

**ANALISIS PESAN EDUKASI DALAM IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT "INGAT PESAN IBU" OLEH PADI REBORN DI
TELEVISI**

(Semiotika Charles Sander Peirce)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
PRIMATAMA EKA SUCI
044117025**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

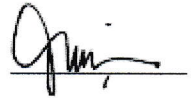
Nama : Primatama Eka Suci
NPM : 044117025
Judul : Analisis Pesan Edukasi Dalam Iklan Layanan Masyarakat
"Ingat Pesan Ibu" oleh Padi Reborn di Televisi
(Semiotika Charles Sander Peirce)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Diana Amaliasari, M.Si
NIK. 1.0133 001 606



Pembimbing II : Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom
NIK. 1.0614 025 629



Pembaca : Yogaprasta Adinugraha, M.Si
NIK: 1.0641 025 628



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2022

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

PRIMATAMA EKA SUCI 044117025. ANALISIS PESAN EDUKASI DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “INGAT PESAN IBU” OLEH PADI REBORN DI TELEVISI” . Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah Bimbingan **Diana Amaliasari dan Feri Ferdinan Alamsyah.**

Iklan diartikan sebagai bentuk prestasi non personal iklan bertujuan untuk mempersuasi para pendengar, pemirsa dan pembaca agar mereka memutuskan untuk melakukan tindakan tertentu Iklan layanan masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat. Pesan iklan layanan masyarakat berupa ajakan pertanyaan atau himbuan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang tiak baik agar menjadi lebih baik. Namun seiring berkembangnya dunia periklanan, maka semakin banyak lembaga atau perusahaan yang membuat iklan layanan masyarakat dengan menggunakan metode-metode seperti membuat iklan komersil. Seperti dalam iklan layanan masyarakat “Ingat Pesan Ibu” ini memberikan contoh edukasi yang harus dilakukan ketika dunia ini sedang dilanda oleh pandemi covid 19. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Charles Sander Pierce. Melalui metode tersebut maka dipilih berbagai adegan pada iklan Layanan Masyarakat "Ingat Pesan Ibu", selanjutnya adegan tersebut diuraikan dengan menjabarkan tanda, objek, dan interperitanya. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan tiga pesan edukasi yaitu pesan edukasi kesehatan, edukasi moral, dan nilai sosial. Melihat perkembangan iklan saat ini diharapkan banyak pembuat iklan yang mengajak untuk bersama sama membuat iklan layanan masyarakat yang bisadijadikan contoh dan tuntunan yang baik bagi penonton.

Kata Kunci : Covid-19, Edukasi, Iklan Layanan Masyarakat, Iklan, Semiotika.