannya pada konotasi dari pada denotasi. Secara sederhana, denotasi dijelaskan sebagai kata yang tidak mengandung makna atau perasaan-perasaan tambahan. Maknanya disebut makna denotatif. Makna denotatif memiliki beberapa istilah lain seperti makna denotasional, makna referensial, makna konseptual, atau makna ideasional. Konotasi adalah kata yang mengandung arti tambahan,

²³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)

perasaan tertentu, atau nilai rasa tertentu disamping makna dasar yang umum. Konotasi atau makna konotatif disebut juga makna konotasional, makna emotif, atau makna evaluatif.²⁴ Denotasi dan konotasi tidak bisa dilihat secara terpisah atau berdiri sendiri. Sebuah tanda yang kita lihat pasti atau suatu denotasi. Makna denotasi adalah apa yang kelihatan pada gambar, dengan kata lain sendiri nya memunculkan denotasi. Denotasi dengan sendiri nya akan menjadi konotasi dan untuk selanjutnya konotasi justru menjadi denotasi ketika konotasi tersebut sudah umum digunakan dan dipahami bersama sebagaimana makna yang kaku.

- c. Mitos atau ideologi adalah sebagai hasil kombinasi antara konotasi dan denotasi. Menurut Barthes (1991), mitos berujuk pada ideologi-ideologi pada masanya yang dominan, tidak hanya diasosiasikan dengan fabel maupun cerita pahlawan atau dewa. Menurut Chandler (2002), mitos merupakan metafora-metafora yang meluas dalam suatu kultur dan tumbuh diantara masyarakat.²⁵

2. Bentuk-bentuk Semiotika

Terdapat sembilan macam semiotik antara lain semiotik analitik, deskriptif, *faunal zoosemiotic*, kultural, naratif, normatif, social, struktural.

- a). Semiotik analitik merupakan semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce mengatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, Makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.

²⁴ AS Haris Sumandiria, *Bahasa Jurnalistik; Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), cet. Ke-1, Hal.27-28.

²⁵ Fathin Shofa dkk, "Ranah" *Jurnal Kajian dan Bahasa*, Vol6, No 2, (2017).

- b). Semiotik deskriptif adalah semiotik yang memperhatikan system tanda yang dapat kita alami sekarang meskipun ada tanda seperti dahulu tetap seperti yang disaksikan seperti sekarannng.
- c). Semiotik *faunal zoosemiotic* merupakan semiotik yang khusus memperhatikan system tanda yang dihasilkan oleh hewan.
- d). Semotik kultural merupakan semiotik yang khusus menelaah system tanda yang ada dalam kebudayaan masyarakat.
- e). Semiotik naratif adalah semiotic yang membahas system tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*).
- f). Semiotik natural atau semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dihasilkan oleh alam.
- g). Semiotik normative merupakan semiotik yang khusus membahas system tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma.
- h). Semiotik sosial merupakan semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang kata maupun lambang rangkaian kata berupa kalimat.
- i). Semotik struktural adalah semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.²⁶

²⁶ Ni Wayan Sartini, “*Tinjauan Teoritik tentang Semiotik*”,(2007)

3. Analisis Semiotika Menurut Para Ahli

Semiotika menurut Berger memiliki dua tokoh , yakni Ferdinand De Saussure dan Charles Sander Peirce. Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkan nya adalah semiology. Semiology menurut Saussure didasarkan pada anggapan bahwa pada selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada dibelakangnya system pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Dimana ada tanda di sana ada system. Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika. Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda.

Teori semiotik dari Peirce, lebih menekankan pada logika dan filosofi dari tanda-tanda yang ada di masyarakat dan seringkali disebut sebagai '*grand theory*' dalam semiotika. Menurut Peirce, logika harus mempelajari bagaimana orang bernalar.²⁷

C. Pesan

1. Pengertian Pesan

Pesan merupakan acuan dari berita atau peristiwa yang disampaikan melalui media-media. Suatu pesan memiliki dampak yang dapat mempengaruhi

²⁷Bambang Mudjiyanto dan Emilsyah Nur “Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi” Jurnal Penelitian Komunikasi, VOL.16, No. 1, April 2013.

pemikiran khalayak pembaca atau pemirsa, karenanya pesan bisa bersifat bebas dengan adanya suatu etika yang menjadi tanggung jawab pesan itu sendiri.²⁸

Pesan adalah sebuah gagasan atau pemikiran yang telah di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima. Pesan-pesan bisa berbentuk sinyal, simbol, tanda-tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspon oleh penerima.

Pesan artinya perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain. Dalam studi retorik dan komunikasi, pesan diartikan sebagai informasi yang disampaikan dengan kata-kata (dalam ucapan atau tulisan), atau tanda dan simbol lainnya. Sebuah pesan (verbal atau non-verbal atau keduanya) adalah isi dari proses komunikasi. Pengirim menyampaikan pesan kepada penerima.²⁹

2. Bentuk-bentuk pesan

Pesan dapat diartikan pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang-lambang atau simbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat terbentuk melalui beberapa unsur, di antaranya:

- a. Verbal: symbol diucapkan atau tertulis
- b. Non verbal: symbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat atau gambar lukisan dan warna.

²⁸ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta:Kencana,2009), Hal.246

²⁹KBBI Daring, 2021. Diakses 06 Juni 2022 dari <https://senikomunikasi.com/pengertian-pesan-dalam-komunikasi/>

3. Pesan moral

Pesan moral ialah amanat berupa nilai-nilai dan norma–norma yang menjadi pegangan seseorang dalam mengatur tingkah lakunya dalam kehidupan bermasyarakat.

D. Perundungan

Perundungan merupakan suatu perilaku negatif berulang yang bermaksud menyebabkan ketidaksenangan atau menyakiti orang lain, baik satu atau beberapa orang secara langsung terhadap seseorang yang tidak mampu melawannya. Perundungan meliputi pemanggilan nama yang mengejek, membuat komentar yang menyinggung, tendangan, memukul, mendorong, mengambil barang, sentuhan yang tidak pantas, memproduksi grafiti yang menyinggung, menyebarkan desas-desus yang menyakitkan dan tidak benar, atau selalu meninggalkan seseorang di luar kelompok. Perundungan terkadang bias meliputi pelecehan. Hal ini didefinisikan sebagai perilaku yang tidak diinginkan yang melanggar martabat seseorang atau menciptakan lingkungan yang mengintimidasi, bermusuhan, merendahkan, atau memalukan. Permasalahan perundungan yang kerap dilakukan secara sengaja, tetapi pelaku sering kali tidak menyadari bahwa tindakan yang mereka anggap bercanda merupakan tindakan yang sudah masuk ke ranah perundungan.³⁰

Perundungan dalam iklan ini tidak hanya terlihat dari bentuk-bentuk tindakan saja, namun rasisime juga terlihat pada setiap scene yang diperankan

³⁰ Kusuma Atmaja H, Bima Wicandra O, Asthararianty, *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Video Web Series Tentang Perundungan Dengan Alasan Bercanda*, Jurnal Dkv Adiwarna, (2018)

oleh anak difabel ini. Pemeran difabel yang merupakan keturunan campuran dari China. Intoleransi dalam iklan ini terlihat sangat jelas ketika aksi perundungan yang dialami anak difabel ini dilakukan secara sadar oleh beberapa orang anak yang memang keturunan asli Indonesia. Tanda ini bisa dilihat dari fisik dari masing-masing pemeran.

Q.s. Al-Hujjarat ayat 13 :“ Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa”

Penjelasan dalam surah diatas menegaskan berbagai macam bentuk suku dan ras yang ada di bumi bertujuan agar apapun perbedaan yang tampak bukan menjadi satu tujuan untuk menjatuhkan. Seperti kasus yang ada dalam iklan ini, ras berbeda yang ada pada kedua pemeran bukan menjadi suatu kendala untuk proses bersosial, baik dari ras yang berbeda ataupun perbedaan fisik yang menonjol bukan menjadi suatu kendala.

Salah satu ayat yang menjelaskan : “ Bisa jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan bisa jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui” (Q.s Al-Baqarah :216)

Dalam kasus perundungan Indonesia memiliki beberapa hukum yang melindungi korban perundungan yang telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, yaitu:

(1) Pasal 16 Ayat 1

Setiap anak berhak memperoleh perlindungan dari sasaran penganiayaan, penyiksaan atau penjatuhan hukuman yang tidak manusiawi.

(2) Pasal 18

Setiap anak yang menjadi korban atau pelaku tindak pidana berhak memperoleh bantuan hukum dan bantuan lainnya.

(3) pasal 20

Negara, Pemerintah, masyarakat, keluarga, dan orang tua berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan perlindungan anak.

E. Difabel

Difabel bermakna bahwa disabilitas mungkin saja mengakibatkan seseorang tidak mampu melakukan sesuatu secara normal, tetapi difabel masih dapat melakukannya dengan cara yang berbeda. Berjalan, misalnya adalah cara untuk melakukan mobilitas dari suatu tempat ketempat yang lain. Mereka yang tidak memiliki kaki, bisa saja melakukan mobilitas dengan kursi roda.

Sumber persoalan 'normal' dan 'cacat' yang menopang konstruksi social istilah penyandang cacat dan melahirkan berbagai diskriminasi terhadap difabel, mulai dari diskriminasi ekonomi, subordinasi, dan stereotyping, kekerasan, dan

penyempitan akses sosial. Kata lain pergantian istilah ini adalah bagian dari upaya mengikat makna baru untuk melawan diskriminasi terhadap kaum difabel.³¹

F. Iklan

1. Pengertian iklan

Iklan adalah suatu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan tentang suatu produk, layanan, ataupun informasi lainnya. Iklan adalah suatu bentuk promosi yang praktis, ekonomis, namun menjanjikan ekspektasi tinggi untuk membentuk nilai *benchmarking* produk atau jasa di mata konsumen.³²

Iklan atau advertising di definisikan sebagai “*any paid from of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*” (setiap bentuk komunikasi mengenai nonpersonal mengenai suatu produk, organisasi, produk, servis atau ide yang dibayar satu sponsor yang diketahui).

Suatu iklan melibatkan media massa (TV, radio, majalah, koran) yang dapat mengriminkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan.³³

Klasifikasi Iklan Menurut Alo Wiwileri (1992) mempunyai pendapat nya sendiri tentang jenis periklanan dapat dibagi dalam 2 kategori utama secara umum

³¹ Arif Maftuhin, *Mengikat Makna Diskriminasi: Penyandang Cacat, Difabel, dan Penyandang Disabilitas*, Vol. 3, No. 2, Juli-Desember 2016, hlm 139-162

³² Komsarial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kompas Gramedia), 2.

³³ Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), Hal.17.

dan khusus. Alo Wiwileri membagi dalam dua klasifikasi besar yaitu pembagian secara umum dan khusus.

2. Bentuk-bentuk iklan

a. Iklan tanggung jawab sosial

Iklan yang di rancang untuk menyebarkan informasi dan mendidik untuk membentuk sikap masyarakat agar dapat bertanggung jawab atas masalah sosial.

b. Iklan bantahan

Iklan bantahan adalah iklan yang disampaikan melalui media massa untuk menyangkal dan memperbaiki citra perusahaan, individu atau produk yang telah tercemar oleh masyarakat karna informasi yang tidak benar.

c. Iklan pembelaan

Iklan ini merupakan kebalikan dari iklan bantahan. Jika iklan bantahan pengiklanan dapat dapat diperdebatkan, maka dalam iklan pembelaan, komunikator dapat membela komunikator (dirinya sendiri). Tujuan dari iklan tersebut adalah untuk mendapatkan simpati publik terhadap perusahaan pada posisi yang tepat.

d. Iklan perbaikan

Iklan yang digunakan untuk memperbaiki pesan-pesan tentang suatu hal yang terlanjur salah dan disebarluaskan melalui media. Istilah lain dari iklan ini adalah iklan ralat atau iklan pembedulan.

e. Iklan keluarga

Iklan keluarga adalah iklan yang isinya merupakan pemberitahuan terjadinya peristiwa keluarga yang dikeluarkan oleh iklan tersebut kepada masyarakat. Iklan keluarga biasanya berbentuk kolom dan tampilan, berisi lebih sedikit ilustrasi grafis dan lebih mengandalkan pesan tertulis.

f. Iklan cetak yaitu iklan yang dibuat dan dipasang dengan menggunakan teknik cetak, baik cetak menggunakan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi. Beberapa bentuk iklan cetak : surat kabar, baliho, spanduk, dan lain-lain.

g. Iklan baris disebut iklan baris karena pesan yang dibuat hanya terdiri dari beberapa baris kata atau kalimat saja dan biaya yang dikenakan dihitung perbaris, dan harganya relatif murah

h. Iklan kolom memiliki lebar hanya satu kolom namun lebih tinggi dibandingkan dari pada iklan baris. Selain pesan verbal dimungkinkan juga penulisan nonverbal sebagai ilustrasi gambar, simbol, lambang maupun tanda-tanda visual lainnya meski tidak terlalu bervariasi dan sangat terbatas.

i. Iklan display lebih luas dari iklan kolom sehingga dapat mendisplay (memperlihatkan) ilustrasi berupa gambar baik foto ataupun grafis dalam ukuran yang lebih besar disamping pesan verbal yang tertulis, umumnya digunakan oleh organisasi baik bisnis maupun sosial.

j. iklan radio iklan yang dipasang melalui radio

memiliki karakteristik yang khas yaitu hanya dapat didengar melalui audio saja yang merupakan perpaduan dari kata-kata, music, atau dan effect.

k. iklan televisi mengandung unsur suara, gerak dan gambar.³⁴

3. Hubungan iklan dengan semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Hal itu berupa pengalaman, pikiran, gagasan, atau perasaan. Tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu, apabila “sesuatu” disampaikan melalui tanda dari pengirim kepada penerima, maka sesuatu tersebut bias disebut sebagai “pesan” Iklan dalam konteks semiotika dapat diamati sebagai suatu upaya menyampaikan pesan dengan menggunakan seperangkat tanda dalam suatu sistem. Dalam semiotika, iklan dapat diamati dan dibuat berdasarkan suatu hubungan antara *signifier* (*signifiant*) atau penanda dan *signified* (*signifie*) atau petanda, seperti halnya tanda pada umumnya, yang merupakan kesatuan yang tidak bisa dilepaskan antara penanda dan petanda.³⁵

G. Kontenpillar

Content pillar adalah pilar topik yang dapat merepresentasikan nilai dan ciri khas dari suatu brand kepada audiens. *Content pillar* ini diharapkan dapat

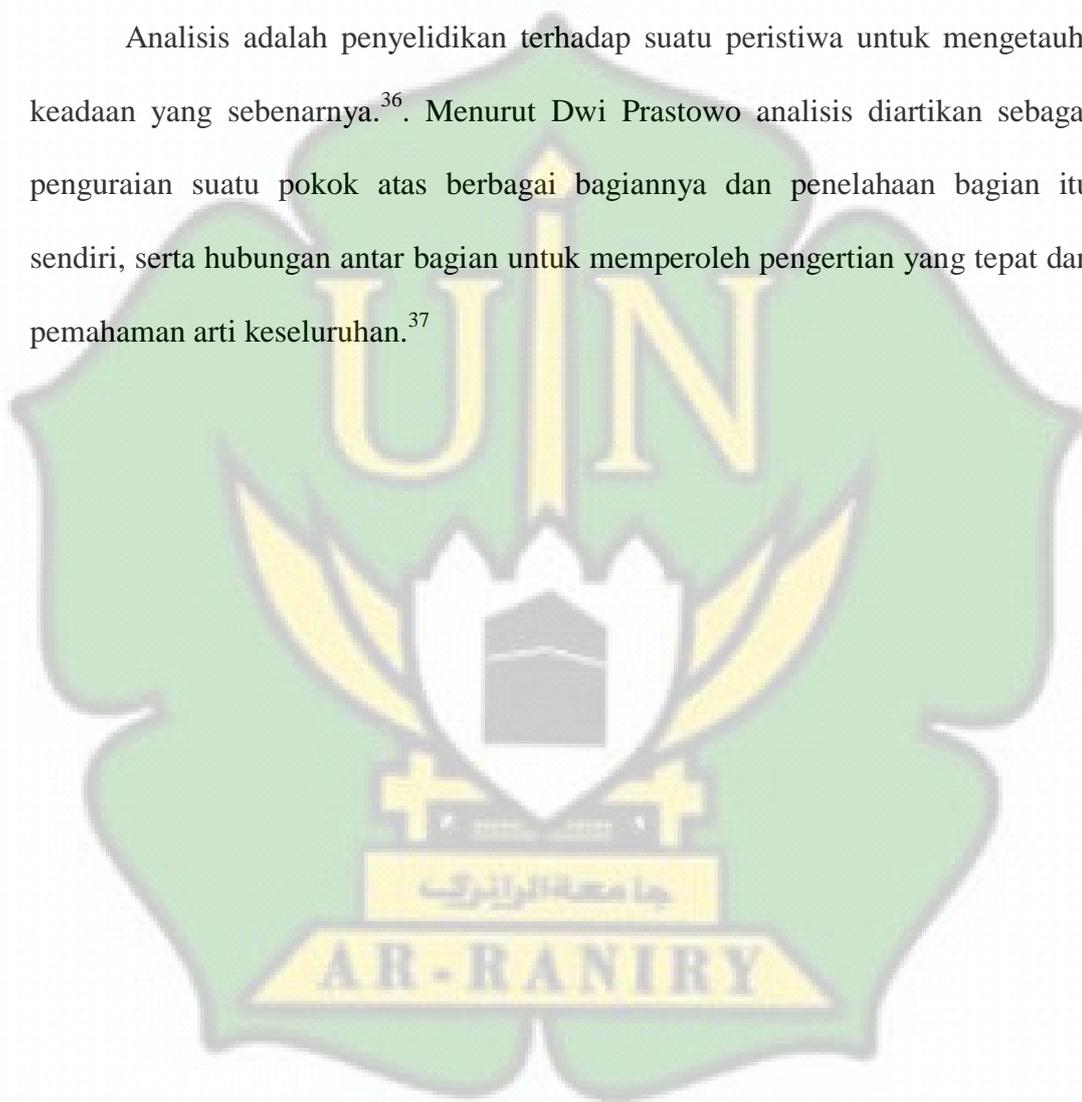
³⁴Finnah Fourqaniah, Muhammaf Fikry Aransyah, Pengantar Periklanan, (Lekeisha: Klaten, 2020).Hal,41.

³⁵ Panuti Sudjiman dan Aart Van Zoest, “Serba-serbi Semiotika”(PT Gramedia Pustaka, 2020)

membantu merepresentasikan brand melalui konten yang konsisten. *Content pillar* sebagai bentuk untuk edukasi, promosi, dan sosial.

H. Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.³⁶ Menurut Dwi Prastowo analisis diartikan sebagai penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.³⁷



³⁶ Aplikasi KBBI Offline 1.3.

³⁷ Aris Kurniawan, *13 Pengertian Analisis Menurut Para Ahli*, Tersedia: <http://www.gurupendidikan.com/13-pengertian-analisis-menurut-para-ahli-didunia/>, Diakses pada tanggal 16 November 2021.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif (qualitative research) menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian ini menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Erickson menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.

Dari beberapa pendapat ahli, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³⁸

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti akan memfokuskan pada Analisis semiotika Makna pesan pada iklan biskuit My Buddy karena peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang pesan dan makna yang terdapat dalam iklan tersebut sehingga dapat memahami lebih dalam lagi untuk kelangsungan berkehidupan sosial.

³⁸ Albi anggito dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Sukabumi: Cv Jejak,2018), Hal.7.

B. Pendekatan Penelitian Semiotika

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian analisis semiotika. Semiotika, sebagaimana dijelaskan oleh Ferdinand de Saussure dalam *Course in general linguistics*, adalah “ilmu yang mempelajari peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari struktur, jenis, tipologi, serta relasi-relasi tanda dalam penggunaannya didalam masyarakat.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah iklan Biskuit *My buddy*. Iklan ini menampilkan sisi kepribadian yang tangguh dalam tokoh pemeran utama yaitu anak difabel. Seperti yang saat ini marak terjadi kasus perundungan di Indonesia terutama pada anak sekolah.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah berupa potongan gambar dari video iklan Biskuit *My Buddy* yang telah dibagi menjadi beberapa gambar atau scene yang kemudian di analisis menggunakan semiotika Roland Barthes.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu dengan menganalisis objek penelitian, adegan-adegan dan scene yang terdapat dalam iklan biskuit versi *my buddy*.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data tersebut. Data sekunder biasanya dalam bentuk file dokumen melalui orang lain. Peneliti akan mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, melalui buku, jurnal *online*, artikel berita dan penelitian terdahulu sebagai pelengkap data.

E. Teknik pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara aktual baik tentang institusi social, ekonomi, atau politik ataupun suatu daerah. Teknik observasi yang peneliti gunakan adalah bersifat langsung metode ini untuk memperoleh gambaran mengenai analisis apa yang peneliti gunakan .

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, file atau dokumen yang digunakan sebagai bahan referensi yaitu adegan atau *sceney* yang telah penulis kategorisasikan dalam iklan biskuit *my buddy*. Dokumen yang telah diperoleh ini nantinya akan dianalisa, dibandingkan, dan dipadukan membentuk suatu kajian yang sistematis, padu, dan utuh.

3. Studi pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian. Dalam hal ini, penulis menggunakan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data. Hal tersebut merupakan data sekunder yang digunakan untuk membantu proses penelitian dengan mengumpulkan informasi yang terdapat dalam artikel, buku-buku, maupun karya ilmiah pada penelitian sebelumnya.

F. Teknik Analisis Data

Data yang di analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik semiotika, ialah dengan cara mengamati sistem tanda. Ia memaknai dan menginterpretasi-kannya dengan menggunakan sistem signifikasi.

Roland Barthes dengan elemen denotasi, konotasi, dan mitos. Elemen-elemen yang terdapat pada signifikasi Roland Barthes yaitu :

1. Denotasi, memahami makna tanda melalui petanda dan penanda yang saling berubungan.
2. Konotasi, pemaknaan yang bersifat subjektif. Terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai di dalam unsur kebudayaan.
3. Mitos, merupakan ideologi yang ada pada masyarakat. Sesuatu yang terbentuk dalam nilai-nilai kebudayaan serta pemahaman terhadap budaya itu sendiri. Ideologi ada selama kebudayaan itu ada. Mitos memiliki pengertian yang lebih mendalam lagi dibandingkan konotasi

karena terkait dengan sosial, budaya, historis, serta ideologi yang ada di dalam masyarakat.³⁹

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Berdasarkan proses pemaknaan menurut Barthes yang melalui tiga tahap yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data yang menggali kebenaran data atau informasi melalui sumber yang berbeda. Analisis data dalam iklan “BiskuatMy buddy “ yang menjadi objek pada penelitian ini dilakukan dengan mengartikan adegan atau scene yang muncul dalam iklan ini.

³⁹ Devia Riri Apriani, *Analisis Semiotika Iklan Bukalapak Versi “Ceo Minta Maaf” Di Media Sosial Youtube*, (Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo, 2017),Hal.52

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Iklan Biskuat *My Buddy*

Baru-baru ini ada dua iklan yang memasukan unsur kebudayaan difabel dalam isi iklannya. Iklan pertama adalah iklan biskuat, sebuah biskuat yang diproduksi oleh Mondelez Indonesia. Merek ini dikenal sebagai tiger di Negara-negara Asia Tenggara selain Indonesia dan menyasar konsumen anak-anak usia 5-11 tahun. Skena iklan juga menggunakan peran anak-anak usia tersebut.

Iklan ini mengambil *setting* disebuah sekolah. Dalam jalinan cerita awalnya, dikisahkan ada seorang anak tuli yang sedang terkena perundungan oleh teman-teman sekolahnya. Karakteristik tuli terlihat dari alat bantu dengar yang ia gunakan. Anak tuli ini diam saja saat teman-temannya melakukan perundungan terhadapnya. Dalam adegan selanjutnya, anak yang melakukan perundungan tidak sengaja melihat anak tuli ini sedang berlatih olahraga beladiri dengan orang yang lebih dewasa.

Adegan selanjutnya diakhiri dengan anak yang melakukan perundungan yang mendekati anak tuli dan bertanya mengapa selama ini ia diam saja. Anak tuli menjawab dengan bahasa isyarat beserta *caption* “Ayahku bilang, kuat itu ada didalam hati dan pikiran”.

Baik disadari atau tidak disadari oleh pembuat iklan yang disampaikan oleh iklan biskuat ini terkait isu difabel usia sekolah. Pertama, kasus perundungan terhadap difabel memang realitas yang banyak terjadi baik

didalam lingkungan sekolah ataupun diluar sekolah. Masih hangat, berita tentang penganiayaan yang berujung pada tewasnya anak difabel disebuah tempat pelayanan anak dinas social kota Pontianak. Masih teringat pula, kisah perundungan terhadap mahasiswa difabel disebuah perguruan tinggi swasta di Jakarta. Belum juga berbagai kisah perundungan terhadap difabel yang tidak terekspos oleh media, atau ditutup-tutupi oleh keluarga. Kekuatan iklan memang besar dalam mengubah persepsi. Studi dari Nielsen pada 2018 menunjukkan bahwa durasi menonton tv masih tertinggi, yaitu rata-rata 4 jam 53 menit setiap harinya. Durasi mengakses internet menjadi tertinggi kedua yaitu rata-rata 3 jam 14 menit perharinya. Disusul mendengar radio 2 jam 11 menit, membaca Koran 31 menit dan membaca majalah 24 menit. Dengan durasi jam tersebut, iklan yang muncul di media seperti televisi berpotensi besar bias mengubah persepsi orang yang menontonnya. Apa yang terus menerus muncul dan kita lihat memang bisa secara tidak sadar masuk kedalam alam bawah sadar kita. Begitulah fungsi iklan yang diputar terus menerus. Kadang kita tidak sadar menirukan nada jargon sebuah iklan yang sebenarnya kita tidak niatkan untuk mengingatnya.⁴⁰

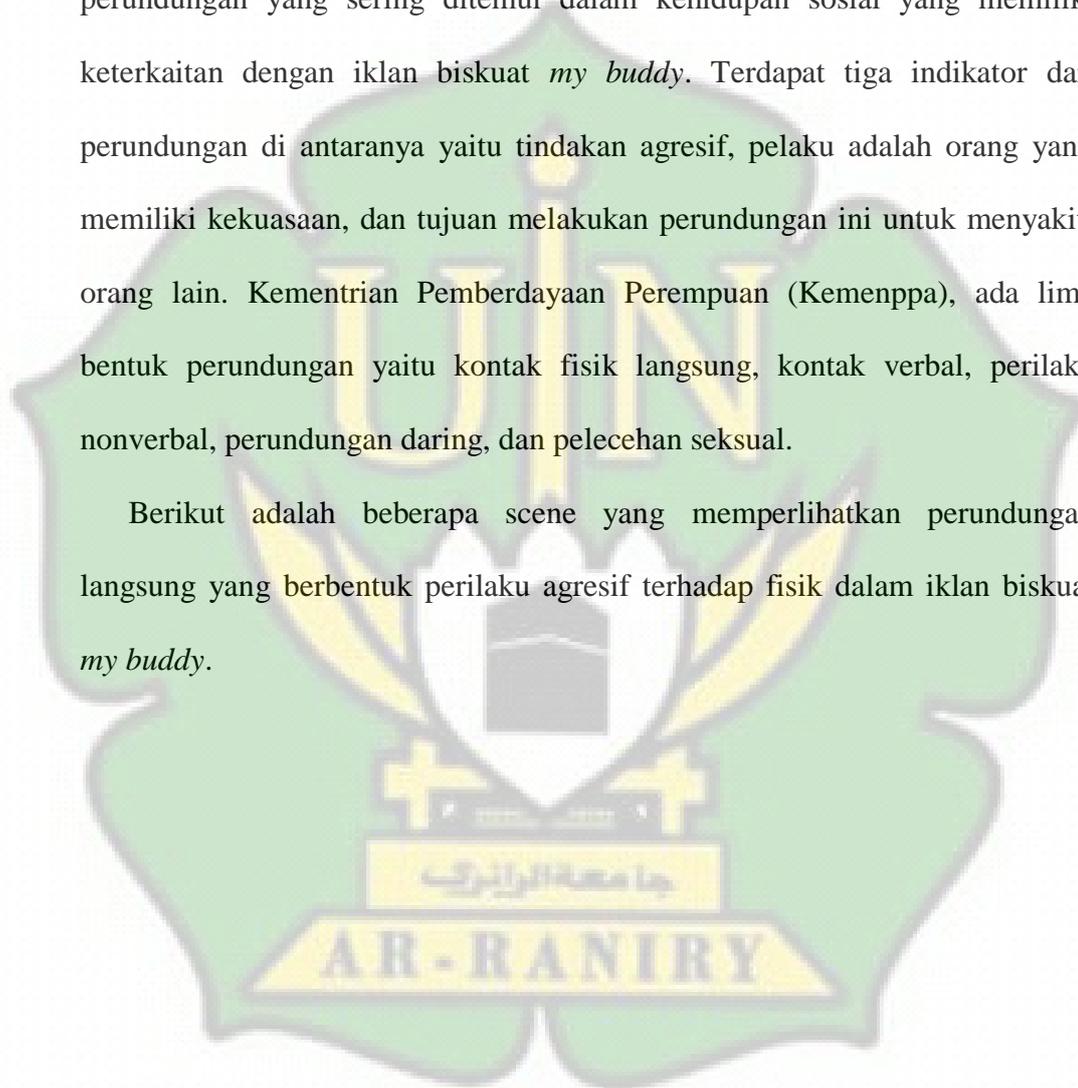
⁴⁰<https://www.solider.id/baca/5385-difabel-dalam-media-arus-utama-upaya-mengubah-persepsi>, diakses pada tanggal 16 November 2021.

B. Bentuk-bentuk perundungan pada anak difabel dalam iklan biskuat

my buddy

Pada bab ini, peneliti akan membahas tentang apa saja bentuk-bentuk perundungan yang sering ditemui dalam kehidupan sosial yang memiliki keterkaitan dengan iklan biskuat *my buddy*. Terdapat tiga indikator dari perundungan di antaranya yaitu tindakan agresif, pelaku adalah orang yang memiliki kekuasaan, dan tujuan melakukan perundungan ini untuk menyakiti orang lain. Kementerian Pemberdayaan Perempuan (Kemenppa), ada lima bentuk perundungan yaitu kontak fisik langsung, kontak verbal, perilaku nonverbal, perundungan daring, dan pelecehan seksual.

Berikut adalah beberapa scene yang memperlihatkan perundungan langsung yang berbentuk perilaku agresif terhadap fisik dalam iklan biskuat *my buddy*.



Hasil Observasi dan Pengamatan semiotika pada Iklan Biskuat *My Buddy*

Table 4.1 penjelasan scene 1

Scene : 1



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat beberapa orang anak yang memakai seragam sekolah berwarna putih dan merah sedang berjalan dan memakan sebungkus biskuat	Beberapa orang anak ini dengan sengaja menjatuhkan anak tunarungu dengan menyinggung bagian bahu secara keras karna rasa tidak suka.	Perundungan yang dilakukan dengan sengaja oleh beberapa orang anak, seperti rasa tidak menyukai dan rasa ingin melakukan hal-hal buruk yang menyakiti lainnya.

Sumber : Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi Pada scene 1 : Menjelaskan bahwa suasana yang berlatar disebuah lorong sekolah dan terdapat beberapa orang anak yang sedang melakukan interaksi menjelaskan sebagai makna dari denotasi. Namun pada makna yang sebenarnya ketiga orang anak yang terlihat jelas pada scene ini ingin melakukan perundungan dengan cara menyinggung bahu dari anak difabel ini.

Tabel 4.2 Penjelasan analisis scene 2

Scene : 2



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat anak tuna rungu sedang memandang kearah seorang anak dengan ekspresi yang merengut.	Anak tunarungu ini didorong dengan keras oleh beberapa orang anak, sehingga terjatuh kedaras lantai	Perundungan yang dilakukan dengan sengaja oleh beberapa orang anak, seperti rasa tidak menyukai.

Sumber : Postingan akun youtube ReservoirChannel

Narasi pada scene 2 menjelaskan : Terlihat jelas anak difabel ini terjatu didasar lantai. Pada makna yang sebenarnya, anak difabel ini telah menerima perlakuan tidak baik secara kontak fisik. Dengan ekspresi wajah yang terdiam dan memelas cukup menggambarkan, kita sebagai penonton dari iklan ini merasa sedih.

Tabel 4.3 Penjelasan analisis scene 3

Scene : 3



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat beberapa orang anak yang memakai seragam sekolah berwarna putih dan merah	Beberapa orang anak ini terlihat sedang membuka tas dan terlihat beberapa buku ikut terjatuh secara bersamaan, serta 2 orang anak lain nya sedang tertawa dan menunjukan ke arah anak yang terdiam tersebut.	Perundungan yang dilakukan dengan sengaja oleh beberapa orang anak, seperti rasa tidak menyukai dan rasa ingin melakukan tindakan secara sadar kepada anak yang hanya diam ini.

Sumber : Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 3 menjelaskan : Terlihat jelas tiga orang anak yang ada pada scene sebelumnya melakukan kembali aksi perlakuan tidak baik mereka kepada anak difabel dengan mencegat nya setelah jam belajar selesai. Buku-buku yang sengaja dijatuhkan kedaras lantai membuat anak difabel ini hanya bisa terdiam.

Anak difabel ini tidak membalas ataupun melawan setiap mendapat perlakuan tidak baik dari ketiga anak tersebut.

Tabel 4.4 Penjelasan analisis scene 4

Scene : 4



Denotasi	Konotasi	Mitos
Berlatar disebuah ruangan kelas, beberapa orang anak memperhatikan anak tunarungu sedang berjalan dan melihat kearah bawah.	Perlakuan tidak baik dengan menyilangkan kaki ketika anak tunarungu ini berjalan, bertujuan agar anak tunarungu ini terjatuh	Ini menunjukkan bahwa rasa tidak suka terhadap seseorang mampu untuk menyakiti dengan cara apapun.

Sumber: Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 4 menjelaskan :Berlatar diruangan belajar, terlihat anak-anak pada scene ini berkegiatan seperti normal. Namun scene memperlihatkan ketiga anak tersebut kembali melakukan aksi tidak menyenangkan kepada anak difabel ini. Mereka sengaja meletakkan kaki ketika anak difabel ini sedang berjalan.

Tabel 4.5 Penjelasan analisis scene 5

Scene:5



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat beberapa orang anak tertawa, dan seorang anak terjatuh dan memegang meja.	Anak tunarungu tersebut jatuh yang disebabkan oleh perlakuan tidak baik dari ketiga orang anak tersebut.	Dalam hal ini menunjukkan rasa yang timbul dari hati seseorang mampu untuk menyakiti tanpa alasan.

Sumber: Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 5 menjelaskan : Terlihat pada ekspresi wajah ketiga anak tersebut tersenyum tipis. Dan anak difabel terjatuh memegang meja. Aksi ketiga anak tersebut berhasil kembali untuk merunding anak difabel ini.

Tabel 4.6 Penjelasan analisis scene 6

Scene : 6



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat tiga orang anak sedang bersepeda dan berpisah arah.	Ketiga anak tersebut ingin pulang kerumah masing-masing ketika selesai bermain.	Dalam hal ini menunjukkan bahwa ketetapan waktu untuk bermain telah dipatuhi seorang anak untuk pulang kerumah.

Sumber: Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 6 menjelaskan : Ketiga anak yang ada pada scene lalu, terlihat bersepeda san selesai bermain. Mereka hendak pulang pada arah yang berbeda.

Tabel 4.7 Penjelasan analisis scene 7

Scene : 7



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat seorang anak disebuah halaman terbuka, dibatasi dengan sebuah pagar besi dan beberapa tanaman pohon disekitarnya.	Anak yang terdapat pada gambar tersebut membawa sebuah sepeda dan terdiam bingung melihat sesuatu	Sebelumnya anak tersebut bingung dan tidak percaya terhadap apa yang dilihatnya.

Sumber : Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 7 menjelaskan : Berlatar disebuah halaman rumah, salah satu anak yang melakukan perundungan itu terdiam sejenak. Ia melihat sesuatu yang membuatnya tidak percaya akan satu hal.

Tabel 4.8 Penjelasan analisis scene 8

Scene : 8



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat seorang anak sedang terdiam dengan mata tajam melihat sesuatu.	Berlatar disebuah halaman rumah, anak ini terlihat sangat terkejut melihat satu hal yang sangat membuatnya tidak percaya.	Anak yang terdiam tersebut bingung dan penasaran terhadap apa yang ia lihat dengan rasa yang tidak percaya.

Sumber: Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 8 menjelaskan : Terlihat anak ini terdiam dan raut wajahnya membisu. Matanya terbuka lebar. Hal ini menunjukkan bahwa sesuatu yang ia lihat benar-benar membuatnya tidak percaya akan satu hal.

Tabel 4.9 Penjelasan analisis scene 9

Scene : 9



Denotasi	Konotasi	Mitos
Dua orang terlihat di teras rumah sedang melakukan sesuatu.	Dua orang di halaman rumah, satu orang dewasa dan satu lagi seorang anak kecil, terlihat anak kecil tersebut menyilangkan kakinya dan memeluk laki-laki dewasa tersebut	Anak kecil dan laki-laki dewasa tersebut sedang melakukan kegiatan taekwondo, dan pertarungan didominasi oleh anak kecil tersebut. Mereka terlihat sangat serius

Sumber: Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 9 menjelaskan : Dua orang yang terlihat di halaman rumah sedang melakukan kegiatan beladiri. Makna yang sebenarnya, salah satu dari mereka adalah anak tunarungu yang mendominasi olahraga tersebut.

Tabel 4.10 Penjelasan analisis scene 10

Scene : 10



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat dua orang anak yang memakai seragam sekolah berwarna putih dan merah. Beberapa diantara nya sedang berlari.	Diantara mereka ada yang berekspresi diam dan bingung	Dalam hal ini menunjukkan bahwa dua orang anak ini sedang berbicara dan menjelaskan sesuatu hal yang diantara mereka saling tidak percaya akan satu hal.

Sumber: Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi pada scene 10 menjelaskan : Latar berpindah di halaman sekolah. Dua orang anak terlihat sedang berbicara. Makna yang sebenarnya adalah, anak yang melakukan perundungan tersebut ingin bertanya akan satu hal kepada anak difabel ini. Mengapa anak difabel ini tidak pernah melakukan bentuk pembelaan diri ataupun membalas perbuatan tidak menyenangkan yang ia dapatkan.

Tabel 4.11 Penjelasan analisis scene 11

Scene : 11



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat beberapa orang anak yang memakai seragam sekolah berwarna putih dan merah memenuhi sebuah halaman.	Berlatar disebuah halaman sekolah, anak yang sedang menulis pada buku kecil di lihat secara bingung dengan anak yang berada disampingnya.	Anak yang terdiam tersebut bingung dan penasaran terhadap apa yang ditulis anak yang tidak berbicara ini

Sumber : Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi scene 11 menjelaskan : Dua orang anak tersebut sedang melakukan proses komunikasi. Tetapi, anak difabel menyampaikan pesan lewat sebuah buku dan menulisnya.

Tabel 4.12 Penjelasan analisis scene 12

Scene : 12



Denotasi	Konotasi	Mitos
Terlihat seorang anak yang tersenyum tipis dan jari telunjuknya mengarah ke kepala dan telunjuk sebelah lagi mengarah ke dadanya.	Adanya tulisan yang muncul dilayar kamera bertuliskan “ Ayahku bilang, kekuatan itu adanya dihati dan pikiran” tulisan yang berwarna merah dan putih melambangkan kesucian dan keberanian.	Dengan tulisan yang tertera tersebut menjelaskan bahwa setiap perbuatan itu pusatnya ada dipikiran dan hati.

Sumber : Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi scene 12 menjelaskan : Dengan bahasa tubuh (*body language*) anak difabel ini menjelaskan bahwa ayah nya pernah berpesan bahwa setiap kekuatan itu berasal dari pikiran dan hati.

Tabel 4.13 Penjelasan analisis scene 13

Scene : 13



Denotasi	Konotasi	Mitos
Dua orang anak tersebut terlihat tersenyum dan sedang makan biskuit bersama	Berlatar di sebuah halaman sekolah, anak yang memakai alat pendengaran tersebut memberikan biskuit kepada anak yang tersenyum senang. Biskuit yang berwarna merah dan bertuliskan putih itu menandakan tekak keberanian yang baik.	Dengan memberikan biskuit dan makan bersama dengan senyum yang penuh makna itu menandakan bahwa situasi dari awal scene yang tidak baik, selanjutnya membaik dan berakhir dengan kedamaian dan senyuman dengan sebuah biskuit yang menyatukan mereka.

Sumber : Postingan akun youtube Reservoir Channel

Narasi scene 13 menjelaskan : Suasana diantara mereka sudah membaik, dengan diakhiri sebungkus biskuit anak difabel tersebut berbagi kepada anak yang melakukan perundungan tersebut.

Setelah melakukan analisis terhadap scene dalam iklan biskuit *my buddy*, maka peneliti akan memaparkan hasil analisis makna konotatif dan denotatif yang terdapat dalam iklan biskuit *my buddy*. Dari tabel yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa setiap scene yang ditampilkan dalam iklan biskuit *my buddy* memiliki dua makna yang diaplikasikan ke dalam signifikasi denotasi dan konotasi. Kedua makna yang didapat dari dua tahap signifikasi tersebut tetap saling berkaitan.

Dari setiap tabel yang dibuat oleh peneliti juga tidak berdiri sendiri karena setiap scene yang satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan dalam membangun sebuah makna yang bisa ditangkap oleh publik. Munculnya beberapa orang anak, tas, buku, baju putih bersabuk merah, seorang laki-laki dewasa serta adanya gambar kemudian situasi di perkarangan sekolah dan perkarangan rumah dalam konteks iklan ini merupakan sebagai penanda (*signifier*). Sesuai dengan pandangan Roland Barthes pada peta semiotiknya yang mengartikan bahwa penanda (*signifier*) adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis dan dibaca.

Roland Barthes mengartikan bahwa petanda (*signified*) adalah gambaran mental, pikiran atau konsep. Penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) sekaligus menjadi sebuah makna denotatif dalam iklan ini. Makna denotasi dalam iklan ini makna yang tampak. Makna konotatif nya dapat dilihat dari penjabaran yang

terdapat disetiap tabel yang dipaparkan sebelumnya dimana penjabarannya telah banyak ditambahkan intepretasi dari penulis sehingga terciptalah makna yang kedua.

Adapun makna yang dapat kita tangkap bahwa produsen dari iklan biskuat *my buddy* mengisyaratkan bahwa produk mereka bisa memberi nilai bagi konsumen tentang makna untuk menghargai kaum disabilitas, serta bagaimana memaknai sesuatu kejahatan tidak harus dibalas dengan hal yang sama. Ini adalah perwujudan semiotika secara jelas yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan kepada publik. Pernyataan diatas merupakan hasil dari analisis penanda atau petanda, konotatif dan denotatif dalam iklan biskuat *my buddy*.

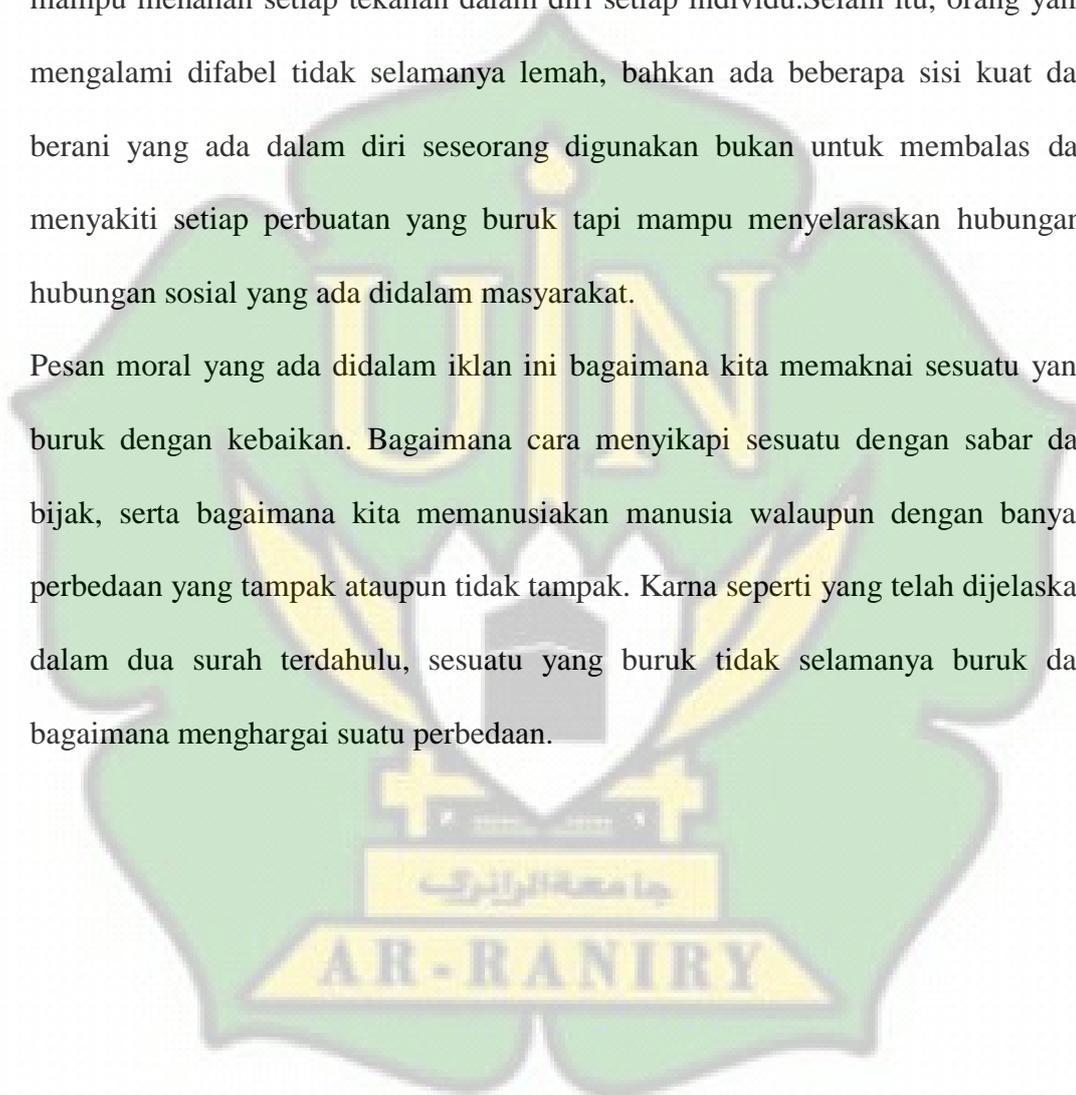
C. Pembahasan

Produksi iklan dibuat untuk melihat adanya suatu realita sosial yang ada di dalam masyarakat terutama pada tindakan *bullying*. Biskuat membuat pencitraan positif yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap pesan yang disampaikan. Dalam iklan ini bentuk perundungan yang dialami seorang anak difabel pada usia sekolah adalah realita yang banyak ditemui saat ini. Kasus perundungan terhadap difabel memang realita yang terjadi pada lingkungan sekolah. Dampak yang terjadi pada korban sangat berpengaruh dan berpotensi mengalami gangguan kecemasan terhadap kesehatan mental bahkan hingga dewasa.

Bullying telah diakui sebagai pemicu dari masalah kesehatan bagi anak sekolah terutama anak pada tahap sekolah dasar, karena berhubungan dengan berbagai masalah termasuk kesehatan mental yang buruk. Maka pesan dari

perundungan pada iklan ini adalah bagaimana memaknai suatu keburukan dengan ketulusan yang telah ada dalam diri seseorang. Serta mengajarkan bagaimana kita untuk bersikap dan melawan pembulyan dengan kepribadian yang tangguh, serta mampu menahan setiap tekanan dalam diri setiap individu. Selain itu, orang yang mengalami difabel tidak selamanya lemah, bahkan ada beberapa sisi kuat dan berani yang ada dalam diri seseorang digunakan bukan untuk membalas dan menyakiti setiap perbuatan yang buruk tapi mampu menyelaraskan hubungan-hubungan sosial yang ada didalam masyarakat.

Pesan moral yang ada didalam iklan ini bagaimana kita memaknai sesuatu yang buruk dengan kebaikan. Bagaimana cara menyikapi sesuatu dengan sabar dan bijak, serta bagaimana kita memanusiakan manusia walaupun dengan banyak perbedaan yang tampak ataupun tidak tampak. Karna seperti yang telah dijelaskan dalam dua surah terdahulu, sesuatu yang buruk tidak selamanya buruk dan bagaimana menghargai suatu perbedaan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan kesimpulan yang diperoleh dari kedelapan scene dalam iklan biskuit *my buddy* yang bertemakan bentuk-bentuk perundungan yang dialami anak difabel adalah sebagai berikut:

1. Makna Denotasi

Makna-makna denotasi yang ditemukan pada kedelapan scene iklan biskuit *my buddy* yang diteliti menyimpulkan bahwa sutradara dan penulis skenario mengambil delapan lokasi. Yang pertama dilakukan di halaman sekolah dengan suasana menegangkan dan buku yang sengaja dijatuhkan, makna denotasi memberikan gambaran pada kita bahwa perlakuan yang tidak baik dilakukan dengan kesadaran yang penuh.

Yang kedua berlokasi di halaman rumah, anak difabel yang sedang berlatih beladiri dengan sungguh-sungguh. Makna denotasi memberikan gambaran bahwa setiap keterbatasan yang ada pada diri seseorang, pasti memiliki kelebihan yang tidak semua orang mengetahui.

Yang ketiga berlokasi di halaman luar pagar. Salah satu anak yang melakukan perundungan tersebut dengan tidak sengaja melihat aksi beladiri yang dilakukan anak difabel tersebut. Makna denotasi memberikan gambaran bahwa sesuatu yang dianggap buruk tidak selamanya akan selalu buruk.

Yang keempat masih berlokasi di halaman rumah, dua orang yang sedang melakukan kegiatan beladiri, tetapi aksi tersebut lebih didominasi oleh anak

difabel tersebut. Makna denotasi memberikan gambar bahwa kekuatan yang dimiliki seseorang tidak diukur dari seberapa besar fisik atau seberapa dewasa usia.

Yang kelima berlokasi di perkarangan sekolah. Dua orang anak yang memakai seragam sekolah sedang berbincang. Makna denotasi memberikan gambaran bahwa komunikasi menyalurkan tentang sesuatu yang ingin disampaikan.

Yang keenam masih berlokasi yang sama, dua orang anak masih terlihat berkomunikasi. Tetapi anak difabel tersebut menulis sesuatu di sebuah buku kecil. Makna denotasi memberikan gambaran bahwa hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi diantara mereka tetap terjalin efektif meski salah satu dari mereka mengalami keterbatasan.

Yang ketujuh berlokasi di tempat yang sama, makna denotasi memberikan gambaran bahwa bahasa isyarat memberikan suatu pesan yang dapat ditangkap oleh komunikan.

Yang terakhir lokasi masih diperkarangan sekolah. Dua orang anak saling berbagi biskuit dengan senyuman diwajah mereka. Makna denotasi memberikan gambaran bahwa sesuatu yang diawali dengan hal buruk, meski tidak membalas dengan cara yang sama pasti akhir dari sebuah permasalahan akan berujung dengan kebaikan.

2. Makna Konotasi

Makna-makna konotasi yang ditemukan pada kedelapan scene iklan biskuit *m buddy* yang diteliti yaitu bagaimana tergambar bahwa tindakan buruk yang dilakukan dengan kesadaran penuh dengan tujuan menyakiti orang lain bukan hal yang dibenarkan. Dengan menggambarkan sekelompok anak-anak yang berlatar disebuah sekolah dan dua orang yang melakukan kegiatan beladiri Menjelaskan bahwa kesabaran yang besar harus ada didalam diri seseorang.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan mengenai iklan ini, yaitu:

1. Diharapkan penonton bisa mencerna apa yang baik yang di tayang oleh iklan biskuit versi *my buddy* ini, sebaiknya kita tidak pasif menerima apa saja yang disuguhkan iklan. Bersikap kritis dan mampu menilai pesan yang sebenarnya ingin disampaikan. Serta makna kehidupan menurut aturan nya sekalipun terhadap anak yang berkebutuhan khusus. Serta dapat mengimplementasikan nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan bersosial.

2. Makna dalam iklan ini sulit jika dicerna secara langsung. Target dari produksi iklan ini juga menyasar anak-anak usia 5-11 tahun. Sehingga penonton perlu menafsirkan pesan sebenarnya yang ingin disampaikan dalam iklan ini. Cerita dalam iklan ini juga tidak terlalu detail, seharusnya dibuat secara detail mengapa dan apa pesan yang sesungguhnya ingin disampaikan. Karena iklan ini berkaitan

dengan kesenjangan sosial yang dialami oleh anak difabel pada usia sekolah. Sehingga bagaimana cara memperlakukan seseorang dengan baik walaupun menyandang keterbatasan, karena pada hakikatnya yang terlihat lemah bukan berarti lemah. Justru kekuatan yang sebenarnya bukan berasal dari fisik, tetapi dari hati dan pikiran.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alo Liliweri, K. S. (2011). *KOMUNIKASI: Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: kencana).
- Apriani, D. R. (2017). *Analisis Semiotika Iklan Bukalapak Versi “Ceo Minta Maaf” Di Media Sosial Youtube*. (Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo).
- Birowo, M. A. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi; Teori dan Aplikasi*. (Yogyakarta: Gitanyali).
- Chirstomy, T. (2004). *Semiotika Budaya*. (Depok: Universitas Indonesia).
- Dkk, A. a. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Sukabumi: Cv Jejak).
- Finnah Fourqaniah, M. F. (2020). *Pengantar Periklanan*. (Klaten: Lekeisha).
- Komsarial Romli. (2017). *Komunikasi Massa*. (Jakarta: Kompas Grammedia).
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana).
- Kurniawan. (2004). *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: Rosda Karya).
- Kurniawan dalam Alex Sobur, S. K. (2004). *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: Rosda Karya).
- Kurniawan, A. (2021). *Pengertian Analisis Menurut Para Ahli*. (Kendari: IAIN Kendari).
- Liliweri, A. (2011). *KOMUNIKASI: Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: kencana).
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Jakarta: Prenadamedia Group).
- Mufid, M. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. (Jakarta: Kencana).
- Pe, D. M. (2012). *Analisis Semiotika Makna Rasisme pada Film 8mil*. (Yogyakarta: UPN Veteran).
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Tresna, I. C. (2021). *Analisis Semiotika Sosok Disabilitas Pada Serial Animasi Nussa*. (Bandung: Universitas Telkom).

Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi*. (Jakarta: Mitra Wacana Media).

Winata, M. I. (2019). *Upaya Meningkatkan Optimisme Penyandang Tunarungu Di Sekolah Luar Biasa Negeri Kota Bengkulu*. (Bengkulu: IAIN Bengkulu).

Zoest, P. S. (2020). *Serba-serbi Semiotika*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka).

Jurnal

Ambar, L. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*,

Bambang Mudjiyanto Jurnal Penelitian Komunikasi, I. d. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa*.

Dkk, F. S. (2017). Ranah. *Jurnal Kajian dan Bahasa*.

Hastuti, S. (2013). Eektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikas*.

H, D. K. (2918). Dwi Fungsi media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Israwati, S. (2011). Peran Media Massa Dalam Membentuk Realitas Sosia. *ACADEMICA Fisip Untad, VOL.03, No.02*.

Israwati, S. (2011). Peran Media Massa Dalam Membentuk Realitas Sosial. *Jurnal ACADEMICA Fisip Untad*.

Kusuma Atmaja H, B. W. (2018). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Video Web Series Tentang Perundungan Dengan Alasan Bercanda. *Jurnal Dkv Adiwarna*.

Lukitaningsih Ambar, ". I. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.

Maftuhins, A. (2016). Mengikat Makna Diskriminasi. *Jurnal Penyandang Cacat, Difabel, dan Penyandang Disabilitas*.

Mudjiyanto, B. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa*.

- Nur, B. M. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikas*.
- Rozaliyani A, W. B. (2019). Bullying (Perundungan) di Lingkungan Pendidikan Kedokteran. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*.
- Setiawan, H. H. (2018). Peran Pekerja Sosial di Sekolah dalam Menangani Perundungan The Role Of Social Workers At Schools In Handling Bullying. *Jurnal kesejahteraan sosial*
- Shandy Widjiyo Putro, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Suardi, S. S. (2020). Edukasi pencegahan perundungan. *Jurnal Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Suherdiana, D. (2008). Konsep Dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmu Dakwah*.
- Sumandiria, A. H. (2006). *Bahasa Jurnalistik; Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

LAMPIRAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.3850/Un.08/FDK/KP.00.4/09/2021

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2021/2022

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Baharuddin AR, M. Si.....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Azman, S.Sos.I., M.I.Kom.....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

- Nama : Irhamna
NIM/Prodi : 170401110/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Biskuit My Buddy

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 30 September 2021 M
23 Safar 1443 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



- Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 29 September 2022