

**REPRESENTASI PENULARAN COVID-19 DALAM IKLAN
KEMENKES VERSI JAGA KELUARGA DI YOUTUBE
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

SKRIPSI



disusun oleh

Immam Aji Sussilo

17.96.0259

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**REPRESENTASI PENULARAN COVID-19 DALAM IKLAN
KEMENKES VERSI JAGA KELUARGA DI YOUTUBE**

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Immam Aji Sussilo

17.96.0259

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

REPRESENTASI PENULARAN COVID-19 DALAM IKLAN

KEMENKES VERSI JAGA KELUARGA DI YOUTUBE

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Immam Aji Sussilo

17.96.0259

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Januari 2022

Dosen Pembimbing,

Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

PENGESAHAN

SKRIPSI

REPRESENTASI PENULARAN COVID-19 DALAM IKLAN KEMENKES VERSI JAGA KELUARGA DI YOUTUBE

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Immam Aji Sussilo

17.96.0259

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Desember 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom

NIK. 190302436

Junaidi, S.Ag., M.Hum, Dr.

NIK. 190302599

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 15 Maret 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Maret 2022



Immam Aji Sussilo

NIM. 17.96.0259

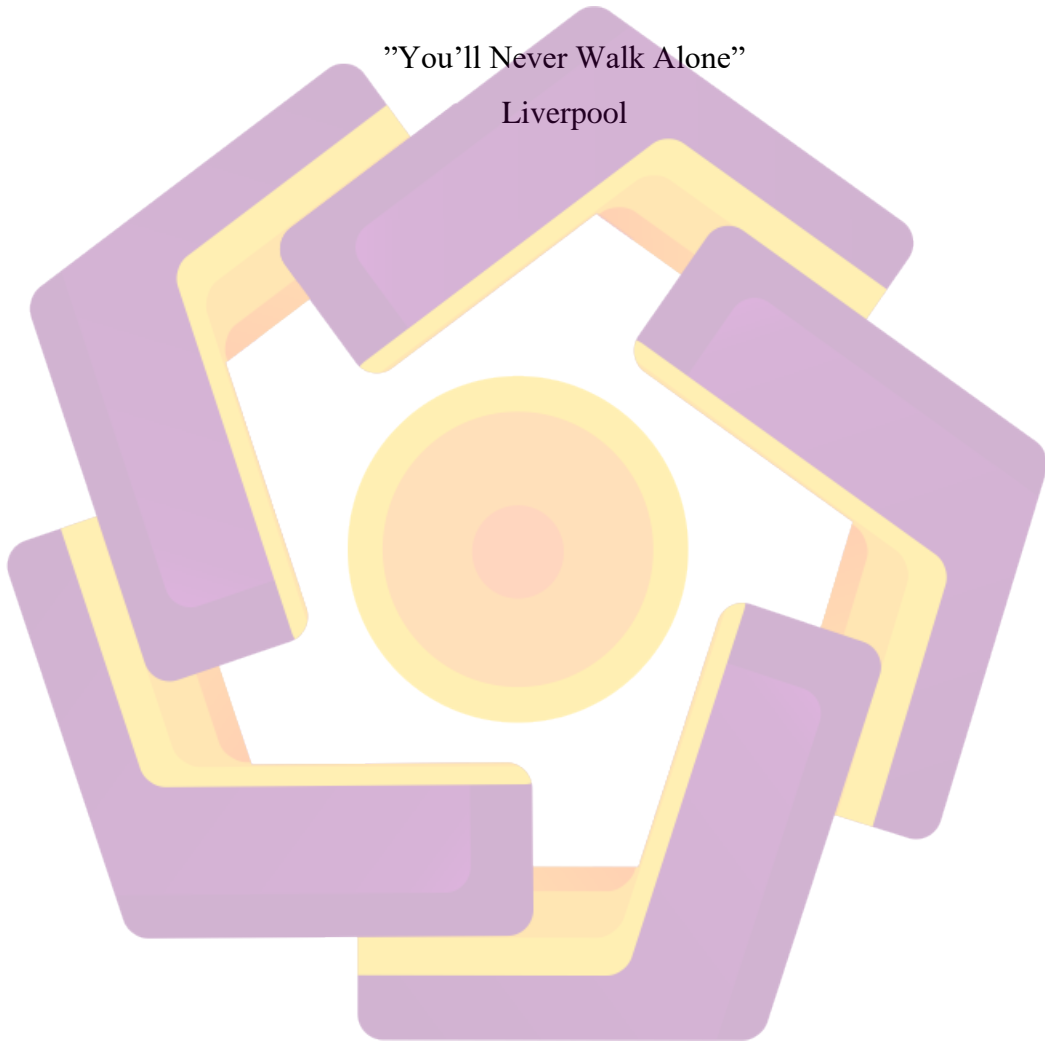
MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

Ridwan Kamil

”You’ll Never Walk Alone”

Liverpool



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua Bp Suwanto dan Ibu Sarjiyem terimakasih atas seluruh *support* berupa doa, motifasi, usaha, pengorbanan, waktu, nasihat, kasih sayang, yang tidak pernah henti hingga saat ini.
2. Kakak Hermawan Arif serta kedua adikku Audina Nur dan Anida, terimakasih telah menjadi penyemangat serta motifator dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga besar saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas doa-doa baiknya.
4. Kepada almamater tercinta Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Teman-teman seperjuangan tugas akhir skripsi jurusan Ilmu Komunikasi 04 2017.
6. Dosen pembimbing magang dan skripsi Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A. yang dengan sabar membimbing saya dalam skripsi ini.
7. Keluarga Kominfo Magelang dan TalkAction RBTv atas pengalaman kerja yang diberikan.
8. Seluruh sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas seluruh dukungan dalam bentuk apapun.

KATA PENGANTAR

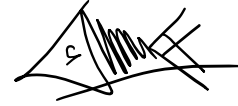
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

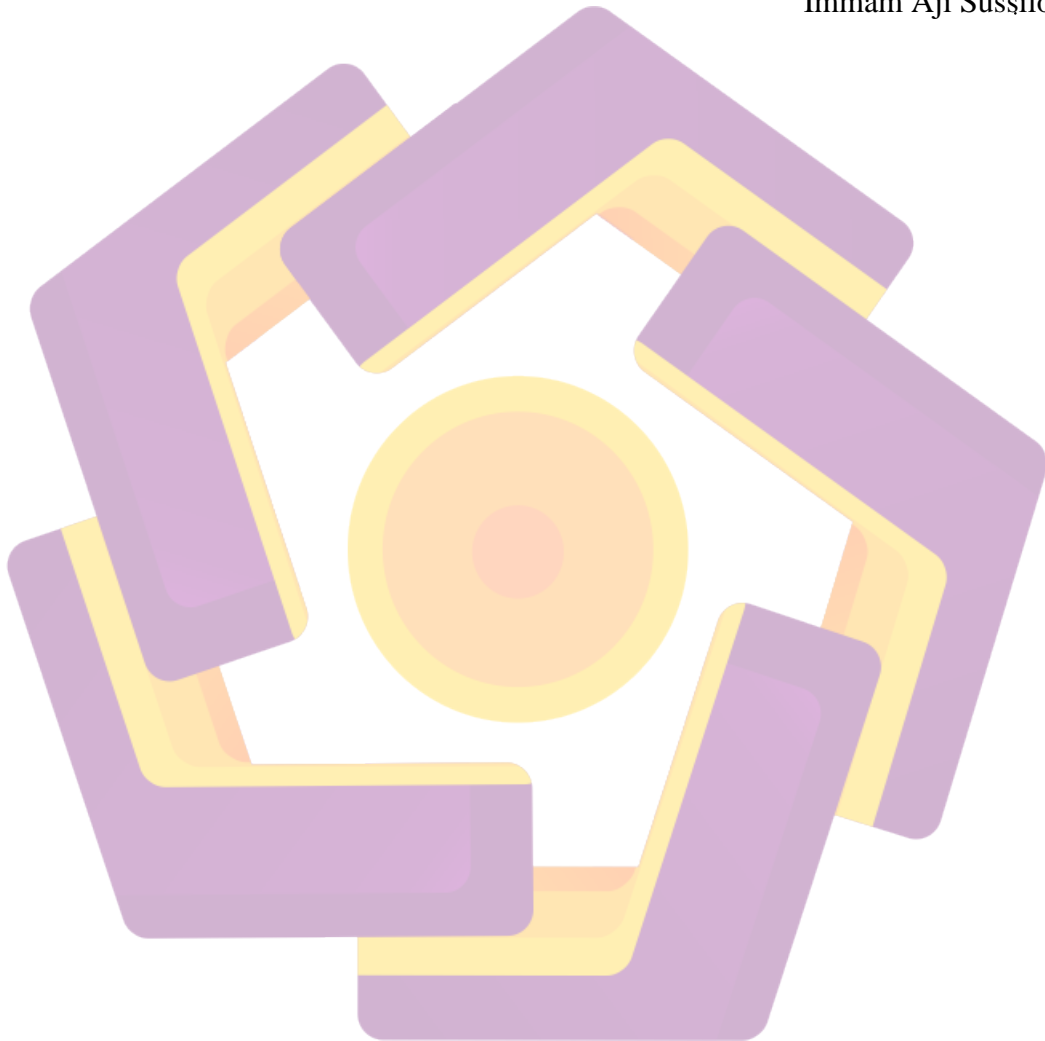
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprodik, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartikasari Yudaningsih S.I.Kom., M.A. (Pembimbing)
5. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah yang sangat bermanfaat dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
6. Kedua orangtua dan keluarga yang tak henti-hentinya memberikan dukungan serta doa.
7. Sahabat-sahabat saya Velia Larasati, Krisdiawati, Windhi, Iftakhl Khoiriah, Fadilla Anggita, Tri Utami, Andre Munirul, Tri Handoko, Vera Tri Astuti, Lisa Naomi dll yang selalu mendukung, membantu, memotivasi serta mendoakan saat pembuatan skripsi ini.
8. Rekan-rekan Ilmu Komunikasi 04 angkatan 2017 Universitas Amikom Yogyakarta atas seluruh bantuan dan kerja samanya
9. Teman-teman organisasi di kampus maupun di luar kampus
10. Bapak ibuk dan rekan-rekan Kominfo Magelang dan Talkaction RBTV yang memberikan banyak pengalaman saat program magang
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini yang

tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 10 Maret 2022



Imam Aji Susilo



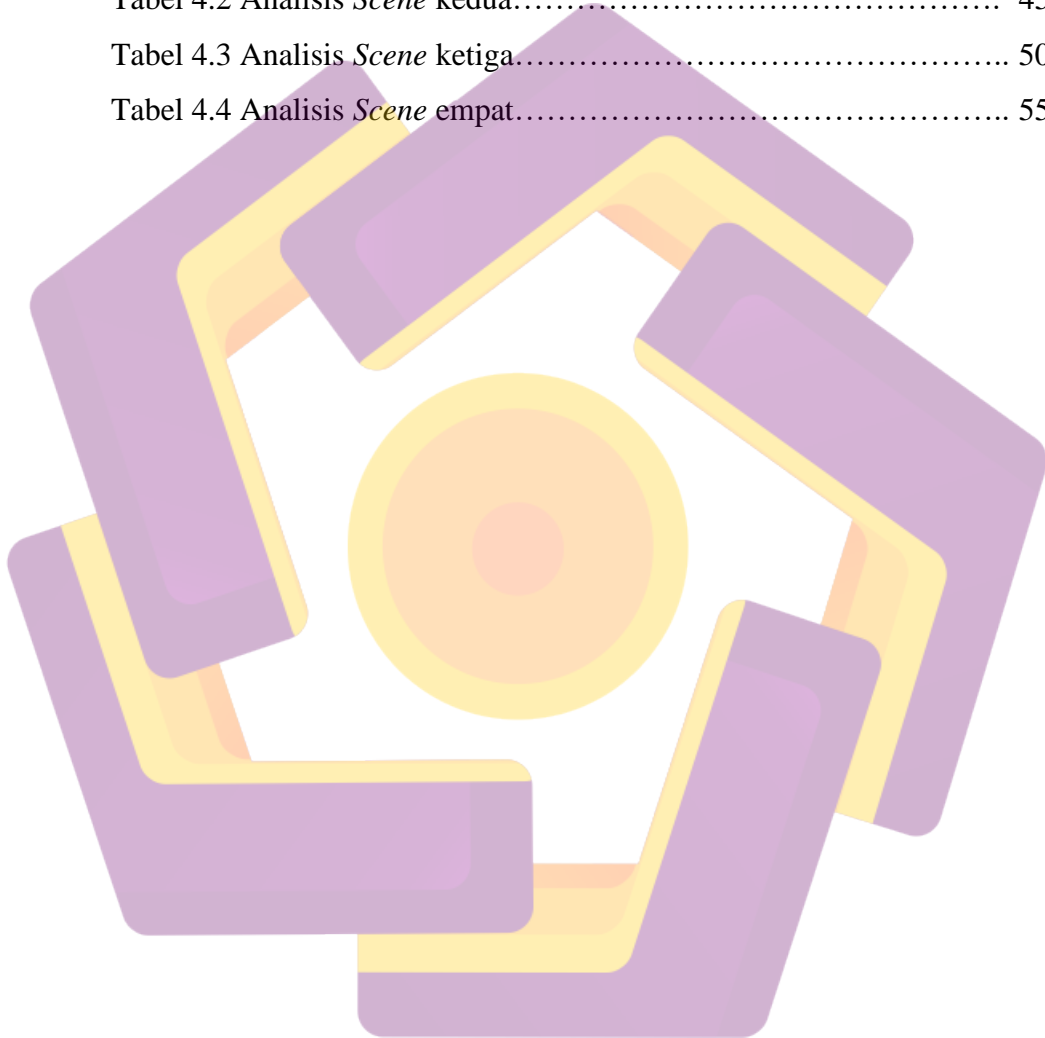
DAFTAR ISI

JUDUL.....	I
PERSETUJUAN.....	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN KEASLIAN.....	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	XIVX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
INTISARI.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	6
1.3 BATASAN MASALAH	7
1.4 TUJUAN PENELITIAN	7
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.5.1 MANFAAT TEORITIK.....	7
1.5.1 MANFAAT PRAKTIS.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 PROFIL KEMENTERIAN KESEHATAN	9
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	12
2.3 LANDASAN TEORI	15
2.3.1 KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.3.2 KAJIAN TEORITIK.....	29
2.4 KERANGKA BERFIKIR	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 DESAIN PENELITIAN.....	35

3.2	OBJEK PENELITIAN	35
3.3	JENIS DAN SUMBER DATA.....	36
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36
3.5	TEKNIK ANALISIS DATA.....	37
3.6	VALIDITAS DATA	37
BAB IV HASIL PENELITIAN		40
4.1	PROFIL IKLAN KEMENKES VERSI JAGA KELUARGA	49
4.2	SINOPSIS IKLAN	49
4.3	PENYAJIAN DATA	41
4.3.1	ANALISIS SCENE 1	41
4.3.2	ANALISIS SCENE 2	45
4.3.3	ANALISIS SCENE 3	50
4.3.4	ANALISIS SCENE 4	54
4.4	PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	57
4.4.1	TEMUAN PENELITIAN	57
4.4.2	KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI	61
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	KESIMPULAN	64
5.2	SARAN	64
DAFTAR PUSTAKA		67

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Daftar belanja iklan.....	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Peta semiotika Roland Barthes.....	32
Tabel 4.1 Analisis <i>Scene</i> pertama.....	41
Tabel 4.2 Analisis <i>Scene</i> kedua.....	45
Tabel 4.3 Analisis <i>Scene</i> ketiga.....	50
Tabel 4.4 Analisis <i>Scene</i> empat.....	55



Daftar Gambar

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	34
Gambar 4.1 <i>Thumbnail</i> Video Kemenkes di YouTube.....	39



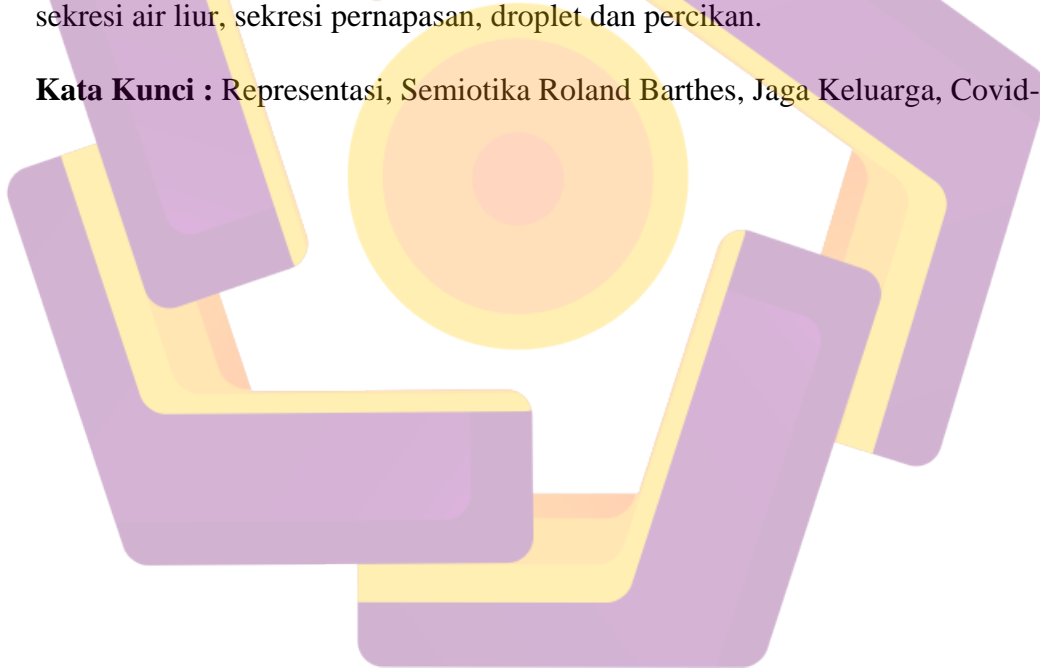
Intisari

Tahun 2020 seluruh dunia termasuk Indonesia dilanda wabah virus Covid-19 yang sangat berbahaya. Salah satu cara yang ditempuh pemerintah dalam mencegah penularan Covid-19 adalah melalui Iklan layanan Masyarakat. YouTube menjadi media yang digunakan pemerintah untuk menyampaikan informasi tentang penularan Covid-19 melalui iklan versi “Jaga Keluarga”.

Iklan Kementerian Kesehatan versi “Jaga Keluarga” yang menjadi objek penelitian ini mengangkat isu virus Covid-19. Dalam videonya iklan ini menampilkan bagaimana covid-19 ditularkan. Penelitian ini membahas tentang bagaimana iklan layanan masyarakat versi “Jaga Keluarga” dalam merepresentasikan penularan Covid-19 di masyarakat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan model teori Roland Barthes.

Paradigma yang digunakan adalah paradigma kritis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan fenomena bagaimana Covid-19 ditularkan melalui tiga cara yaitu penularan secara langsung, tidak langsung (melalui benda atau permukaan yang telah terkontaminasi), kontak erat dengan yang terinfeksi melalui sekresi meliputi sekresi air liur, sekresi pernapasan, droplet dan percikan.

Kata Kunci : Representasi, Semiotika Roland Barthes, Jaga Keluarga, Covid-19



ABSTRACT

In 2020, the whole world, including Indonesia, was hit by an outbreak of the very dangerous Covid-19 virus. One of the ways the government has taken to prevent the transmission of Covid-19 is through public service advertisements. YouTube has become a medium used by the government to convey information about the transmission of Covid-19 through the "Keep the Family" version of the advertisement.

The Ministry of Health's advertisement version of "Keep the Family" which is the object of this research raises the issue of the Covid-19 virus. In the video, this ad shows how COVID-19 is transmitted. This study discusses how the "Keep Family" version of the public service advertisement represents the transmission of Covid-19 in the community. This type of research is a qualitative research with the theoretical model of Roland Barthes.

The paradigm used is the critical paradigm. The results of this study show the phenomenon of how Covid-19 is transmitted in three ways, namely direct, indirect transmission (through contaminated objects or surfaces), close contact with infected people through secretions including saliva secretion, respiratory secretions, droplets and splashes.

Keywords: *Representation, Roland Barthes Semiotics, Take Care of the Family, , Covid-19*