

**SKRIPSI**

**ANALISIS KONTEN IKLAN *MISLEADING* F&B DI INSTAGRAM  
FOKUS PADA KLAIM KESEHATAN DAN NUTRISI SERTA  
DAYA TARIK IKLAN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**GHEA MUSTIKA RACHMAN**

**NIM: 1910312120029**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**BANJARMASIN**

**2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

**ANALISIS KONTEN IKLAN *MISLEADING* F&B DI INSTAGRAM  
FOKUS PADA KLAIM KESEHATAN DAN NUTRISI SERTA  
DAYA TARIK IKLAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

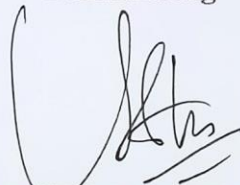
**GHEA MUSTIKA RACHMAN**

**1910312120029**

Yang dipertahankan di depan Tim Penguji pada 20 Mei 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Pembimbing**



**Arief Budiman, SE, MMktg, Ph.D, CPM (Asia)**

**NIP. 19760122 200012 1 001**

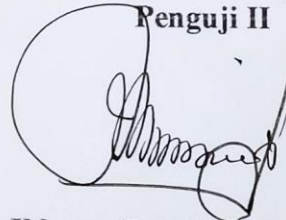
**Penguji I**



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**

**NIP. 19670909 199303 1 001**

**Penguji II**

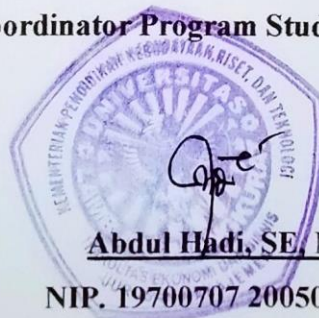


**Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA, ACPA**

**NIP. 19700209 199303 1 003**

**Mengetahui,**

**Koordinator Program Studi Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.Si**

**NIP. 19700707 200501 1 001**

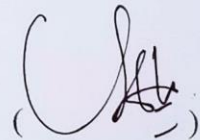
**LEMBAR PENGESAHAN**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
BANJARMASIN**

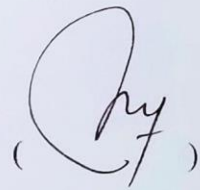
Nama : Ghea Mustika Rachman  
NIM : 1910312120029  
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Konten Iklan *Misleading* F&B Di Instagram  
Fokus Pada Klaim Kesehatan Dan Nutrisi Serta Daya  
Tarik Iklan  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Senin, 20 Mei 2024

**TIM PENGUJI**

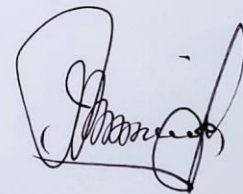
Pembimbing : Arief Budiman, SE, MMktg, Ph.D, CPM (Asia)



Penguji 1 : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM



Penguji 2 : Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA, ACPA



## LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

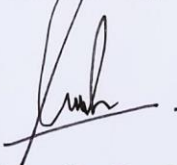
Nama : Ghea Mustika Rachman  
NIM : 1910312120029  
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Konten Iklan *Misleading* F&B Di Instagram Fokus Pada Klaim Kesehatan Dan Nutrisi Serta Daya Tarik Iklan  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Senin, 20 Mei 2024  
Tempat : Ruang Rapat PG  
Waktu Ujian : 08.30-10.30 WITA

Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Banjarmasin, 24 Juni 2024

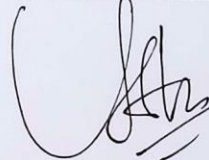
Mahasiswa,



**Ghea Mustika Rachman**

NIM. 1910312120029

Dosen Pembimbing,

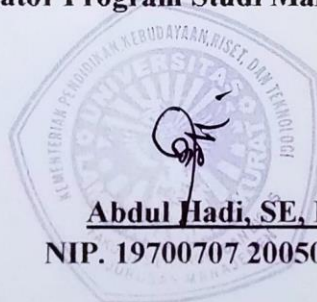


**Arief Budiman, SE, MMktg, Ph.D**

NIP. 19760122 200012 1 001

Mengetahui,

**Koordinator Program Studi Manajemen FEB ULM**



**Abdul Hadi, SE, M.Si**

NIP. 19700707 200501 1 001

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah ditulis sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat dari pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 19 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Ghea Mustika Rachman

NIM. 1910312120029

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT., berkat limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Konten Iklan *Misleading* F&B Di Instagram Fokus Pada Klaim Kesehatan Dan Nutrisi Serta Daya Tarik Iklan”. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW., karena berkat Rasulullah lah yang membawa dan menuntun dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang benderang.

Penyusunan skripsi ini diselesaikan untuk memenuhi syarat lulus pada jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Kelancaran dan kesuksesan penulis selama proses penyusunan skripsi tidak lepas dari peran orang-orang penting didalamnya dalam memberikan bantuan, bimbingan, dukungan serta doa. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Anna Nur Faidah, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan selama penulis mengampu pendidikan di bangku perkuliahan.

4. Bapak Arief Budiman, SE, MMktg, Ph.D, CPM (Asia)., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, informasi, pengetahuan, saran, masukan dan kesediaan waktu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM., selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan saran dan masukan terhadap skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA, ACPA., selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan saran dan masukan terhadap skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono., S. Kom., MA, selaku Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang senantiasa memberikan bantuan bimbingan dan masukan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staf di ruang lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan bantuan selama penulis mengampu pendidikan di bangku perkuliahan.
9. Kedua orang tua yang telah senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga penulisan skripsi berjalan dengan baik.
10. Seluruh teman-teman dekat yang telah memberikan dukungan, saran, semangat, doa, bantuan dan telah bersedia mendengarkan keluh kesah penulis.

11. Orang-orang terdekat lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya, terimakasih atas semua bantuan, dukungan, masukan dan doa yang telah diberikan selama ini.

Penulis menyadari akan banyaknya ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang diberikan dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan berguna bagi berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Banjarmasin, 20 Maret 2024

Penulis,



Ghea Mustika Rachman

NIM. 1910312120029

## **ABSTRACT**

*Ghea Mustika Rachman (2024). Content Analysis of Misleading F&B Advertisements on Instagram focusing on Health and Nutrition Claims and Advertising Appeals. Supervisor: Arief Budiman*

*The research aimed to (1) analyze the content of misleading advertising claims and (2) analyze the advertising appeal used in misleading F&B product advertisements on Instagram reels, specifically mentioning health and nutrition claims.*

*This research employed the method of content analysis with a quantitative descriptive design. The sampling technique utilized in this study was purposive sampling, which is a method of selecting samples based on specific considerations. Data collection involved observation techniques, while content analysis utilized coding sheets and protocols. Data analysis techniques included validity and reliability tests.*

*The results of the misleading advertising claim and advertising appeal research show that advertisements frequently use subjective claims at 44.4%, product orientation at 100%, the ambiguous misleading category at 33.3%, displaying product attributes at 55.6%, and fear appeals at 55.6%. Based on the analysis, it indicates that a large number of advertisements use claims that cannot be proven true, are deceptive, inaccurate, and puffery. Which suggests that the advertisements have the potential to mislead consumers. Additionally, the advertisements also emphasize the quality of the product and trigger consumer emotions, thereby positioning the product as the best choice.*

***Keywords: Misleading Advertising Claim, Advertising Appeals, Content Analysis.***

## ABSTRAKSI

Ghea Mustika Rachman (2024). Analisis Konten Iklan *Misleading* F&B Di Instagram Fokus Pada Klaim Kesehatan Dan Nutrisi Serta Daya Tarik Iklan.  
Pembimbing: Arief Budiman, SE, MMktg, Ph.D, CPM (Asia)

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis isi klaim *misleading advertising claim* dan (2) menganalisis daya tarik iklan yang digunakan dalam iklan *misleading* produk F&B di reels Instagram dengan mencantumkan atau menyebutkan klaim kesehatan dan klaim nutrisi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan desain deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi atau pengamatan, penelitian analisis isi menggunakan lembar *coding* dan protokol. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian *misleading advertising claim* dan daya tarik iklan menunjukkan bahwa iklan banyak menggunakan klaim subjektif sebesar 44,4%, orientasi produk sebesar 100%, kategori menyesatkan ambigu sebesar 33,3%, menampilkan atribut produk sebesar 55,6% dan rasa takut sebesar 55,6%. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa sejumlah besar iklan menggunakan klaim yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya, mengelabui, tidak akurat dan berlebihan. Hal tersebut menyatakan bahwa iklan berpotensi menyesatkan konsumen. Selain itu, iklan juga menekankan pada kualitas produk, dan memicu perasaan konsumen sehingga menjadikan produk sebagai pilihan terbaik.

**Kata Kunci:** *Misleading Advertising Claim*, Daya Tarik Iklan, Analisis Isi

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR LEGALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	11
1.3    Tujuan Penelitian.....	11
1.4    Manfaat Penelitian.....	11
1.5    Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1    Landasan Teori .....	14
2.1.1    Iklan Online ( <i>Digital Advertising</i> ) .....	15
2.1.2    Media Sosial Instagram.....	16
2.1.3    Ketentuan Iklan .....	18

2.1.4	<i>Misleading Advertising Claim</i> .....	20
2.1.5	Jenis Pesan Kesehatan.....	25
2.1.6	Strategi Kreatif Iklan.....	27
2.1.7	Daya Tarik Iklan .....	27
2.1.8	Analisis Isi.....	30
2.2	Penelitian Sebelumnya .....	33
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN MODEL PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Kerangka Konseptual .....	38
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>		<b>41</b>
4.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	41
4.2	Jenis Penelitian .....	42
4.3	Unit Analisis.....	42
4.4	Populasi dan Sampel .....	42
4.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	46
4.6	Teknik Pengumpulan Data .....	48
4.7	Teknik Analisis Data .....	49
4.7.1	Uji Validitas .....	49
4.7.2	Uji Reliabilitas .....	49
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>		<b>51</b>
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
5.2	Hasil dan Analisis Data .....	53
5.2.1	Hasil Penelitian .....	56
5.3	Uji Instrumen Penelitian.....	66
5.3.1	Uji Validitas .....	66

5.3.2	Uji Reliabilitas .....	69
5.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
5.4.1	Iklan Buavita Jambu.....	73
5.4.2	Iklan Koko Krunch Gold Corn Flakes .....	78
5.4.3	Iklan Soyjoy Almond & Chocolate.....	83
5.5	Implikasi Hasil Penelitian .....	88
5.5.1	Implikasi Teoritis .....	88
5.5.2	Implikasi Praktis .....	89
5.6	Keterbatasan Penelitian .....	90
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>91</b>
6.1	Kesimpulan.....	91
6.2	Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Prasurvey .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 4. 1 Definisi Operasional variabel.....	46
Tabel 5. 1 Data Penelitian .....	54
Tabel 5. 2 Hasil Coding Sifat Klaim.....	56
Tabel 5. 3 Distribusi Frekuensi Sifat Klaim.....	56
Tabel 5. 4 Hasil <i>Coding</i> Tipologi Klaim.....	58
Tabel 5. 5 Distribusi Frekuensi Tipologi Klaim .....	58
Tabel 5. 6 Hasil <i>Coding</i> Kategori Menyesatkan .....	60
Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi Kategori Menyesatkan.....	60
Tabel 5. 8 Hasil <i>Coding</i> Daya Tarik Rasional .....	62
Tabel 5. 9 Distribusi Frekuensi Daya Tarik Rasional .....	62
Tabel 5. 10 Hasil <i>Coding</i> Daya Tarik Emosional .....	64
Tabel 5. 11 Distribusi Frekuensi Daya Tarik Emosional.....	64
Tabel 5. 12 Hasil Analisis Item.....	67
Tabel 5. 13 Hasil Reliabilitas Kategori .....	70
Tabel 5. 14 Pembahasan Scene Iklan Buavita Jambu .....	73
Tabel 5. 15 Pembahasan Scene Iklan Koko Krunch Gold Corn Flakes.....	78
Tabel 5. 16 Pembahasan Scene Iklan Soyjoy Almond & Chocolate .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Isi klaim.....	5
Gambar 1. 2 Informasi Nilai Gizi Buavita Jambu.....	5
Gambar 1. 3 Klaim " Polusi? Perkuat Imun, Saatnya Buavita Jambu” .....	8
Gambar 2. 1 Instagram Reels Ads.....	17
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....	40
Gambar 4. 1 Alur Menentukan Kriteria Sampel .....	43
Gambar 5. 1 Laman Instagram.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti dan <i>Coder</i> .....	102
Lampiran 2 Protokol Pengisian Lembar <i>Coding</i> .....	103
Lampiran 3 Lembar <i>Coding</i> .....	103
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas <i>Antarcoder</i> .....	111
Lampiran 5 Penentuan Sampel.....	114