

**ANALISIS PESAN MORAL DALAM IKLAN SAMPO LIFEBOUY
“AKAR KUAT DI BULAN SUCI” EDISI RAMADHAN 2023 DI YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Universitas Ahmad Dahlan



OLEH :

Afifah Asya Azizah

1900030029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PESAN MORAL DALAM IKLAN SAMPO LIFEBOUY
“AKAR KUAT DI BULAN SUCI” EDISI RAMADHAN 2023 DI YOUTUBE**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan**

Oleh:

AFIFAH ASYA AZIZAH

1900030029

Telah Disetujui Oleh :

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan
telah memenuhi syarat untuk diujikan**

Pembimbing

Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn.

NIPM. 19890417201601111226530

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PESAN MORAL DALAM IKLAN SAMPO LIFEBOUY “AKAR
KUAT DI BULAN SUCI” EDISI RAMADHAN 2023 DI YOUTUBE**

SKRIPSI

Oleh:

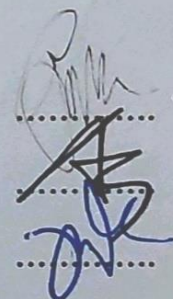
AFIFAH ASYA AZIZAH

1900030029

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada 26 April 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI :

1. Ketua : Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn.
2. Penguji 1 : Anang Masduki, S.Sos.I, M.A. Ph.D
3. Penguji 2 : Indah Wenerda, S.Sn., M.A



Yogyakarta,

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Dekan



Wahjiman, S.S., M.A., Ph.D.

NIPM. 19791218 200309 1110900733

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Asya Azizah

NIM 1900030029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Email : afifah1900030029@webmail.uad.ac.id

Judul : Analisis Pesan Moral Dalam Iklan Sampo Lifebuoy “Akar Kuat di Bulan Suci” Edisi Ramadhan 2023 di Youtube

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

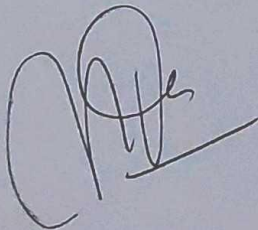
Saya membuat pernyataan ini dengan sungguh-sungguh dan sebenarnya.

Yogyakarta, 06 Januari 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Yang menyatakan



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A

NIPM. 19930605 201810 011 1311335



Afifah Asya Azizah

NIM. 1900030029

Lampiran 2

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Asya Azizah
NIM : 1900030029 Email : afifah1900030029@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Analisis Pesan Moral Dalam Iklan Sampo Lifebuoy “Akar Kuat di Bulan Suci” Edisi Ramadhan 2023 di Youtube

Dengan ini saya menyerahkan hak *sepenuhnya* kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut

Saya (~~mengijinkan~~/~~tidak mengijinkan~~)* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 12 Juni 2024



Afifah Asya Azizah
NIM. 1900030029

Mengetahui,
Pembimbing**



Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn.

NIPM. 19890417201601111226530

Ket:

*coret salah satu

**jika diijinkan TA dipublish maka ditandatangani dosen pembimbing dan mahasiswa

MOTTO

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit”.

(Joko Widodo)

“Tidak ada kata menyerah di dalam hati seorang pejuang. Menang kalah biasa, jangankan menang kalah, mati dalam pertempuran kita siap”.

(Prabowo Subianto)

“Garis *start* dan *finish* tiap orang itu berbeda. Berbanggalah sudah berani memulai, dan bersemangatlah sebentar lagi akan selesai”.

(Nadia Pratiwi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Peneliti persembahkan kepada:

Orang tua Peneliti yang telah memberikan dukungan berupa doa dan usaha tanpa batas.

Bapak Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UAD, atas bimbingan dan arahannya, terutama *support* tulus dari Bapak Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn, selaku dosen pembimbing skripsi.

Teman-teman seperjuangan Prodi Ilmu Komunikasi UAD.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat hidayah-Nya. Sehingga kita masih diberikan izin serta kesempatan untuk menyelesaikan tugas dan kewajiban kita, shalawat serta salam kita haturkan pada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul Analisis Pesan Moral Dalam Iklan Sampo Lifebuoy “Akar Kuat di Bulan Suci” Edisi Ramadhan 2023 di Youtube ini merupakan suatu persyaratan untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Di dalam melakukan penelitian terkait skripsi tersebut, tentunya Peneliti tidak dapat bekerja maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini, Peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. Muchlas, M.T, selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran S.S., M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

5. Gibbran Prathisara, S.Sn., M.Sn, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan dukungan, arahan, serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Anang Masduki, S.Sos.I, M.A. Ph.D selaku dosen penguji skripsi 1.
7. Indah Wenerda, S.Sn.,M.A selaku dosen penguji skripsi 2.
8. Bapak/ Ibu dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
9. Bapak/ Ibu segenap karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
10. Orang tua Peneliti yang memberikan dukungan baik doa, maupun mengupayakan segala hal untuk mendukung studi Peneliti.
11. Teman-teman Ilkom A : Cici Sriandini, Era Almelinda, Nadia Pratiwi, dan Eri Theayana Airawata yang selalu kebersamai Peneliti.
12. Dian Puspa Widyaningrum, Annisah Ramadhani Savirnurvia, dan Muhammad Nurchalis Majid Triyanto, yang turut memberikan semangat dan dukungan hingga saat ini.

Akhir kata Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, dan Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam kajian Ilmu Komunikasi.

Yogyakarta, 06 Januari 2024

Afifah Asya Azizah

INTISARI

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun citra produk yang dimiliki pada konsumen dibangun dengan konsep unik dan kreatif agar menarik perhatian pada produk yang ditawarkan. Sarana yang saat ini dapat dimaksimalkan untuk menjangkau masyarakat adalah melalui media online YouTube. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan Unilever salah satunya adalah produk sampo Lifebuoy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan yang merepresentasikan makna kuat dalam iklan sampo Lifebuoy “Akar kuat di bulan suci” edisi ramadhan 2023 di Youtube.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Dalam analisis semiotika Roland Barthes terdapat tiga menandaan yaitu melalui denotasi, konotasi, dan mitos. Untuk mengidentifikasi scene yang terdapat dalam iklan tersebut, menggunakan teori pesan moral menurut Nurgiantoro dalam buku teori Pengkajian Fiksi. Dalam buku tersebut pesan miral dibagi menjadi tiga yaitu moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri, moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain, dan moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan.

Hasil penelitian yang didapatkan bahwasanya di dalam iklan sampo Lifebuoy terdapat makna pesan moral antara lain moral hubungan manusia dengan dirinya sendiri yang terdapat dalam scene yang menampilkan seorang anak dapat kuat menahan segala cobaan baik ketika berpuasa maupun cobaan dalam hidupnya, selanjutnya moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain yang terdapat dalam scene tolong menolong pada sesama dengan berbagi takjil gratis, dan moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan yang menampilkan scene ayah dan anak yang taat melaksanakan kewajiban dalam agama

Kata Kunci: iklan, makna pesan, youtube

Abstrak

The strategy carried out by the company to build its product image to consumers is built with a unique and creative concept in order to attract attention to the products offered. The means that can currently be maximized to reach the public is through YouTube online media. This is also done by Unilever companies, one of which is Lifebuoy shampoo products. This study aims to determine the meaning of messages that represent strong meaning in Lifebuoy shampoo advertisements "Strong roots in the holy month" Ramadan 2023 edition on Youtube.

This research uses a type of qualitative research with the Roland Barthes Semiotics analysis method. In Roland Barthes' semiotic analysis, there are three signs, namely through denotation, connotation, and myth. To identify the scene contained in the advertisement, using the theory of moral messages according to Nurgiantoro in the book Theory of Fiction Studies. In the book, moral messages are divided into three, namely morals in human relationships with themselves, morals in human relationships with other humans, and morals in human relationships with God.

The results of the research obtained that in the Lifebuoy shampoo advertisement there is the meaning of moral messages, including the moral relationship between man and himself contained in a scene that shows a child can withstand all trials both when fasting and trials in his life, then morals in human relations with other humans contained in the scene helping others by sharing free takjil, and morals in human relations with God which shows a scene of a father and son who obey their religious obligations.

Keywords: advertising, message meaning, youtube

Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	v
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
INTISARI.....	x
Abstrak.....	xi
Daftar Isi.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Akademis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Batasan Penelitian.....	7
F. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Penelitian Terdahulu.....	7
G. Landasan Teori.....	12
1. Moral.....	12
2. Pesan Moral.....	13
H. Kerangka Pemikiran.....	19
I. Metode Penelitian.....	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Semiotika.....	21
3. Semiotika Roland Barthes.....	25
4. Lokasi dan Objek Penelitian.....	29

5. Waktu Penelitian	30
6. Teknik Pengumpulan Data	30
7. Teknik Analisis Data	33
8. Teknik Validasi Data	35
BAB II.....	37
DESKRIPSI UMUM.....	37
A. PROFIL PERUSAHAAN	37
1. Profil PT. Unilever Indonesia, Tbk.	37
2. Visi dan Misi Perusahaan	38
3. Tujuan, Nilai-nilai, dan Prinsip Perusahaan	39
4. Logo.....	40
5. Profil Produk Lifebuoy.....	44
BAB III	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Identifikasi Teknis Iklan Sampo Lifebuoy	52
2. Klasifikasi Scene dengan Pesan Moral	63
B. Pembahasan Penelitian	66
1. Analisis makna pesan moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri.....	66
2. Analisis makna pesan moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain	68
3. Analisis pesan moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan.....	76
BAB IV	79
PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Logo PT Univeler Tbk.....	40
Gambar 2 2 Iklan Sampo Lifebuoy Berbagi Kebaikan.....	46
Gambar 2 3 Iklan Sabun Lifebuoy Bye-Bye Kuman.....	47
Gambar 2 4 Iklan Sabun Lifebuoy Berbagi #WangiIstimewa	47
Gambar 2 5 Iklan Sabun Lifebuoy Buka Ngga Ya?	48
Gambar 2 6 Iklan Sabun Lifebuoy Hari Cuci Tangan Sedunia 2017	49
Gambar 2 7 Iklan Sabun Lifebuoy Edisi Ramadhan 2023	49
Gambar 2 8 Iklan Sampo Lifebuoy Edisi Ramadhan 2023	50
Gambar 2 9 Podcast Lifebuoy.....	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 1 Kerangka Pemikiran.....	19
--	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 1 2 Peta Tanda Roland Barthes.....	26
Tabel 21 Logo Unilever.....	43
Tabel 3 1 Identifikasi Teknis Iklan Sampo Lifebuoy.....	62
Tabel 3 2 Penerapan Peta Tanda Roland Barthes Pada Pesan Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Diri Sendiri	67
Tabel 3 3 Penerapan Peta Tanda Roland Barthes Pada Scene Pertama Pesan Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Manusia Lain.....	69
Tabel 3 4 Penerapan Peta Tanda Roland Barthes Pada Scene Kedua Pesan Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Manusia Lain.....	72
Tabel 3 5 Penerapan Peta Tanda Roland Barthes Pada Scene Ketiga Pesan Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Manusia Lain.....	74
Tabel 3 6 Penerapan Peta Tanda Roland Barthes Pada Pesan Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Tuhan	77

