

**REPRESENTASI KONTRAVERSI IKLAN GRAB VERSI**

**#PILIHAMAN PADA MEDIA YOUTUBE DALAM**

**PERSPEKTIF ETIKA IKLAN**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**Imam Akbar**

**180900091**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

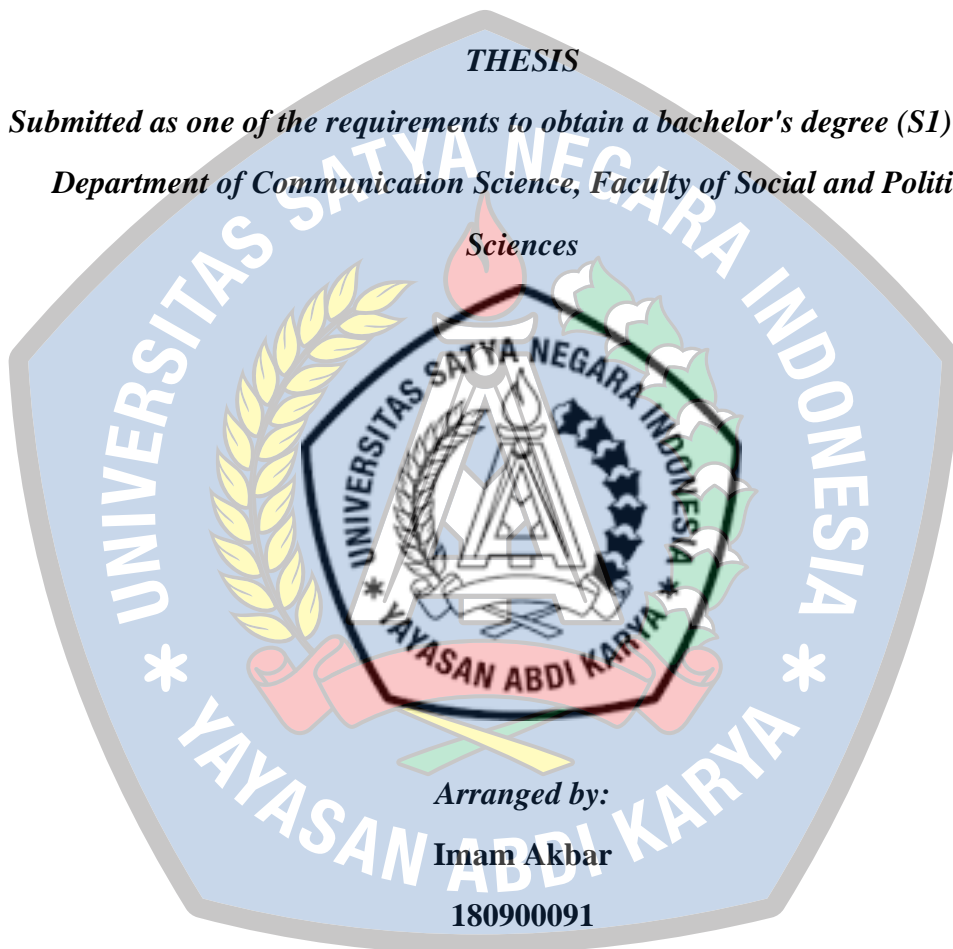
**JAKARTA**

**2023**

***REPRESENTATION OF GRAB ADVERTISEMENT  
CONTRAVERSION #PILIH AMAN ON YOUTUBE MEDIA IN  
PERSPECTIVE  
(ROLAND BARTHES' SEMOTIC ANALYSIS)***

***THESIS***

***Submitted as one of the requirements to obtain a bachelor's degree (S1) in the  
Department of Communication Science, Faculty of Social and Political  
Sciences***



***Arranged by:***

**Imam Akbar**

**180900091**

***FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE***

***SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA***

**JAKARTA**

**2023**

**REPRESENTASI KONTRAVERSI IKLAN GRAB VERSI**

**#PILIHAMAN PADA MEDIA YOUTUBE DALAM**

**PERSPEKTIF ETIKA IKLAN**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**Imam Akbar**

**180900091**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2023**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINILITAS**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan **sesungguhnya** dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak **benaran** dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang tidak diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 09 Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan



(Irfan Akbar)  
180900091

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Imam Akbar  
NIM : 180900091  
JUDUL : Representasi Kontraversi Iklan Grab Versi #PilihAman  
Pada Media Youtube Dalam Perspektif Etika Iklan  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

**Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.**

Jakarta, 02 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I



(Drs. Solten Rajagukguk, MM)



(Agus Budiana, M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM,

Dekan FISIP



(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom)



(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Imam Akbar  
NIM : 180900091  
JUDUL : Representasi Kontraversi Iklan Grab Versi  
#PilihAman Pada Media Youtube Dalam  
Perspektif Etika Iklan (Analisis Semiotika Roland  
Barthes)  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 09 Agustus 2023

Menyetujui,

**Ketua Penguji**

(Agus Budiana, M.Ikom)

*A. Budiana*  
.....

**Penguji I**

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

*Risqi Inayah Dwijayanti*  
.....

**Penguji II**

(Helen Olivia, M.I.Kom)

*Helen Olivia*  
.....

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM,

\_\_\_\_\_

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom)

Dekan FISIP,



(Drs. Soeten Rajagukguk, MM)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Imam Akbar  
NIM : 180900091  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan  
JUDUL : Representasi Kontraversi Iklan Grab Versi #PilihAman Pada Media Youtube Dalam Perspektif Etika Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes)  
JUMLAH HALAMAN : XCV + 95 Halaman + Lampiran  
BIBLIOGRAFI : 15 Buku, 2 Jurnal, 3 Internet

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis iklan yang masih tidak sesuai dengan kode etik periklanan yang berlaku karena iklan tersebut mengandung unsur diskriminatif terhadap suatu pihak, serta menampilkan beberapa adegan yang tidak layak untuk dikonsumsi khalayak ramai.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas media, untuk menggambarkan kontraversi yang ada pada setiap adegan yang ditampilkan pada iklan Grab versi #PilihAman.

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes melalui tiga tahapan yakni konotasi, denotasi dan mitos. Dengan pendekatan penelitian kualitatif dan paradigma konstruktivisme yang bersifat deskriptif.

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan adalah terdapat adegan-adegan yang menunjukkan adanya unsur kontraversi yang menyalahi kode etik periklanan pada iklan Grab versi #PilihAman.

Penulis menyimpulkan bahwa masyarakat harus kritis dalam melihat semua iklan yang ada terutama yang beredar digital atau melalui media sosial, dikarenakan setiap iklan yang tayang baik itu di media elektronik ataupun media digital pasti memiliki makna yang eksplisit ataupun makna implisit.

**Kata Kunci** : Kontraversi, Iklan Grab, Analisis Semiotika  
**Pembimbing I** : Agus Budiana, M.Ikom  
**Pembimbing II** : Drs. Solten Rajagukguk, MM

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**  
**SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

**NAME** : Imam Akbar  
**ID** : 180900091  
**STUDY PROGRAM** : *Communication Science*  
**SPECIALITY** : *Advertising*  
**Title Of Thesis** : **REPRESENTATION OF GRAB  
ADVERTISEMENT CONTRAVERSION #PILIH  
AMAN ON YOUTUBE MEDIA IN PERSPECTIVE**  
**Number Of Pages** : *XCV + 95 Pages + Attachment*  
**Bibliography** : *15 Books, 2 Journals, 3 Internet Source*

**ABSTRACT**

*This research was conducted to analyze advertisements that are still not in accordance with the applicable advertising code of ethics because these advertisements contain discriminatory elements against a party, as well as display several scenes that are not suitable for consumption by the general public.*

*The theory used in this study is the theory of media reality construction, to describe the contradictions that exist in every scene displayed in the Grab advertisement version of #SelectAman.*

*This study uses Roland Barthes's semiotic analysis method through three stages, namely connotation, denotation and myth. With a qualitative research approach and a descriptive constructivism paradigm.*

*The results of the research that the researchers got were that there were scenes showing an element of contradiction that violated the advertising code of ethics in the Grab version of the #PilihAman advertisement.*

*The author concludes that the public must be critical in viewing all advertisements, especially those circulating digitally or through social media, because every advertisement that appears, whether in electronic media or digital media, must have an explicit or implicit meaning.*

**Keywords** : *Contraversion, Grab ad, Semiotic Analysis*  
**Advisor I** : Agus Budiana, M.Ikom  
**Advisor II** : Drs. Solten Rajagukguk, MM