

SKRIPSI

**IKLAN AQUA FAJAR SADBOY DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

MUKHLIS

2010414310008

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

2026

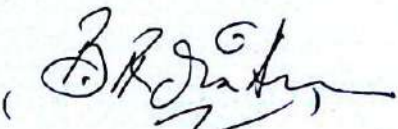


KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

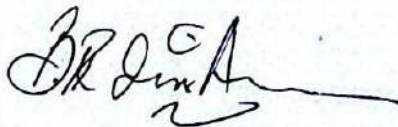
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

IKLAN AQUA FAJAR SADBOY DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

- A. Nama Mahasiswa : Mukhlis
NIM : 2010414310008
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 79.45 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 19 Desember 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si.
NIP. 195912101988111001
 - b. Sekretaris
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.
NIP. 198204212014041001
 - c. Anggota
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 197805212008121002

()
()
()

Banjarmasin, 30 Juni 2026
Ketua Tim Penguji,



Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si.
NIP. 195912101988111001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Mukhlis
Tempat/Tanggal Lahir : Angsana, 1 November 2001
NIM : 2010414310008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Provinsi Km.191, RT.03, Angsana, Kec. Angsana,
Kabupaten Tanah Bumbu

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "IKLAN AQUA FAJAR SADBOY DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES" adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang bukan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 30 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Mukhlis

NIM. 2010414310008



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jum'at Sembilan Belas Desember Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 7212/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 16 Desember 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Mukhlis
NIM : 2010414310008
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Iklan Aqua Fajar Sadboy Di Media Sosial Youtube Pada Analisis Semiotika Roland Barthes

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 14.00 s/d selesai
Nilai : 79,45 (A-)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 19 Desember 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Mukhlis

1. Ketua : Prof. Dr. H. Bachruddin Ali
Akhmad, M.Si

2. Sekretaris : Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si

3. Anggota : Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom

(Sul.)

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Mukhlis
NIM : 2010414310008
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Iklan Aqua Fajar Sadboy Di Media Sosial Youtube Pada Analisis Semiotika Roland Barthes

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad,M.Si	82	
2.	Dr. Muhammad Alif,S.Sos.,M.Si	79	
3.	Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom	73	
Jumlah		240	
Nilai Rata-rata		80	Nilai Akhir = 79,45 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 19 Desember 2025

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 7212/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara / i :

1. Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
2. Dr. Muhammad Alif, S.Sos, M.Si
3. Sarwani, S.Sos, M.Med.Kom

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Mukhlis
NIM : 2010414310008
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Iklan Aqua Fajar Sadboy Di Media Sosial Youtube Pada
Analisis Semiotika Roland Barthes

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jumat, 19 Desember 2025
J a m : 14.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 16 Desember 2025

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021002



ABSTRAK

Mukhlis, 2010414310008, 2025, Iklan Aqua Fajar Sadboy di Media Sosial YouTube pada Analisis Semiotika Roland Barthes. Di bawah Bimbingan Bachruddin Ali Akhmad

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam iklan Aqua versi Fajar Sadboy di media sosial YouTube. Iklan berdurasi 20 detik berjudul "Butuh Liburan? Beli #AQUADULU" ini menarik perhatian karena menggunakan strategi *viral marketing* dengan menggandeng tokoh Fajar Sadboy.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh melalui observasi visual dan narasi pada video iklan tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang membedah tanda melalui tiga tingkatan: denotasi (makna literal), konotasi (makna tersirat/asosiasi budaya), dan mitos (ideologi yang dinaturalisasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara denotasi, iklan menampilkan transisi Fajar Sadboy dari kondisi sedih yang dramatis menuju keceriaan setelah membeli produk Aqua dalam jumlah banyak. Secara konotasi, iklan ini merepresentasikan komodifikasi budaya viral, di mana kesedihan (*sadness marketing*) diolah menjadi humor yang relevan bagi generasi muda, sekaligus memposisikan Aqua sebagai solusi praktis untuk "mengembalikan fokus" atau pelarian dari masalah emosional. Secara mitos, Aqua membangun citra sebagai merek yang modern dan berempati terhadap tren sosial remaja, serta mengonstruksi pemikiran bahwa konsumsi produk dapat menjadi kunci menuju kebahagiaan dan petualangan melalui mekanisme undian liburan.

Kata Kunci : Semiotika, Roland Barthes, Iklan YouTube, Aqua, Fajar Sadboy.

ABSTRACT

Mukhlis, 2010414310008, 2025, Aqua's Fajar Sadboy Advertisement on YouTube: A Roland Barthes Semiotic Analysis. Under the supervision of Bachruddin Ali Akhmad.

This study aims to uncover the meaning of denotation, connotation, and myth contained in the Aqua advertisement featuring Fajar Sadboy on YouTube social media. The 20-second advertisement titled "Butuh Liburan? Beli #AQUADULU" is notable for its viral marketing strategy, collaborating with Fajar Sadboy, a figure widely associated with a persona of sadness and heartbreak.

The research method employed is qualitative with a descriptive approach. Primary data were obtained through visual observation and narration of the advertisement video. Data analysis was conducted using Roland Barthes' semiotic theory, which dissects signs through three levels: denotation (literal meaning), connotation (implied meaning/cultural association), and myth (naturalized ideology).

The results of the study show that denotatively, the advertisement depicts Fajar Sadboy's transition from a state of dramatic sadness to joy after purchasing Aqua products in bulk. Connotatively, this advertisement represents the commodification of viral culture, where sadness (sadness marketing) is processed into humor relatable to the younger generation, while positioning Aqua as a practical solution to "restore focus" or as an escape from emotional problems. In terms of myth, Aqua builds an image as a modern brand that empathizes with teenage social trends, constructing the idea that product consumption can be the key to happiness and adventure through a vacation sweepstakes mechanism.

Keywords : Semiotics, Roland Barthes, YouTube Advertisement, Aqua, Fajar Sadboy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena melalui pertolongan dan limpahan rahmat-Nya, karya ilmiah ini akhirnya dapat terselesaikan. Skripsi berjudul **“IKLAN AQUA FAJAR SADBOY DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES”** disusun sebagai salah satu persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Selain sebagai pemenuhan syarat kelulusan, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan penulis serta memberikan rujukan tambahan bagi mahasiswa lain yang menekuni kajian serupa. Penyusunan skripsi ini tidak akan dapat selesai tanpa kontribusi, bantuan, maupun dukungan yang diberikan oleh banyak pihak, baik secara langsung ataupun tidak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan penghargaan serta ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan dukungan serta izin dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memfasilitasi berbagai kegiatan akademik maupun nonakademik di lingkungan program studi.
4. Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran, arahan, dan komitmen waktunya telah membantu penulis hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji 1 yang memberikan masukan konstruktif selama proses penyusunan skripsi.

6. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan penguji 2 yang telah membimbing penulis sejak awal masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lambung Mangkurat yang telah berbagi ilmu dan pengalaman sepanjang proses perkuliahan.
8. Seluruh staf dan karyawan FISIP Universitas Lambung Mangkurat yang dengan keramahan dan ketulusan hati selalu membantu dalam berbagai keperluan administrasi dan pelayanan mahasiswa.

Penulis memahami bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti lain.

Banjarmasin, 4 Mei 2026

Penulis



Mukhlis

NIM. 2010414310008

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Sejenis	7
2.2 Tinjauan Konseptual	9
2.2.1 Definisi Komunikasi	9
2.2.2 Komunikasi Massa	12
2.2.3 Semiotika	14

2.2.4	Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos	16
2.2.5	Media Sosial Youtube	17
2.3	Kerangka Berpikir	20
BAB III		21
METODE PENELITIAN.....		21
3.1.	Pendekatan Penelitian	21
3.2.	Tipe Penelitian	21
3.3.	Objek Penelitian	21
3.4.	Jenis dan Sumber Data	22
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6.	Teknik Analisis Data.....	23
3.6.1.	Reduksi Data	24
3.6.2.	Penyajian Data	24
3.6.3.	Verifikasi.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		26
4.1	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN AQUA	26
4.2	IKLAN AQUA FAJAR SADBOY	28
4.3	HASIL PENELITIAN.....	29
4.3.1	Makna Denotasi, Makna Konotasi, dan Mitos iklan "Butuh liburan? Beli #AQUADULU" (sekitar 19 detik + 06 detik).....	31

4.3.2	Penjelasan Hasil Makna Denotasi, Makna Konotasi, dan Mitos iklan	
	"Butuh liburan? Beli #AQUADULU"	38
4.4	PEMBAHASAN PENELITIAN	43
BAB V PENUTUP		48
5.1	KESIMPULAN	48
5.2	SARAN	49
DAFTAR PUSTAKA		50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Sejenis.....	7
Tabel 3.6.2 Tabel Penyajian Data	25
Tabel 4.3 Makna Denotasi, Makna Konotasi, dan Mitos.....	31