



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN KEBAIKAN PADA
IKLAN TVC RAMADAN PERTAMINA 2024
“#ENERGIKEBERSAMAAN GERAKKAN KEBAIKAN
LAMPAUI BATASAN”**

SKRIPSI

AURA AJI MULYAWAN

213516516340

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**SEMIOTIC ANALYSIS OF THE KINDNESS MEANING OF
MESSAGES IN PERTAMINA'S 2024 RAMADAN TVC
ADVERTISEMENTS “#ENERGYTOGETHER MOVING
GOODNESS BEYOND LIMITS”**

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the
Bachelor Degree of Communication Science (S.I.Kom.)**

AURA AJI MULYAWAN

213516516340

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aura Aji Mulyawan

NPM : 213516516340

Skripsi : Analisis Semiotika Makna Pesan pada Iklan TVC Ramadan
Pertamina 2024

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional

Jakarta, 6 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Aura Aji Mulyawan

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aura Aji Mulyawan
NPM : 213516516340
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN PADA IKLAN TVC RAMADAN PERTAMINA 2024
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 6 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Irfan Fauzi, S.Ag., M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aura Aji Mulyawan
NPM : 213516516340
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Makna Pesan Kebaikan Pada Iklan TVC Ramadan Pertamina 2024 “#Energikebersamaan Gerakkan Kebaikan Lampau Batasan”
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 20 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Irfan Fauzi, S.Ag., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN REVISI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aura Aji Mulyawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516340
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi/ Periklanan
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Makna Pesan Kebaikan Pada Iklan
TV Ramadan Pertamina 2024 "#EnergikBersamaan Gerakkan kebaikan (Lampiran Batasan)"
Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi
pada tanggal, 14 Maret 2025 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 20 Maret 2025

Ketua Sidang : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Penguji I : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

Penguji II : Dr. Irfan Fauzi, S.Ag., M.Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “*Analisis Semiotika Makna Pesan Kebajikan Pada Iklan TVC Ramadan Pertamina 2024 “#Energikebersamaan Gerakkan Kebajikan Lampau Batasan”*”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I Kom.) di Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Dra. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Irfan Fauzi, S.Ag., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan proposal ini. Tanpa dukungan dan pengetahuan yang diberikan, penulis mungkin tidak akan mampu menyelesaikan proposal ini dengan baik.
6. Kepada Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mengajarkan banyak ilmu, pengalaman, mengenai dunia komunikasi.
7. Keluarga dan terutama Orang Tua yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materil serta doa yang tiada henti. Kehadiran dan dukungan mereka merupakan sumber semangat bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penelitian.
8. Teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat, dukungan yang baik selama proses penelitian ini

Penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang konstruktif dari berbagai pihak sebagai perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi seluruh pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 14 Maret 2025



Aura Aji Mulyawan



ABSTRAK

Nama : Aura Aji Mulyawan

Program Studi : Ilmu Komunikasi (Periklanan)

Judul : Analisis Semiotika Makna Pesan Kebaikan Pada Iklan TVC Ramadan Pertamina 2024 “#EnergiKebersamaan Gerakkan Kebaikan Lampau Batasan”

Pembimbing : Dr. Irfan Fauzi, S.Ag., M.Si

Penelitian ini menganalisis iklan TVC (Television Commercial) Ramadan Pertamina 2024 dengan tema “#EnergiKebersamaan Gerakkan Kebaikan Lampau Batasan” menggunakan pendekatan analisis semiotika. Iklan TVC, yang merupakan bentuk komunikasi pemasaran melalui media televisi, telah berkembang dari sekadar alat promosi menjadi media penyampai pesan sosial yang kuat. Dalam konteks ini, penelitian berfokus pada bagaimana Pertamina menggunakan medium iklan TVC Ramadan untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan nilai-nilai sosial positif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika untuk mengkaji tanda-tanda dan makna yang terkandung dalam iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan TVC Ramadan Pertamina 2024 berhasil mengintegrasikan pesan komersial dengan nilai-nilai sosial melalui narasi yang kuat tentang inklusivitas, nilai-nilai kebaikan, dan kebersamaan. Iklan ini menampilkan karakter-karakter dengan keterbatasan fisik namun tetap aktif berkontribusi dalam masyarakat, menegaskan bahwa keterbatasan bukan penghalang untuk berbuat kebaikan. Penelitian menyimpulkan bahwa strategi kreatif Pertamina dalam mengemas pesan melalui iklan TVC Ramadan tidak hanya efektif dalam membangun citra merek yang positif, tetapi juga berhasil mengangkat isu-isu sosial penting seperti inklusivitas dan kesetaraan dalam masyarakat serta pentingnya melakukan tindakan kebaikan tanpa mengenal batasan. Temuan ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang evolusi peran iklan TVC dari sekadar medium komersial menjadi sarana edukasi sosial yang efektif.

Kata Kunci: *Iklan TVC, Analisis Semiotika, Roland Barthes, Pertamina, Ramadan, Nilai Sosial, Inklusivitas.*

ABSTRACT

Name : Aura Aji Mulyawan

Study Program: Communication Science (Advertising)

Thesis Title : Semiotic Analysis of The Kindness Meaning of Messages in Pertamina'S 2024 Ramadan Tvc Advertisements “#Energytogether Moving Goodness Beyond Limits”

Mentor : Dr. Irfan Fauzi, S.Ag., M.Si

This study analyzes Pertamina's 2024 Ramadan TVC (Television Commercial) advertisement with the theme "#EnergyTogetherness Moves Goodness Beyond Limits" using a semiotic analysis approach. TVC advertisements, which are a form of marketing communication through television media, have evolved from being just a promotional tool to a powerful medium for conveying social messages. In this context, the study focuses on how Pertamina uses the Ramadan TVC advertisement medium to convey messages of goodness and positive social values. The research method used is qualitative with a semiotic analysis approach to examine the signs and meanings contained in the advertisement. The results of the study show that Pertamina's 2024 Ramadan TVC advertisement successfully integrates commercial messages with social values through a strong narrative about inclusivity, values of goodness, and togetherness. This advertisement features characters with physical limitations but still actively contribute to society, emphasizing that limitations are not a barrier to doing good. The study concluded that Pertamina's creative strategy in packaging messages through Ramadan TVC advertisements was not only effective in building a positive brand image, but also succeeded in raising important social issues such as inclusivity and equality in society and the importance of doing good deeds without knowing boundaries. These findings contribute to the understanding of the evolution of the role of TVC advertisements from merely a commercial medium to an effective means of social education.

Keywords: TVC Advertising, Semiotic Analysis, Roland Barthes, Pertamina, Ramadan, Social Values, Inclusivity.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Temuan Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori.....	15
2.2.1 Teori Semiotika Roland Barthes.....	15
2.3 Kerangka Konsep.....	17
2.3.1 Analisis Semiotika.....	17
2.3.2 Youtube.....	18
2.3.3 Iklan.....	22
2.3.4 TVC.....	22
2.3.5 Makna Pesan Pada Iklan.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.4 Teknik Pengambilan Data	30
3.4.1 Dokumentasi	30
3.4.2 Analisis Visual	31
3.4.3 Kepustakaan	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Triangulasi Data	39
3.7 Jadwal dan Lokasi Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil Perusahaan	41
4.1.1 Sejarah Pertamina	42
4.1.1 Visi dan Misi Pertamina	42
4.1.2 Produk dan Layanan	43
4.2 Sinopsis Iklan TVC Ramadan Pertamina 2024	45
4.3 Analisis Visual Iklan	47
4.4 Hasil	31
4.4.1 Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan TVC Ramadan Pertamina 2024	
"Energikebersamaan Gerakkan Kebaikan Lampau Batasan"	57
4.4 Makna Pesan Kebaikan pada Iklan TVC Ramadan Pertamina 2024	
"Energikebersamaan Gerakkan Kebaikan Lampau Batasan"	77
4.4.1 Kebaikan sebagai Energi yang Menggerakkan Kebersamaan	78
4.4.2 Mengatasi Prasangka Melalui Kebaikan dan Empati	78
4.4.3 Kebaikan Tidak Mengenal Batasan	79
4.4.4 Kebaikan sebagai Bagian dari Budaya Masyarakat Indonesia	80

4.4.5 Ramadan sebagai Momentum untuk Memperkuat Kebaikan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85



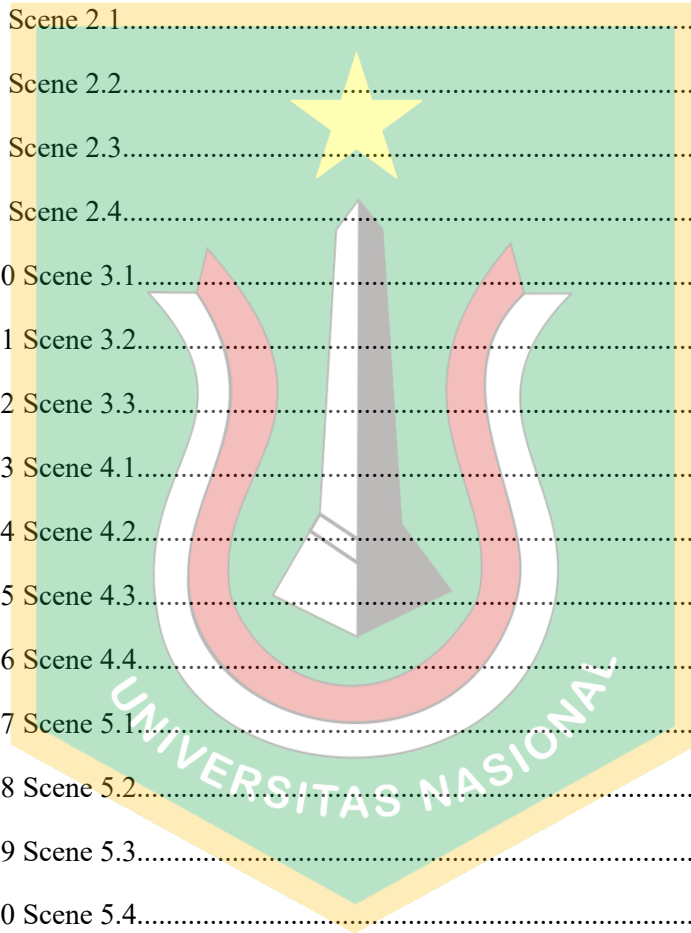
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2 Konsep Teori Semiotika Roland Barthes.....	17
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Kategori Produk.....	44
Tabel 4.2 Analisa Scene 1.....	48
Tabel 4.3 Analisa Scene 2.....	49
Tabel 4.4 Analisa Scene 3.....	51
Tabel 4.5 Analisa Scene 4.....	52
Tabel 4.6 Analisa Scene 5.....	53
Tabel 4.7 Analisa Scene 6.....	55
Tabel 4.8 Analisa Semiotika Scene 1.....	58
Tabel 4.9 Analisa Semiotika Scene 2.....	60
Tabel 4.10 Analisa Semiotika Scene 3.....	63
Tabel 4.11 Analisa Semiotika Scene 4.....	66
Tabel 4.12 Analisa Semiotika Scene 5.....	70
Tabel 4.13 Analisa Semiotika Scene 6.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Pertamina.....	41
Gambar 4.2 Scene 1.1.....	48
Gambar 4.3 Scene 1.2.....	48
Gambar 4.4 Scene 1.3.....	49
Gambar 4.5 Scene 1.4.....	49
Gambar 4.6 Scene 2.1.....	49
Gambar 4.7 Scene 2.2.....	50
Gambar 4.8 Scene 2.3.....	50
Gambar 4.9 Scene 2.4.....	50
Gambar 4.10 Scene 3.1.....	51
Gambar 4.11 Scene 3.2.....	51
Gambar 4.12 Scene 3.3.....	52
Gambar 4.13 Scene 4.1.....	52
Gambar 4.14 Scene 4.2.....	52
Gambar 4.15 Scene 4.3.....	53
Gambar 4.16 Scene 4.4.....	53
Gambar 4.17 Scene 5.1.....	53
Gambar 4.18 Scene 5.2.....	54
Gambar 4.19 Scene 5.3.....	54
Gambar 4.20 Scene 5.4.....	54
Gambar 4.21 Scene 6.1.....	55
Gambar 4.22 Scene 6.2.....	55
Gambar 4.23 Scene 6.3.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pernyataan Karya Tulis.....	88
Lampiran 2. Lembar Penugasan Pembimbing Skripsi.....	89
Lampiran 3. Lembar Laporan Bimbingan.....	90
Lampiran 4. Surat Keterangan Pendamping Ijazah.....	91
Lampiran 4. Lembar Cek Turnitin.....	92
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	93

