

**ANALISIS SEMIOTIKA NILAI-NILAI ISLAM PADA IKLAN
TELEVISI PRODUK *SKINCARE* KAHF VERSI “*KAHF TRIPLE
ACTION OIL AND COMEDO DEFENCE*”**

SKRIPSI

Oleh:

Halvia Fitria

201910415356



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Semiotika Nilai-Nilai Islam Pada Iklan
Televisi Produk *Skincare* Kahf Versi "Kahf Triple
Action Oil And Comedo Defence"

Nama Mahasiswa : Halvia Fitria

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415356

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilu Komunikasi

Jakarta, 28 April 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun

NIDN. 0303098405

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Semiotika Nilai-Nilai Islam Pada Iklan
Televisi Produk *Skincare* Kahf Versi “Kahf
Triple Action Oil And Comedo Defence”

Nama Mahasiswa : Halvia Fitria

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415356

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 11 Mei 2023

Jakarta, 25 Mei 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Muhamad Husni Mubarak, S.Pd., M.IKom :

NIDN. 0414128601

Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si.M. Commun :

NIDN. 0303098405

Sekretaris Penguji : Fina Zahra, S.Sn., M.A :

NIDN. 0309059203

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527


Dr. Aan Wicudo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul ANALISIS SEMIOTIKA NILAI-NILAI ISLAM PADA IKLAN TELEVISI PRODUK *SKINCARE* KAHF VERSI “KAHF *TRIPLE ACTION OIL AND COMEDO DEFENCE*” ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Halvia Fitria

201910415356

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan atas dasar adanya nilai-nilai Islam yang terkandung pada iklan televisi produk *skincare* Kahf versi “Kahf *triple action oil and comedo defence*” yang dianalisis menggunakan teori semiotika dari John Fiske dengan tiga level, yaitu realitas, representasi, dan ideologi, untuk mengetahui makna nilai-nilai Islam yang dimunculkan. Nilai-nilai Islam yang dimaksud ialah nilai-nilai Islam secara umum dan moderasi nilai-nilai Islam yang digambarkan melalui adegan-adegan pada iklannya. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis data menggunakan semiotika John Fiske. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi, bahan visual, dan studi pustaka. Hasil yang didapatkan bahwa makna nilai-nilai Islam yang ada pada iklan Kahf terbentuk dari saling menunjangnya segala hal yang ada pada penampilan iklan Kahf diantaranya yaitu dari kostum, tempat, suara dan pengambilan gambar dari level realitas. Kemudian nilai-nilai Islam pada level representasi yaitu pada sudut pengambilan gambar, ukuran gambar, *back sound*, dan gerakan kamera. Serta pada level ideologi yaitu digambarkan melalui adegan-adegan yang mengindikasikan pada praktik ibadah dan kehidupan sosial seorang Muslim. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada iklan Kahf versi Kahf *triple action oil and comedo defence* adalah kegiatan sehari-hari seorang muslim dapat menjadi contoh untuk para audiens yang melihatnya, sehingga iklan Kahf tidak hanya sebagai media informasi produknya saja, namun menjadi media kampanye Kahf dari *tagline*-nya #jalanyangkupilih.

Kata Kunci: Moderasi Nilai-Nilai Islam, Semiotika John Fiske, Iklan Televisi, *Skincare*

ABSTRACT

This research was conducted on the basis of the existence of Islamic values contained in television advertisements for Kahf skincare products version of "Kahf triple action oil and comedo defense" which were analyzed using semiotic theory from John Fiske with three levels, namely reality, representation, and ideology, to find out the meaning of Islamic values that appear. The Islamic values in question are Islamic values in general and the moderation of Islamic values depicted through scenes in the advertisements. The method used is descriptive qualitative research method with data analysis using John Fiske's semiotics. Data collection techniques were carried out using observation, visual materials, and literature study. The results obtained are that the meaning of Islamic values in Kahf advertisements is formed from mutually supporting everything in the appearance of Kahf advertisements including costumes, places, sounds and shooting from the reality level. Then Islamic values at the level of representation are the angle of shooting, image size, back sound, and camera movement. As well as at the ideological level, which is depicted through scenes that indicate the practice of worship and the social life of a Muslim. The conclusion from the analysis conducted on Kahf's version of Kahf's triple action oil and comedo defense advertisement is that the daily activities of a Muslim can be an example for the audience who sees it, so that Kahf's advertisement is not only a media for product information, but also a media for Kahf's campaign from the tagline. its #jalanyangkupilih.

Keywords: *Moderation of Islamic Values, John Fiske's Semiotics, Television Ads, Skin Care*

KATA PENGANTAR

Bismillah, Assalamu'alaykum warohatullahi wabarokaatuh

Puji syukur Alahamdulillah peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga dapat menyusun skripsi ini dengan tepat waktu, dan terima kasih kepada Umi dan Baba untuk dukungan dan do'anya kepada peneliti. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata 1 program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1. Dalam susuna skripsi ini, peneliti tidak lepas dari pengarahan, dan bimbingan serta motivasi yang telah diberikan dari berbagai pihak untuk dapat menyelesaikannya. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Peneliti juga ingin mengucapkan khusus Terima Kasih:

1. Kepada Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Kersono, SH., MM. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Kepada Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Kepada Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Bidang Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Kepada dosen pembimbing Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun yang telah membantu dan memberikan arahnya kepada peneliti.
5. Kepada keluarga dirumah, terutama umi dan bapak yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil serta motivasinya kepada peneliti.
6. Kepada Ibu Siti Setiawati, M.Pd yang telah membantu dan

- emluangkan waktunya untuk peneliti.
7. Kakak-kakak saya Midah, Sahrodi, Selamat, Syahrul, Saripudin, dan semua keluarga saya di rumah yang telah memberikan Do'a dan semangatnya kepada peneliti.
 8. Kakak perempuan saya Dian yang telah meminjamkan Laptopnya dalam mengerjakan skripsi ini.
 9. Kepada Uni Yolanda dan Mba Resti yang telah menjadi sahabat dan saudari baru untuk saya.
 10. Kepada Risma, Kamila, Dana, Resti, Umu, Hesti, Widya, Jihan, Amel, Olin dan Galuh sebagai sahabat ku yang memberikan semangat kepadapeneliti serta Ka Intan yang telah bersedia membantu penulis dalam pembuatan daftar pustaka dengan mendelay.

Semoga Allah S.W.T melibat-gandangan dengan pahala atas kontribusi para pihakyang telah membantu peneliti dalam proses pembuatan skripsi ini berlangsung hingga selesai. Meski demikian, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan yang dimiliki peneliti.

Jakarta, 25 Mei 2023

Penulis



Halvia Fitria

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Konsep	11
2.2.1 Komunikasi Massa	11
2.2.2 Periklanan.....	16
2.2.3 Nilai-Nilai Islam.....	21
2.2.4 Sinematografi	29
2.3 Kerangka Teori.....	33
2.3.1 Teori Semiotika	33
2.4 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.1.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Pendekatan Penelitian	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Teknik Analisis Data	43
3.5 Objek Penelitian	45
3.6 Instrumen Penelitian	45
3.7 Unit Analisis	45
3.8 Teknik Keabsahan Data	46
3.9 Lokasi Dan Waktu Penelitian	47
3.9.1 Lokasi Penelitian	47
3.9.2 Waktu Penelitian	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN48

4.1 Deskripsi Iklan Produk *Skincare* Kahf Versi “Kahf *Triple Action Oil And Comedo Defence*”48

4.1.1 Profil Brand Kahf49

4.2 Hasil Penelitian50

4.3 Pembahasan58

BAB V PENUTUP70

5.1 Kesimpulan70

5.2 Saran70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



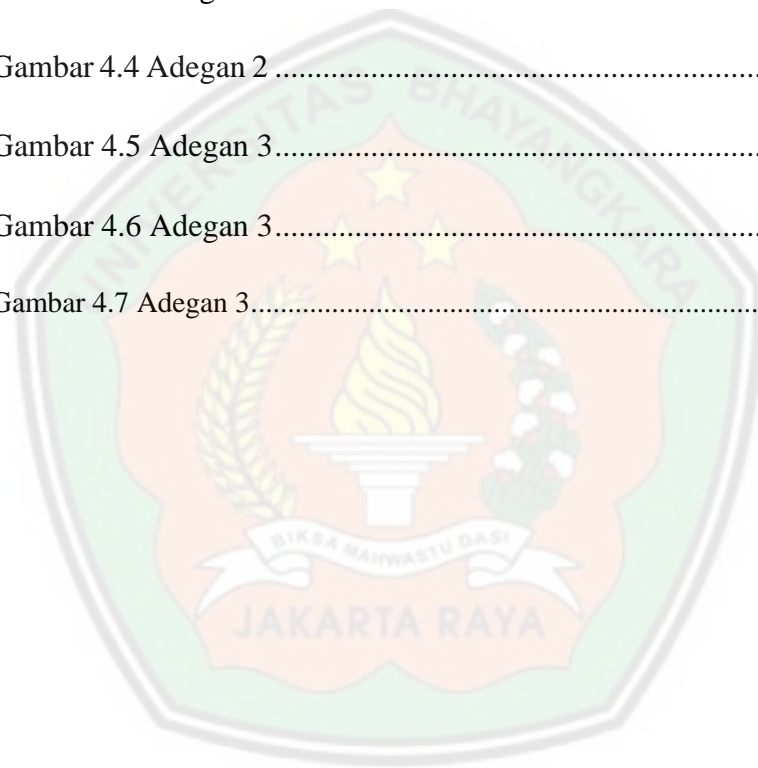
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Unit Analisis Hasil Penelitian	45
Tabel 4.1 Hasil Penelitian Adegan 1	50
Tabel 4.2 Hasil Penelitian Adegan 2	52
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Adegan 3	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Produk Kahf.....	3
Gambar 1.2 Iklan Produk Kahf.....	4
Gambar 4.1 Iklan Produk Kahf	49
Gambar 4.2 Adegan 1	50
Gambar 4.3 Adegan 2	52
Gambar 4.4 Adegan 2	52
Gambar 4.5 Adegan 3.....	54
Gambar 4.6 Adegan 3.....	54
Gambar 4.7 Adegan 3.....	55



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	38
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I** : Biodata Penulis
- Lampiran II** : Kartu Bimbingan
- Lampiran III** : Form Perbaikan Sidang Skripsi

