

**REPRESENTASI NILAI KEBAIKAN DALAM IKLAN KAHF EDISI
#SENYUMSEDEKAHF BERI BANYAK KEBAIKAN**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Tovan Adi Nugraha

17.96.0248

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**REPRESENTASI NILAI KEBAIKAN DALAM IKLAN KAHF EDISI
#SENYUMSEDEKAHF BERI BANYAK KEBAIKAN**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Tovan Adi Nugraha

17.96.0248

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**REPRESENTASI NILAI KEBAIKAN DALAM IKLAN KAHF EDISI
#SENYUMSEDEKAHF BERI BANYAK KEBAIKAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tovan Adi Nugraha
17.96.0248

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 1 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



Sheila Lestari Giza Pudrinisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**REPRESENTASI NILAI KEBAIKAN DALAM IKLAN KAHF EDISI
#SENYUMSEDEKAHF BERI BANYAK KEBAIKAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tovan Adi Nugraha
17.96.0248

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 21 Desember 2023

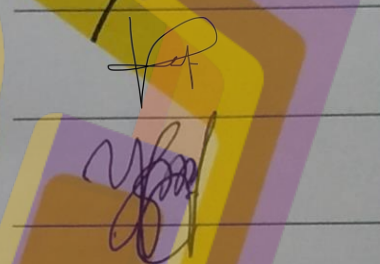
Nama Penguji

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302444

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.ed.Kom
NIK. 190302485

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal 21 Desember 2023

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, 14 Desember 2023



Tovan Adi Nugraha
17.96.0248

MOTTO

“Jangan biarkan kesulitan membuatmu gelisah. Karena bagaimanapun juga hanya di malam yang paling gelap bintang-bintang tampak bersinar lebih terang.” - Ali bin Abi Thalib

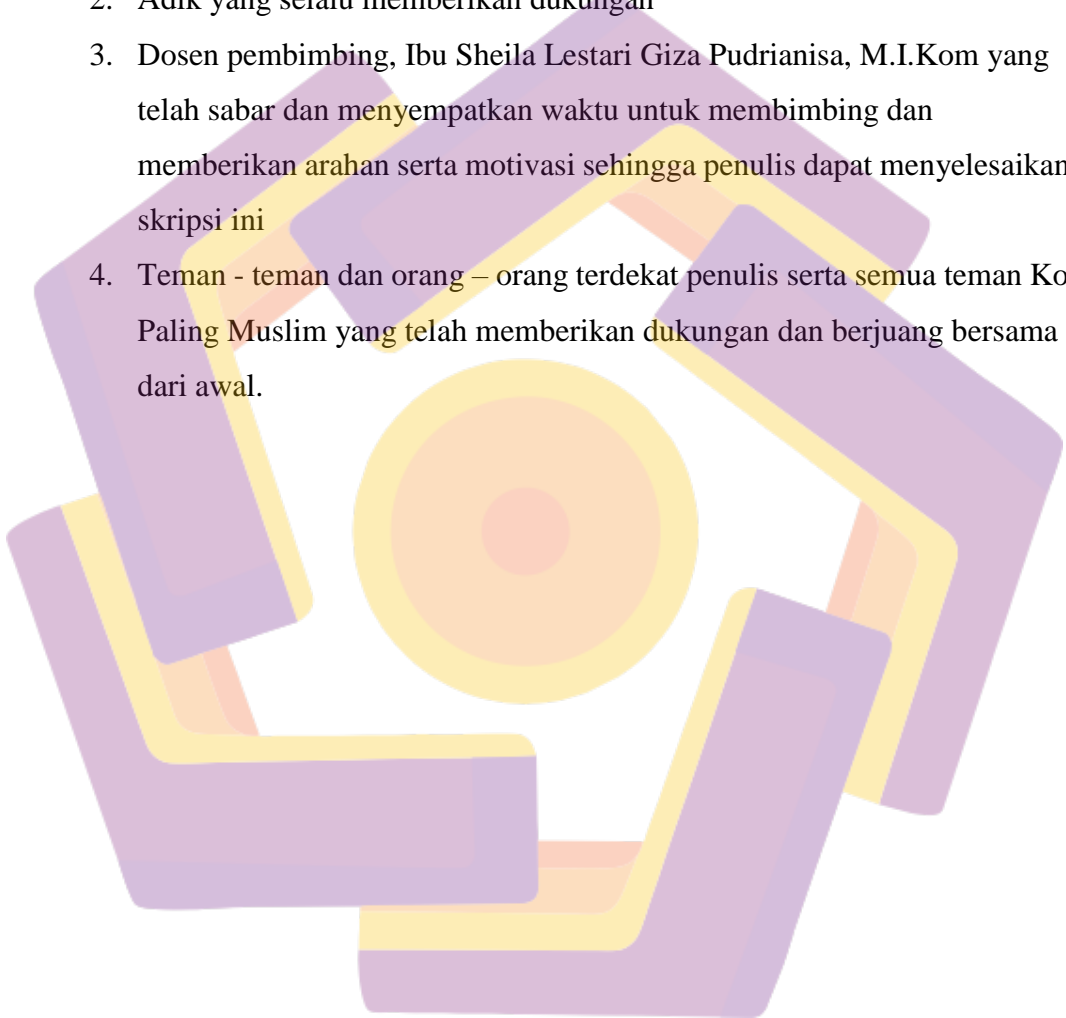
“Kesuksesan dimulai dari tekad yang kuat untuk tidak menyerah.” -Napolon Hill



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, dengan telah selesainya skripsi ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta mendoakan untuk kelancaran penulis dalam mengerjakan skripsi
2. Adik yang selalu memberikan dukungan
3. Dosen pembimbing, Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom yang telah sabar dan menyempatkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Teman - teman dan orang – orang terdekat penulis serta semua teman Kos Paling Muslim yang telah memberikan dukungan dan berjuang bersama dari awal.



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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.I.Kom., M.Eng (Kaprod, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dalam proses pengerjaan skripsi
5. Bapak Mohadi, Ibu Listriyani, dan Adik Salsabila Dhea Irbah yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman dan orang terdekat yang setia menemani dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.

Yogyakarta, 14 Desember 2023

Tovan Adi Nugraha

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	V
MOTTO.....	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
ABSTRAK.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Praktis.....	9
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.3 Manfaat bagi Perusahaan.....	10
1.6 Struktur Penulisan.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 YouTube.....	16
2.2.2 Semiotika.....	16
2.2.3 Representasi Stuart Hall.....	20
2.2.4 Nilai-nilai Kebajikan.....	21

2.2.5	Kahf	22
2.3	Kerangka berpikir	24
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1	Desain Penelitian	25
3.1.1.	Jenis Penelitian	25
3.1.2.	Metode penelitian	25
3.1.3.	Paradigma Penelitian	25
3.2	Objek Penelitian.....	26
3.3	Subjek Penelitian	26
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.1.	Data primer	26
3.4.2.	Data sekunder	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5.1.	Observasi	27
3.5.2.	Dokumentasi.....	27
3.6	Teknik Analisis Data	27
3.6.1.	Reduksi Data (Data Reduction).....	27
3.6.2.	Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	28
3.6.3.	Penarikan Kesimpulan.....	28
3.7	Triangulasi/Validasi Data	28
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Hasil.....	30
4.2	Pembahasan	35
BAB V	41
PENUTUP	41
5.1	KESIMPULAN.....	41
5.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43

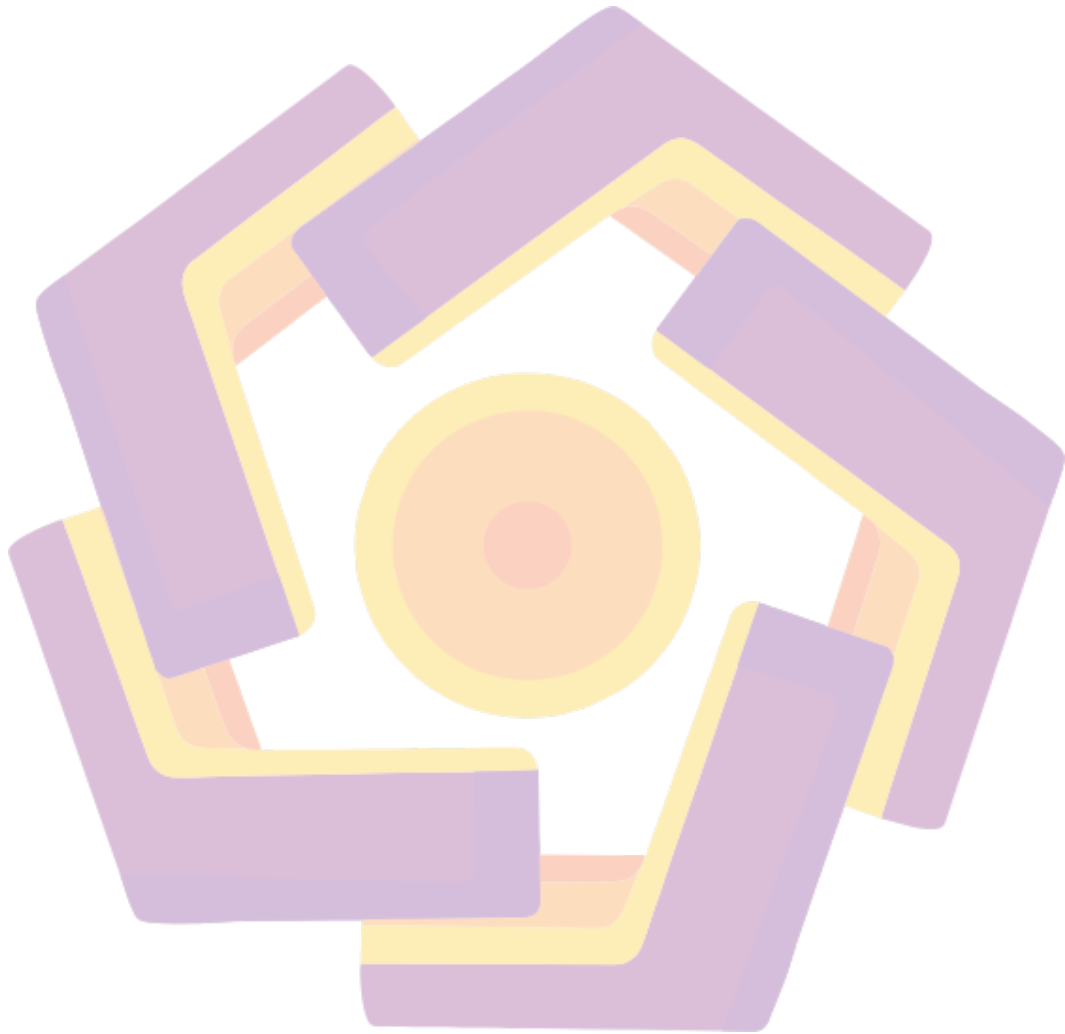
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Di Indonesia 2022	1
Gambar 1. 2 Akses Penggunaan Aplikasi Terbanyak	3
Gambar 1. 3 Perbandingan Penggunaan Media Sosial YouTube.....	4
Gambar 1. 4 Perbandingan Umur Pengguna YouTube	4
Gambar 4. 1 Karyawan Sedang Diskusi.....	30
Gambar 4. 2 Pesepeda Motor	32
Gambar 4. 3 Seorang Anak Yang Sedang Menenangkan Seorang Ibu	33
Gambar 4. 4 Bersedekah Di Panti Asuhan	34



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
--------------------------------------	----



ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satu perkembangan ini adalah internet. Salah satu platform yang dipilih banyak brand di Indonesia adalah YouTube. Kahf merupakan brand lokal yang memanfaatkan YouTube sebagai pemasaran produknya. Di berbagai iklan Kahf terdapat banyak nilai-nilai yang disampaikan. Maka dari itu penulis ingin mengetahui mengenai Representasi Nilai-Nilai Kebaikan dalam iklan Kahf #SenyumSedekahf Beri Banyak Kebaikan. Masalah pada penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana representasi nilai kebaikan pada iklan KAHF, tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana representasi dari nilai kebaikan pada iklan. Metode Penelitian ini adalah analisis semiotika Ferdinand De Saussure menggunakan jenis penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif kualitatif. Paradigma dalam penelitian semiotika banyak mengacu pada paradigma konstruktivis. Berdasarkan analisis yang penulis lakukan mengenai nilai-nilai kebaikan dalam iklan kahf #SenyumSedekahf Beri Banyak Kebaikan, dapat disimpulkan bahwa representasi nilai kebaikan ditunjukkan oleh adegan-adegan yang terdapat dalam iklan tersebut. Penulis setidaknya menemukan 4 nilai kebaikan antara lain memotivasi, tolong menolong, berbakti kepada orang tua dan bersedekah. banyak mengandung nilai-nilai kebaikan yang ditampilkan dalam adegan yang mudah dipahami. Makna mengenai nilai-nilai kebaikan dapat ditandai dengan adegan tolong menolong ketika ada yang kesusahan, berbakti kepada orang tua, saling mengingatkan akan hal yang baik dan saling berbagi sesama dengan yang membutuhkan.

Kata Kunci: *YouTube*, Kahf, Representasi, Nilai Kebaikan

ABSTRACT

The development of information technology is currently experiencing very rapid developments, one of these developments is the internet. One of the platforms chosen by many brands in Indonesia is YouTube. Kahf is a local brand that uses YouTube to market its products. In various Kahf advertisements there are many values conveyed. Therefore, the author wants to know about the Representation of Kind Values in the Kahf advertisement #SenyumSedekahf Gives Lots of Kindness. The problem in this research is to see how good values are represented in KAHF advertisements. The research objective achieved in this research is to analyze how good values are represented in advertisements. This research method is Ferdinand De Saussure's semiotic analysis using a qualitative type of research, using a qualitative descriptive method. The paradigm in semiotic research refers a lot to the constructivist paradigm. Based on the analysis that the author conducted regarding the Values of Kindness in the Kahf advertisement #SenyumSedekahf Gives a Lot of Kindness, it can be concluded that representation The value of goodness is shown by the scenes in the advertisement. The author found at least 4 wisdom values, including motivating, helping, being filial to parents and giving alms. Many of them contain good values which are displayed in scenes that are easy to understand. The meaning of good values can be characterized by helping each other when someone is in trouble, being filial to parents, reminding each other of good things and sharing with those in need.

Keywords: YouTube, Kahf, Representation, Good Values