

**REPRESENTASI *BULLYING* DISABILITAS DALAM IKLAN  
(Analisis Semiotika Pada Iklan Versi “My Buddy Biskuat” di  
Youtube)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Novita Nur Alifah**

**NIM. 17107030100**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Novita Nur Alifah

NIM : 17107030100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul **“REPRESENTASI BULLYING DISABILITAS DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN VERSI MY BUDDY BISKUAT DI YOUTUBE”** ini tidak terdapat karya tulis yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi ini adalah asli hasil karya tulis/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya tulis/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dosen pembimbing dan penguji.

Yogyakarta, 28 Juni 2022

Yang Menyatakan,

  
Novita Nur Alifah

NIM. 17107030100

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Novita Nur Alifah  
NIM : 17107030100  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### **Representasi Bullying Disabilitas dalam Iklan Youtube (Analisis Semiotika Pada Iklan Versi "My Buddy Biskuat" di YouTube)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

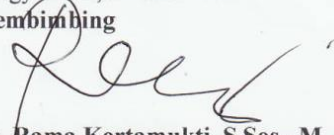
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 27 Juni 2022

**Pembimbing**

  
**Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M. Sn.**  
**NIP. 19721026 2011 01 1 001**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-832/Un.02//PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : Representasi Bullying Disabilitas Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan Versi "My Buddy Biskuat" di Youtube)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NOVITA NUR ALIFAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030100  
Telah diujikan pada : Selasa, 02 Agustus 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn  
SIGNED

Valid ID: 62fde5a9c34e4



Penguji I

Alip Kunandar, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 62fce90f2320c



Penguji II

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 62f1e80e07a3d



Yogyakarta, 02 Agustus 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 630338f1409a8

## **HALAMAN MOTTO**

**Untuk masa-masa sulitmu, biarlah Allah yang menguatkanmu.**

**Tetap jalani dengan ikhlas dan bersyukur**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

Kedua orang tua saya, yang selalu memberi dukungan dan selalu menerima  
keadaanku

Dan untuk almamater tercinta Ilmu Komunikasi 2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta pertolongan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi. Shalawat senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat yang turut berjuang di jalan Allah dalam menegakkan agama Islam.

Skripsi ini berjudul **“REPRESENTASI *BULLYING* DISABILITAS DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN VERSI MY BUDDY BISKUAT) DI YOUTUBE”**. Penelitian ini bertujuan menemukan tanda-tanda dalam iklan yang merepresentasikan *bullying* disabilitas. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga ada manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini .

Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini atas dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan tulus penulis ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan dan kontribusinya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat sehat, iman Islam serta segala karunia.
2. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

3. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing skripsi yang senantiasa mencurahkan tenaga, pikiran dan waktunya dalam membimbing penyelesaian skripsi dan penelitian ini dengan memberikan kritik, saran dan masukannya.
4. Bapak Alip Kunadar, S. Sos., M. Sn, selaku dosen penguji 1 dan Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I. M.A, selaku dosen penguji 2 yang telah menyempatkan waktunya untuk memberikan masukan dan bantuan terhadap skripsi peneliti.
5. Ibunda Niken Puspitasari, S.IP, M.A, selaku Dosen Penasihat Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama peneliti menempuh bangku perkuliahan di jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi beserta staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang telah membagikan ilmu dan membantu peneliti selama menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ibu Dr. Astri Hanjarwati, M.A. Kepala Pusat Layanan PLD UIN Sunan Kalijaga yang telah banyak membantu, memberi saran dan masukan untuk penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibuku yang selalu memberi kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.



9. Kakak penulis tercinta, Alfiana Desi Savitri, terima kasih atas doa dan segala dukungannya.
10. Keluarga Besar Pusat Layanan Difabel UIN Sunan Kalijaga, atas saran, motivasi, waktu, cerita, maaf dan seluruh emosi yang menguatkan tali persaudaraan.
11. Terima kasih kepada sahabat terdekat penulis, Ayunda, Sisil, Lia, Artha, Tititri, Mardiana dan Ines yang saling mendukung satu sama lain dalam menuntaskan kewajiban skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan, terutama Ilmu Komunikasi 2017 yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Terima kasih atas bantuan, saran, diskusi, serta kerjasamanya.
13. Serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Hanya ucapan terima kasih serta doa penulis berikan kepada nama-nama di atas. Semoga Allah SWT memberikan banyak kelimpahan nikmat kepada semua.

Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 28 Juni 2022

Yang Menyatakan,



Novita Nur Alifah

NIM 17107030100

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>ABSTRACT</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Tinjauan Pustaka .....	12
F. Landasan Teori.....	16
G. Metode Penelitian.....	27
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b> .....	33
A. Deskripsi Profil PT. Mondelez Indonesia .....	33
B. Deskripsi Merek Biskuit.....	34

C. Sinopsis Video Iklan Versi “My Buddy Biskuat” .....	35
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>38</b>
A. Makna Denotatif, Konotatif, Mitos.....	38
B. Pesan yang disampaikan dalam Iklan versi “My Buddy Biskuat” .....	64
C. Pembahasan: Absensi, Representasi, dan Upaya Mengubah Persepsi Publik terhadap Difabel melalui Iklan.....	66
D. Peranan Media Dalam Bullying Disabilitas.....	71
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>84</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Logo PT. Mondelez Indonesia .....	33
Gambar 2: Produk Biskuit Biskuat .....	34
Gambar 3: Rangkaian Adegan Dalam Iklan Biskuit Versi “My Buddy Biskuat”	36



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 1 .....	42
Tabel 3. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 2 .....	43
Tabel 4. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 3 .....	44
Tabel 5. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 4 .....	45
Tabel 6. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 5 .....	46
Tabel 7. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 6 .....	47
Tabel 8. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 7 .....	48
Tabel 9. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 8 .....	49
Tabel 10. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 9 .....	50
Tabel 11. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 10 .....	51
Tabel 12. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 11 .....	52
Tabel 13. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 12 .....	53
Tabel 14. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 13 .....	54
Tabel 15. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 14 .....	55
Tabel 16. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 15 .....	56
Tabel 17. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 16 .....	57
Tabel 18. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 17 .....	58
Tabel 19. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 18 .....	59
Tabel 20. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 19 .....	60
Tabel 21. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 20 .....	61
Tabel 22. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 21 .....	62
Tabel 23. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 22 .....	63
Tabel 24. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 23 .....	64
Tabel 25. Denotatif, Konotatif, dan Mitos pada Scene 24 .....	65

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Peta Semiotik Roland Barthes .....	24
Bagan 2. Two Order of Significance Roland Barthes.....	25
Bagan 3. Kerangka Pemikiran.....	26
Bagan 4. Peta Tanda Semiotika Roland Barthes.....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Dokumentasi Cover Iklan Versi "My Buddy Biskuat" .....	84
Lampiran 2. Scene Iklan versi "My Buddy Biskuat" .....	85
Lampiran 3. Sinopsis Video Iklan "My Buddy Biskuat" .....	86
Lampiran 4. Surat Penetapan Pembimbing .....	87
Lampiran 5. Pengenalan Budaya Akademik Kemahasiswa .....	88
Lampiran 6. Sosialisasi Pembelajaran .....	89
Lampiran 7. TOEC .....	90
Lampiran 8. IKLA .....	91
Lampiran 9. Sertifikat KKN .....	92
Lampiran 10. Curriculum Vitae .....	93

## ABSTRACT

*The biscuit ad version of "My Buddy Biskuat" is an advertisement that is very different from other advertisements because this advertisement shows an elementary school child with a Deaf disability, about the figure of a child with a Deaf disability who shows strength of heart when experiencing bullying at the elementary school level (SD). This phenomenon often occurs throughout the world including Indonesia and we often find it in the school environment, maybe even outside the school environment. This advertising video carries a positive message, namely a campaign to prevent bullying victims and to be more concerned with maintaining behavior, so that bullying does not happen again. Hopefully there will always be anti-bullying activities around schools, both non-inclusive and inclusive, and the public is aware of the importance of anti-bullying campaigns.*

*This study aims to find a representation of bullying in the "My Buddy Biskuat" version of the biscuit advertisement video on Youtube. This research uses Stuart Hall's representation theory. This research is qualitative, and the subject is a biscuit advertisement version of "My Buddy Biskuat". The data were obtained by observing and documenting scenes in the biscuit advertisement video version of "My Buddy Biskuat". The phenomena in this study were analyzed using Roland Barthes' semiotic analysis method, and classified them into denotation, connotation and myth. The results of this study found how the representation of bullying with Deaf disabilities was shown in the biscuit advertisement video version of "My Buddy Biskuat".*

*Keyword: representasi, bullying, semiotika, iklan, deaf disabled*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Fenomena sosial yang sering terjadi di masyarakat bagi yang masih sekolah yaitu *bullying*. *Bullying* merupakan salah satu bentuk kekerasan yang dilakukan secara sengaja oleh seorang atau lebih dengan tujuan untuk menyakiti bisa berupa kata-kata dan ataupun perbuatan yang misalnya memukul atau mendorong dan lain-lain. *Bullying* ini dapat menimbulkan tekanan yang melibatkan pikiran maupun perasaan seperti ketakutan, bingung, khawatir bahkan bisa sampai penyakit bagi korban *bullying*. Fenomena ini sering terjadi di seluruh dunia termasuk Indonesia dan dapat kita temukan di lingkungan sekolah sehingga lingkungan rumah.

Menurut Latitude News yang dilakukan penelitian oleh 40 Negara. Faktanya yang ditemukan adalah pelaku *bullying* bisa siswa laki-laki ataupun perempuan. Dari survey, lima negara yang terdapat kasus *bullying* paling tinggi di dunia adalah Jepang, Indonesia, Kanada, Finlandia dan Amerika Serikat (Wardani & Fajriansyah, 2017). Menurut data KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) ditemukan kasus *bullying* anak di berbagai jenjang pendidikan. Terdapat 329 kasus *bullying* anak pada tahun 2016 sampai 2020 (KPAI, 2020).

Menurut peneliti Sri membagi *bullying* menjadi 3 bentuk. Bentuk *bullying* verbal meliputi memanggil dengan panggilan buruk, mengejek, menggoda atau mengancam. Bentuk *bullying* fisik berupa mendorong, memukul, mengambil barang, dan berkelahi. Sedangkan bentuk *bullying*

relasional berupa memfitnah dan mengucilkan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan jika *bullying* yang banyak dilakukan oleh pelaku berdasarkan frekuensi dilakukannya adalah *bullying* verbal, relasional dan fisik. Sedangkan jika dilihat dari sisi korban, *bullying* yang paling sering dialami adalah verbal, fisik, dan relasional.

Sebuah artikel yang berjudul *Bullying and Children and Youth with Disabilities and Special Health Needs* menyatakan bahwa:

“Jika anak menggunakan fisik, perkembangan, intelektual, emosional serta sensorik yang mengalami kendala akan lebih rentan di *bullying* oleh teman sebayanya. Faktor yang mungkin mampu menyebabkan syarat ini contoh tantangan akan kemampuan sosial. Intoleransi lingkungan terhadap anak dengan keterbatasan pula sangat mungkin menyebabkan meningkatkan risiko” (2012).

Media sebagai penentu pandangan masyarakat (Zhang, 2010) semestinya memberikan porsi pembahasan khusus tentang difabel yang cukup dengan representasi bervariasi seperti difabel dalam dunia nyata. Dengan harapan masyarakat dapat mendapat gambaran yang lebih realistis mengenai penyandang disabilitas. Dengan begitu, difabel tidak lagi diidentikkan dengan konotatif negatif dan dapat dipandang seperti manusia pada umumnya.

Para peneliti menyimpulkan bahwa pada umumnya siswa tuli menjadi korban *bullying* di antara siswa yang mendengar (McCrone, 2004) dan bahwa siswa tuli, diganggu oleh siswa yang mendengar. Remaja tuli mungkin berisiko lebih besar menjadi korban *bullying* daripada remaja mendengar karena mereka tampak lebih lemah karena kehilangan pendengaran mereka dan karena beberapa *bullying* mungkin percaya bahwa mereka tidak dapat melaporkan apa yang telah mereka alami. Menurut penelitian oleh Dixon,

Smith, & Jenks (McCrone, 2004) bahwa “tidak ada penelitian yang dipublikasikan yang berkaitan secara khusus dengan *bullying* yang melibatkan anak-anak Tuli.

Dalam beberapa penelitian yang ditemukan memberikan dukungan bahwa *bullying* adalah masalah yang signifikan di kalangan siswa Tuli atau Hoh. Penelitian Sullivan (McCrone, 2004) mengamati bahwa anak-anak penyandang cacat sering menjadi sasaran *bullying* dan mereka yang memiliki cacat yang dapat diamati (seperti gangguan pendengaran atau Tuli) dua kali lebih mungkin diganggu daripada anak-anak yang cacatnya tidak mudah terlihat. Siswa Tuli / Hoh di Inggris memiliki tingkat korban tertinggi *bullying* (100%) dan *bullying* orang lain (50%) dari semua siswa berkebutuhan khusus dalam sampel 93 (Thompson, Whitney, & Smith, 1994).

Penelitian Dixon, Smith, & Jenks (2004) melakukan studi kualitatif *bullying* di sekolah Inggris yang mencakup unit untuk siswa Tuli / Hoh. Unit ini hanya menggunakan bahasa Inggris lisan dan tidak ada siswa yang menggunakan bahasa isyarat untuk berkomunikasi. Dalam studi kasus ini dari satu sekolah di Inggris, peneliti mewawancarai 12 Tuli / Hoh dan 6 siswa mendengar, 11 orang tua siswa Tuli / Hoh, 6 staf yang bekerja dengan kelas Tuli / Hoh, 4 guru utama, 2 manajer utama, dan 3 staf lainnya.

Kehadiran difabel Tuli dalam media akan menjadi representasi yang dapat mengurangi diskriminasi. Gambaran dan pengertian yang lebih positif terhadap Difabel Tuli dapat terjadi. Penggambaran Difabel Tuli dengan hormat

dan bermanfaat yang ditampilkan oleh media akan membuat masyarakat menjadi lebih inklusif dan berdamai

Manusia merupakan makhluk hidup mempunyai kelebihan dan kekurangan, demikian pula Difabel Tuli memiliki fisik yang tidak sempurna namun bukan berarti difabel Tuli lemah dalam daya pikirnya. Difabel Tuli pasti memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh non difabel atau orang yang bisa mendengar pada umumnya. Kekurangan difabel Tuli adalah tidak bisa mendengar tetapi difabel Tuli lebih tinggi semangat dan kemauannya. Kekurangannya tidak membuat difabel Tuli putus asa untuk meraih cita-citanya.

Seperti halnya manusia pada umumnya, Difabel Tuli juga membutuhkan interaksi. Difabel Tuli juga membutuhkan orang lain dalam berinteraksi seperti untuk berbagi pendapat, informasi, ide dan pikirannya baik secara verbal maupun non verbal, meskipun dalam berinteraksi yang dilakukan Difabel Tuli tidak mudah dipahami lingkungan sekitarnya. Difabel Tuli berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Isyarat dan Verbal dalam interaksi sehari-hari karena keterbatasannya. Karena cara berkomunikasi yang berbeda ini Difabel Tuli sering dianggap sangat rumit dan sulit berkomunikasi dalam arti bahasa yang disampaikan oleh atau ke orang lain.

Dalam hidupnya difabel Tuli menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. *Bullying* selalu menempel pada seorang Difabel Tuli karena situasi dan lingkungannya yang memandang negatif. Dianggap sebagai “orang bodoh atau bisu” menjadikan para Difabel Tuli sering dipandang negatif oleh orang

yang memiliki pendengaran. Difabel Tuli juga sering dianggap memiliki kerusakan pada pendengarannya dan dianggap tidak sempurna. Istilah orang “bodoh atau bisu” merupakan label yang menempel pada Difabel Tuli yang disematkan oleh masyarakat. Hal tersebut menjadikan *bullying* terus muncul di masyarakat.

Di dalam Al Qur’an juga dijelaskan bahwa Penyandang Disabilitas yaitu terdapat dalam Al Qur’an penggalan dari Surat An-Nur Ayat 61 yang berbunyi:

عَلَىٰ وَلَا حَرَجٌ الْأَعْرَجِ عَلَىٰ وَلَا حَرَجٌ الْأَعْمَىٰ عَلَىٰ لَيْسَ  
بُيُوتٍ أَوْ بُيُوتِكُمْ مِنْ تَأْكُلُوا أَنْ أَنْفُسِكُمْ عَلَىٰ وَلَا حَرَجٌ الْمَرِيضِ  
أَوْ أَخَوَاتِكُمْ بُيُوتٍ أَوْ إِخْوَانِكُمْ بُيُوتٍ أَوْ أُمَّهَاتِكُمْ بُيُوتٍ أَوْ آبَائِكُمْ  
بُيُوتٍ أَوْ أَخَوَالِكُمْ بُيُوتٍ أَوْ عَمَّاتِكُمْ بُيُوتٍ أَوْ أَعْمَامِكُمْ بُيُوتٍ  
أَنْ جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ لَيْسَ صَدِيقِكُمْ أَوْ مَفَاتِحَهُ مَلَكَتُمْ مَا أَوْ خَلْتُمْ  
أَنْفُسِكُمْ عَلَىٰ فَسَلِّمُوا بُيُوتًا دَخَلْتُمْ فَإِذَا أَشْتَاتَا أَوْ جَمِيعًا تَأْكُلُوا  
الْآيَاتِ لَكُمْ اللَّهُ يُبَيِّنُ كَذَلِكَ ۖ طَيِّبَةً مُبْرَكَةً اللَّهُ عِنْدَ مَنْ تَحْيَةً  
٦١ تَعْقِلُونَ لَعَلَّكُمْ

Artinya : “tidak ada halangan bagi orang buta, tidak (pula) bagi orang pincang, tidak (pula) bagi orang sakit, dan tidak (pula) bagi dirimu, makan (bersama-sama mereka) di rumah kamu atau di rumah bapak-bapakmu, di rumah ibu-ibumu, di rumah saudara-saudaramu yang laki-laki, di rumah saudara-saudaramu yang perempuan, di rumah saudara-saudara bapakmu yang laki-laki, di rumah saudara-saudara bapakmu yang perempuan, di rumah saudara-saudara ibumu yang laki-laki, di rumah saudara-saudara ibumu yang perempuan, (di rumah) yang kamu miliki kuncinya atau (di rumah) kawan-kawanmu. Tidak ada halangan bagi kamu makan bersama-sama mereka atau sendiri-sendiri. Apabila kamu memasuki rumah-rumah hendaklah kamu memberi salam (kepada penghuninya, yang berarti memberi salam) kepada dirimu sendiri, dengan salam yang penuh berkah dan baik dari sisi Allah. Demikianlah Allah menjelaskan ayat-ayat(-Nya) bagimu, agar kamu mengerti”. (QS. An-Nur [24]: 61)

Dilansir dari situs, artikel yang menjelaskan pada surah An-Nur [24] ayat 61 ini Quraish Shihab menyatakan bahwa:

*“Tidak ada halangan dan dosa bagi orang buta untuk tidak melaksanakan secara sempurna kewajiban-kewajiban yang menuntut penggunaan pandangan mata, tidak pula bagi orang pincang untuk kewajiban yang mengharuskan penggunaan kaki yang sehat, tidak pula bagi orang sakit yang penyakitnya menghalangi atau memberatkan dia melakukan sesuatu seperti berpuasa.”*

Dari Ayat diatas dapat dipahami bahwa surah An-Nur [24] ayat 61 menjelaskan perihal Penyandang Disabilitas mempunyai hak yang sama dengan manusia normal lainnya. Oleh karena itu, semestinya seorang muslim tidak memiliki stigma negatif terhadap mereka, apalagi membentuk penyandang Disabilitas merasa terpinggirkan serta tidak berarti. Karena Islam datang membawa nilai kesetaraan, kesamaan, serta melawan segala tindakan diskriminasi.

Video dapat ditampilkan dalam Youtube, dan juga bisa dalam berbagai produk beriklan. Salah satu produk iklan tersebut adalah Biskuat. Iklan biskuit yang berjudul “My Buddy Biskuat” menampilkan Difabel Tuli dalam industri periklanan. Iklan yang tayang di Youtube diunggah pada nama Channel Youtube “Biskuat Indonesia Official” Youtubanya pada tanggal 2 Juni 2020. Iklan biskuit Versi “My Buddy Biskuat” ini berdurasi 30 detik dan telah ditonton sebanyak 3,5 juta kali. Akun Biskuat Indonesia Official telah bergabung pada tanggal 16 Juli 2019 dengan jumlah akun yang telah menonton video yang diunggah sebanyak 1.818.583 viewers ada jumlah pengikutnya sebanyak 18,9 ribu orang.

Iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” berbeda dari iklan-iklannya sebelumnya. Iklan ini bercerita tentang sosok anak Difabel Tuli yang memperlihatkan kekuatan hati ketika mengalami *bullying* di sekolah tingkat Sekolah Dasar (SD). Seorang anak Difabel Tuli yang sedang diganggu oleh teman-teman sekolahnya. Karakteristik Difabel Tuli terlihat dari ABM (Alat Bantu Mendengar) yang digunakan. Anak Difabel Tuli ini diam saja saat teman-temannya menggonggonya. Dalam adegan selanjutnya, teman yang menggonggonya tidak sengaja melihat anak Difabel Tuli ini sedang berlatih olahraga beladiri dengan ayahnya.

Adegan selanjutnya diakhiri dengan teman yang suka menggonggonya mendekati anak Difabel Tuli ini dan bertanya mengapa selama ini dia diam saja. Anak difabel Tuli menjawab dengan gerakan BISINDO (Bahasa Isyarat Indonesia) beserta *caption*, “Ayahku bilang, kuat itu ada di dalam hati dan pikiran.”

Dalam hal ini, sesuatu realita sosial yang ada di masyarakat ditampilkan terutama yaitu tindakan diskriminasi. Iklan sudah berkembang menjadi sangat penting bukan saja bagi konsumen tetapi juga produk dan jasa. Iklan merupakan suatu informasi yang memperkenalkan produk atau merek terutama pada konsumen dengan tujuan membujuk, mendorong, atau mengingatkan. Iklan bersifat komersial dari sebuah produk tertentu, dimanapun akan keberadaan, iklan ini mempunyai sifat persuasif, bertujuan mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menawar suatu produk yang sedang diiklankan. Adapun bentuk iklan juga macam-macam, dapat terbentuk cetak yakni majalah, poster, baliho,

spanduk, dan lain-lain atau elektronik seperti ditayangkan di televisi atau di Youtube. Tayangan yang menghibur bagi masyarakat, semakin kreatif iklan tersebut bisa mengingatkan dan memunculkan rasa simpati dengan tayangan diiklankan tersebut. Dengan demikian terdapat pula pesan secara tersirat yang terdapat pada iklan produk Biskuit versi “My Buddy Biskuat”.

Iklan produk Biskuit merupakan salah satu merek yang dikenal menjadi *Tiger* yang diterjemahkan oleh Bahasa Indonesia adalah harimau, pada negara-negara Asia Tenggara, terutama Indonesia. Merek ini diproduksi oleh Mondelez Indonesia (perusahaan yang diresmikan pada tanggal 1 Juli 2013 menggantikan Kraft Foods sebelumnya). Merek ini diakuisisi oleh Kraft Foods pada tahun 2008. Sebagai merek Biskuat Energi yang diluncurkan pada tahun 1999 oleh Danone. Perusahaan yang diresmikan pada tanggal Juli 2013. Sasaran Target konsumen terbesar yang mengkonsumsi Biskuat adalah anak-anak usia 5-11 tahun. Semua produk Biskuat diperkaya 9 vitamin dan 6 mineral. Iklan ini sangat berbeda daripada sebelumnya karena konsep yang mencerminkan kekuatan dalam diri dan hatinya agar menarik perhatian konsumen melalui visual dengan kreativitas yang bagus.

Internet kini telah diakses luas oleh masyarakat Indonesia dengan berbagai aplikasi dalam media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, Line, Telegram dan banyak aplikasi lainnya yang mampu menghubungkan dunia. Internet merupakan teknologi yang sangat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia maupun dunia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menjelaskan bahwa



pengguna internet di Indonesia sepanjang 2019-2020 sebanyak 196.71 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sebanyak 266.91 juta orang. Terjadi kenaikan 73,7 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2018 lalu. Survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada 2018 hanya ada 171.17 juta pengguna internet, 64,8 persen (APJII, 2020).

Youtube merupakan sebuah situs web dimana setiap pengguna sering mengunggah, menonton dan berbagi video. Dan juga sebagai media sosial mempromosikan suatu produk dengan tujuan membangun suatu image tentang produk. Youtube didirikan oleh tiga mantan Paypal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawes Karim. Konten video di Youtube bisa terbilang bermacam-macam mulai dari musik, kuliner, *fashion*, film, trailer film, dan masih banyak lagi. Pengguna dapat melihat informasi beberapa view dan beberapa juga yang tidak disukai dan disukai video tersebut. Adapun akses untuk berkomunikasi dua arah yang disediakan yakni komentar. Youtube bukan hanya berfungsi sebagai berbagi konten berupa video tetapi juga para pengguna pasti saling berinteraksi satu sama lain. Beberapa jenis konten video ada di Youtube karena diunggah oleh pemilik akun Youtube.

Penulis mengecek survey di website Alexa. Alexa merupakan sebuah lembaga survey yang menyediakan data komersial mengenai *traffic web*, Youtube menempati nomor tiga sebagai website yang paling sering dikunjungi di Indonesia. Jika di global, Youtube menempati posisi kedua setelah google.com.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Seperti yang dijelaskan oleh Roland Barthes bahwa dua level makna denotatif dan konotatif terjadi karena adanya sebuah mitos. Denotatif adalah tingkat makna deskriptif dan literal yang dipahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan. Secara Konotatif adalah menciptakan makna baru yang dengan cara menghubungkan penanda-penanda dengan aspek kebudayaan tertentu bahkan lebih luas menyangkut keyakinan, ajaran keagamaan, kerangka kerja, ideologi atau format sosial. Mitos merupakan kekuatan kumulatif yang mengandung nilai ekspresif dari sebuah urutan makna yang disepakati secara konvensional (Syahputra, 2016).

Dari iklan produk biskuit yang sesuai adalah *bullying* terhadap difabel Tuli. Iklan tersebut memberikan kesadaran bagi masyarakat. Iklan ini merupakan iklan komersial yang bertujuan untuk mempromosikan barang melalui televisi atau video dan mencari keuntungan, tetapi iklan ini terdapat pesan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Ini yang sangat penting penulis untuk melakukan penelitian terhadap iklan versi “My Buddy Biskuit” karena isi iklan yang memberi pesan serta inspirasi dan motivasi pada masyarakat untuk berbuat baik terhadap difabel Tuli yakni pesan untuk pencegahan *bullying*.

Dalam iklan produk Biskuit versi “My Buddy Biskuit”, pencegahan *bullying* sangat dianjurkan bagi masyarakat. Melalui iklan ini ingin disampaikan pesan bagi masyarakat untuk menyadarkan atau mencegah *bullying* dalam kehidupan sehari-hari.

Iklan produk biskuit di Youtube “My Buddy Biskuat” menarik untuk diteliti karena menampilkan anak difabel Tuli. Penulis tertarik dengan iklan yang merepresentasi atau yang menggambarkan anak difabel Tuli yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut anak difabel Tuli. Istilah Tuli berarti menunjukkan identitas sebagai bagian yang memiliki bahasa dan budayanya tersendiri berdasarkan perspektif sosial budaya. Lebih nyaman dipanggil dengan sapaan Tuli dibandingkan dengan tunarungu. Penelitian ini juga menjadi menarik untuk dikupas untuk melihat sejauh mana representasi anak difabel Tuli yang ingin ditonjolkan oleh pembuat iklan dalam sosok anak difabel Tuli. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana representasi anak difabel Tuli yang ditampilkan dalam iklan di Youtube berjudul “My Buddy Biskuat”

Untuk menganalisis Iklan Youtube yaitu iklan versi “My Buddy Biskuat” yang mengandung unsur makna. Membongkar tanda-tanda visual yang ada di iklan melalui analisis semiotika Roland Barthes.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “23 yang terdapat dalam iklan versi “My Buddy Biskuat”?”

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui makna dalam tanda-tanda visual yang ditampilkan iklan versi “My Buddy Biskuat” dalam Youtube.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah gambaran maupun referensi untuk penelitian selanjutnya dan untuk menambah masukan demi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya di bidang periklanan (*advertising*).
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan atau bahan evaluasi dari penelitian dengan analisis semiotika yang berkaitan dengan permasalahan serupa.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Pembaca, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan penjelasan kepada masyarakat tentang difabel Tuli yang lebih baik melalui representasi dalam Iklan Youtube.
- b. Dari penelitian ini diharapkan pihak yang berkepentingan bisa lebih cermat ketika menampilkan tayangan yang memunculkan anak difabel Tuli dalam media sosial Youtube atau media lain dan agar menggunakan dengan lebih hati-hati.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang dilakukan ini tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Pertama, peneliti membandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ucca Arawindha, Slamet Thohari, Titi Fitrianita (2020), sebuah artikel dalam Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya dengan judul “Representasi Disabilitas dalam Film Indonesia yang Diproduksi Pasca Orde Baru”. Fokus penelitian tersebut adalah melihat representasi disabilitas dalam 10 film Indonesia yang diproduksi pasca Orde Baru dengan menggunakan analisis Stuart Hall dan Roland Barthes. Tujuan penelitian adalah bagaimana representasi yang ditampilkan oleh film Indonesia mengenai disabilitas. Jenis penelitian adalah kualitatif dengan Semiotika Roland Barthes.

Hasil dari penelitian Ucca, Slamet dan Titi menjelaskan bahwa konsep penempatan “normal” dan “abnormal” merupakan sebuah mitos yang muncul dalam 10 film-film Indonesia yang diproduksi pasca Orde baru. Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis Semiotika Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek, dan objek penelitian yang digunakan. Selain itu terdapat perbedaan yaitu pada fokus penelitian. Di sini yang akan dilakukan oleh peneliti adalah Representasi *Bullying* Disabilitas Dalam Iklan Youtube (Analisis Semiotika pada Iklan Versi “My Buddy Biskuat”)

Kedua, peneliti membandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Niyu (2017), dengan judul “Representasi Iklan We’re the Superhumans”. Fokus penelitian tersebut pada dalam merepresentasikan pada berbagai permasalahan disabilitas melalui pembuatan iklan “We’re The Superhumans”. Tujuan

penelitian tersebut adalah untuk mengonstruksikan apa yang ada dalam iklan We're the Superhumans dan juga merubah sikap publik terhadap penyandang disabilitas.

Hasil penelitian Niyu menjelaskan bahwa disabilitas direpresentasikan sebagai "superhumans" yang memiliki berbagai kemampuan dan prestasi sebagai atlet-atlet. Persamaan penelitian Niyu dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang membahas terkait disabilitas dalam iklan. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian. Selain itu perbedaan juga terletak pada metode penelitian yang digunakan, penelitian menggunakan metode kualitatif dengan semiotika Peirce dan *Social Construction of Reality*. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika.

Ketiga, peneliti membandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Handayani (2019), salah satu artikel dalam Jurnal Budaya Nusantara dengan judul "Representasi Budaya Iklan". Fokus penelitian tersebut pada merepresentasikan pada budaya tradisional dan budaya modern melalui iklan "Marjan Versi Tari Betawi dan Sepatu Roda". Tujuan penelitian tersebut untuk mempromosikan produk dapat tersampaikan pada khalayak.

Hasil penelitian Dian Handayani menjelaskan Iklan Marjan ini merepresentasikan budaya Nasional dan budaya tradisional dalam iklan . Ini juga menggabungkan dua budaya dalam iklan melalui visual ondel-ondel. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis

Semiotika Roland Barthes. Sedangkan perbedaan terletak pada subjek dan objek penelitian.

Untuk deskripsi lebih detail bisa dilihat dalam tabel 1 mengenai persamaan sehingga perbedaan penelitian-penelitian yang menjadi rujukan:



**Tabel 1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul dan Sumber	Persamaan	Perbedaan
1	Ucca Arawindha, Slamet Thohari, dan Titi Fitrianita	<b>REPRESENTASI DISABILITAS DALAM FILM INDONESIA YANG DIPRODUKSI PASCA ORDE BARU</b> <i>Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya, Vol. 4, No. 1, 2020. Hal.133-151.</i>	-Sama-sama mengenai representasi disabilitas dan metode penelitian yang digunakan.	- Pada objek yang diteliti yaitu film Indonesia.
2	Niyu	<b>REPRESENTASI IKLAN WE'RE THE SUPERHUMANS</b> <i>Journal of Disability Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2017, h. 49-70</i>	- Sama-sama mengenai representasi disabilitas dalam iklan.	- Metode penelitian kualitatif semiotika Peirce dan Social Construction of Reality - Pada terletak pada subjek dan objek penelitian.
3	Dian Handayani	<b>REPRESENTASI BUDAYA DALAM IKLAN</b> <i>Jurnal Budaya Nusantara, Vol.3 No. 1, (September 2019):012-022</i>	- Menggunakan Representasi - Sama-sama menggunakan teori semiotika	- Pendekatan semiotika ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dimana penelitian kualitatif - Menggunakan analisis data secara induktif - Menggunakan paradigma Konstruktivis.

Sumber: Olahan Peneliti

## F. Landasan Teori

Dalam penelitian ini penulis menentukan beberapa teori yang dianggap oleh penulis sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini



## 1. Teori Representasi Stuart Hall

Berdasarkan peneliti akan menggunakan teori Representasi, Representasi berasal dari kata *representation* dalam bahasa Inggris. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah representasi diartikan sebagai perbuatan mewakili; keadaan diwakili; apa yang diwakili; dan perwakilan, pernyataan, penggambaran. Makna representasi adalah penggambaran karena sebagai keadaan mewakili simbol atau objek. Dalam singkat, representasi merupakan pemaknaan terhadap berbagai simbol atau tanda muncul Teori ini sangat diperkenalkan oleh Stuart Hall, seorang tokoh studi budaya dari Inggris.

Adapun beberapa pendapat definisi ini salah satunya adalah Stuart Hall. Menurut Stuart Hall dalam bukunya yang berjudul *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* dalam pemaknaan representasi (Hall, 2003):

*“Representation means using language to say something meaningfully, to other people.... Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things “*

Berdasarkan pernyataan tersebut, Representasi adalah menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang bermakna tentang, atau untuk mewakili, dunia secara bermakna, bagi orang lain. Representasi adalah bagian penting dari sebuah budaya. Itu memang melibatkan penggunaan bahasa, tanda dan gambar yang mewakili atau mewakili hal-hal. Ada juga beberapa pengertian mengenai representasi, dapat

disimpulkan bahwa representasi merupakan menggambarkan ulang berdasarkan budaya yang berkembang pada diri seorang. Gambaran dapat berupa seperti tulisan, atau gambar.

Stuart Hall menyatakan bahwa:

*Representation: Cultural Representation and Signifying Practice, "Representation connects meaning and language to culture, Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between cultures"* (Hall, 2003).

Ini merupakan penyatuan makna bahasa dengan budaya. Yang paling penting yang memproduksi kebudayaan karena konsep yang luas, menyangkut "pengalaman menyebarkan". Dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika seorang yang ada di situ yang membagi pengalaman yang sama, membagi makna-makna bahasa yang sama dan saling berbagi konsep yang sama. Representasi bisa dilihat sebagai sebuah produk dari proses representasi. Representasi bukan hanya tentang bagaimana identitas budaya diekspresikan atau lebih tepatnya dibangun di dalam teks tetapi juga dibangun selama produksi dan persepsi masyarakat mengonsumsi nilai-nilai budaya sebelumnya ditampilkan. Menurut Stuart Hall mempunyai 3 pendekatan representasi yaitu (Hall, 2003).:

- a. Pendekatan Reflektif merupakan makna diciptakan oleh orang-orang melalui ide, objek media, dan pengalaman dalam masyarakat secara kenyataan.
- b. Pendekatan Intensional yang bertujuan untuk ucapan, baik lisan maupun tulisan, memberikan makna tersendiri dalam setiap karyanya. Bahasa adalah media yang digunakan oleh pembicara

untuk menyampaikan makna dalam setiap hal-hal yang berlaku khusus disebut unik.

- c. Pendekatan Konstruktivistik merupakan pembicara dan penulis memilih dan menetapkan makna pesan atau pekerjaan (hal) yang dia buat. Namun, bukan dunia fisik (benda) karya seni, dan sebagainya yang meninggalkan arti tapi manusia yang menentukan maknanya. Representasi dalam diskusi kita mengacu pada segala bentuk konstruksi media atas realitas atau aspek realitas apapun, seperti orang, benda, peristiwa, atau identitas budaya. Bisa dalam bentuk kata-kata, atau tulisan bahkan dapat dilihat dalam bentuk gambar bergerak atau film. Dalam penelitian ini, representasi salah satunya yang digunakan untuk menggambarkan perilaku *bullying* dalam Iklan produk Biskuit versi “My Buddy Biskuit” dengan bentuk penggambaran secara visual (gambar) maupun audio (dialog antar tokoh).

## 2. Pengertian *Bullying*

*Bullying* berasal dari bahasa Inggris yaitu *Bully* yang berarti mengganggu atau mengertak. Istilah *Bullying* dalam bahasa Indonesia yaitu perbuatan yang tidak baik yang dilakukan oleh seorang atau menyakiti orang lain. Bisa berupa hal-hal yang menyakiti secara fisik, seperti memukul, mendorong dan lain-lain. Definisi *bullying* menurut Olweus, *bullying* merupakan perilaku agresi yang disengaja untuk melukai korban. Secara terminologi, *bullying* merupakan tindakan agresif atau pengucilan

yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan berulang-ulang oleh individu atau kelompok. *Bullying* juga termasuk perilaku yang negatif bertujuan untuk menyakiti seorang yang terlihat lemah oleh pelaku *bullying* secara fisik maupun non fisik sehingga korban harus mengalami sakit secara fisik maupun mental (Limber, 2010). Jadi, *Bullying* memiliki 3 karakteristik:

- a. Terdapat perilaku negatif yang bertujuan untuk membahayakan
- b. Dilakukan secara berulang-ulang
- c. Adanya ketidakseimbangan kekuatan atau kekuasaan dari pihak-pihak yang terlibat.

### 3. Karakteristik Pelaku dan Korban *Bullying*

Korban *bullying* (*victims*) merupakan penderita dalam *bullying* yang dilakukan oleh pelaku *bullying*. Menurut Olweus karakteristik dari para korban *bullying* (*victims*) adalah korban merupakan individu yang pasif, cemas, lemah, kurang percaya diri, kurang populer dan memiliki harga diri yang rendah (Olweus & Limber, 2010). Korban tipikal *bullying* juga biasanya adalah anak-anak atau remaja yang pencemas, yang secara sosial menarik diri, terkucil dari kelompok sebayanya dan secara fisik lebih lemah dibandingkan kebanyakan teman sebayanya. Sedangkan pelaku *bullying* biasanya kuat, dominan dan agresif dan biasanya pelaku juga memperlihatkan perilaku agresif terhadap orang tua, guru, dan orang-orang dewasa lainnya. Sedangkan menurut Olweus pelaku *bullying* biasanya kuat, agresif, *impulsif*, menunjukkan kebutuhan atau keinginan untuk mendominasi dan memperlihatkan kekerasan.

Bullying memiliki beberapa bentuk yang dikategorikan oleh (Tattum, 1993: 9) membagi *bullying* ke dalam beberapa bentuk yaitu sebagai berikut:

a. *Physical bullying* (Fisik)

*Bullying* fisik merupakan penyerangan secara fisik. Berikut indikator *bullying* fisik:

- 1) Memukul
- 2) Menonjok
- 3) Mendorong
- 4) Menunjuk kepala
- 5) Menjambak
- 6) Menendang
- 7) Mencubit
- 8) Menampar
- 9) Mengunci sendirian di ruangan

b. *Verbal Bullying* (Verbal)

*Bullying* verbal merupakan perkataan langsung yang menyakitkan korban. Berikut indikator *bullying* verbal:

- 1) Mengejek
- 2) Memanggil dengan sebutan buruk
- 3) Membentak
- 4) Mengeluarkan kata-kata kasar
- 5) Mengancam

- 6) Sering memerintah
- 7) Menyoraki
- 8) Memfitnah
- 9) Mempermalukan
- 10) Menakut-nakuti
- 11) Menyebarkan gosip buruk

c. *Gesture Bullying* (Sikap)

*Bullying* yang merupakan sikap tubuh yang menunjukkan rasa tidak suka. Berikut indikator *bullying* sikap:

- 1) Bersikap sinis
- 2) Meludahi
- 3) Menyepelekan
- 4) Merusak barang-barang
- 5) Membicarakan kejelekan di belakang
- 6) Mengirimkan surat kaleng

d. *Extortion Bullying* (Pemerasan)

Pemerasan sering dilakukan kepada teman sebaya dengan ancaman untuk mendapatkan uang atau barang tertentu. Berikut indikator *bullying* pemerasan:

- 1) Meminta uang secara paksa
- 2) Mengambil barang secara paksa
- 3) Memakai barang tanpa izin
- 4) Harus mentraktir

5) Tidak mengembalikan barang yang dipinjam

e. *Exclusion Bullying* (Eksklusivitas)

*Bullying* Eksklusivitas merupakan mayoritasnya dilakukan oleh siswa perempuan dalam pergaulan. Ada beberapa teman yang tidak dimasukkan ke dalam geng dan dikucilkan oleh geng yang paling populer. Berikut indikator *bullying* eksklusivitas:

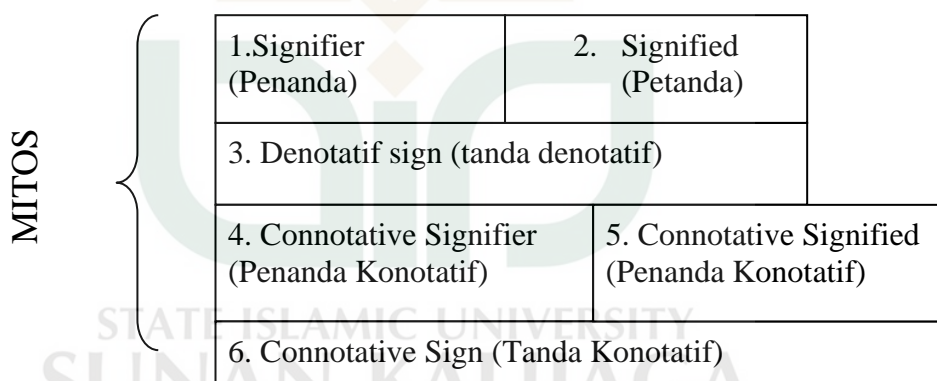
- 1) Mengucilkan
- 2) Mengabaikan
- 3) Mengeluarkan dari geng
- 4) Merendahkan

4. Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, “*semeion*”, yang memiliki arti tanda atau sign dalam bahasa Inggris, jika “*seme*” berarti sebagai penafsiran tanda. Secara umum, semiotika merupakan suatu kajian ilmu tentang mengkaji tanda. Secara terminologi, semiotika merupakan sebagai ilmu yang mempelajari sederet luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda (Van Zoest dalam Sobur, 2006: 96). Dengan kata yang lain, Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari mengenai tanda. Tanda merupakan kelengkapan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan ide atau petanda (*Signified*), (Firdaus, 2018). Tanda adalah sesuatu yang bisa diamati dan teramati.

Salah satunya adalah Roland Barthes. Beliau merupakan ahli semiotika, menurutnya, semiotika merupakan mengembangkan model relasi yang disebabkan oleh sistem. Yakni perbendaharaan : visual, kata, tanda, gambar, benda, dan sigma yaitu cara penggabungan tanda dengan aturan tertentu. Adapun gambaran umum teori Roland Barthes. Adapun tokoh semiotika diantaranya Ferdinand De Saussure dan Charles Sander Peirce. Kedua tokoh tersebut melakukan pengembangan semiotika secara terpisah. Saussure berlatar belakang linguistik sedangkan Peirce dilatarbelakangi filsafat (Mudjiyanto & Nur, 2013).

#### Bagan 1 Peta Semiotik Roland Barthes

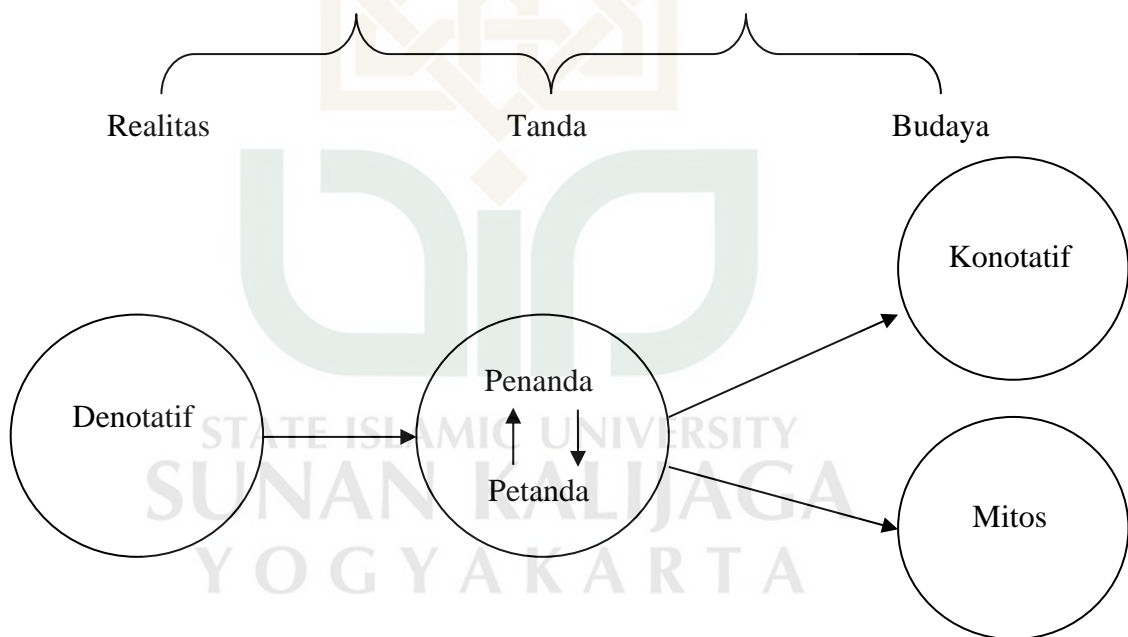


Dari di atas terlihat peta Roland Barthes terlihat bahwa tanda denotatif (no.3) terdiri (no.1) dan petanda (no.2). Tetapi saat bersamaan, tanda denotatif merupakan juga penanda konotatif (no.4). Selain itu, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2006: 69).



Pada dasarnya, pengertian secara umum, denotatif merupakan mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang benar dengan apa terucap. Dalam Roland Barthes, sebagai sistem signifikasi tingkat pertama, sedangkan Konotatif merupakan tingkat kedua. Dalam penelitian ini, peta tanda Roland Barthes sebagai tuturan bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Pertama, dalam menentukan penanda dan petanda yang ada dalam iklan biskuit “My Buddy Biskuit”. Gagasan Roland Barthes disebut dengan *Two Order of Signification* yang terdiri dari denotatif dan Konotatif.

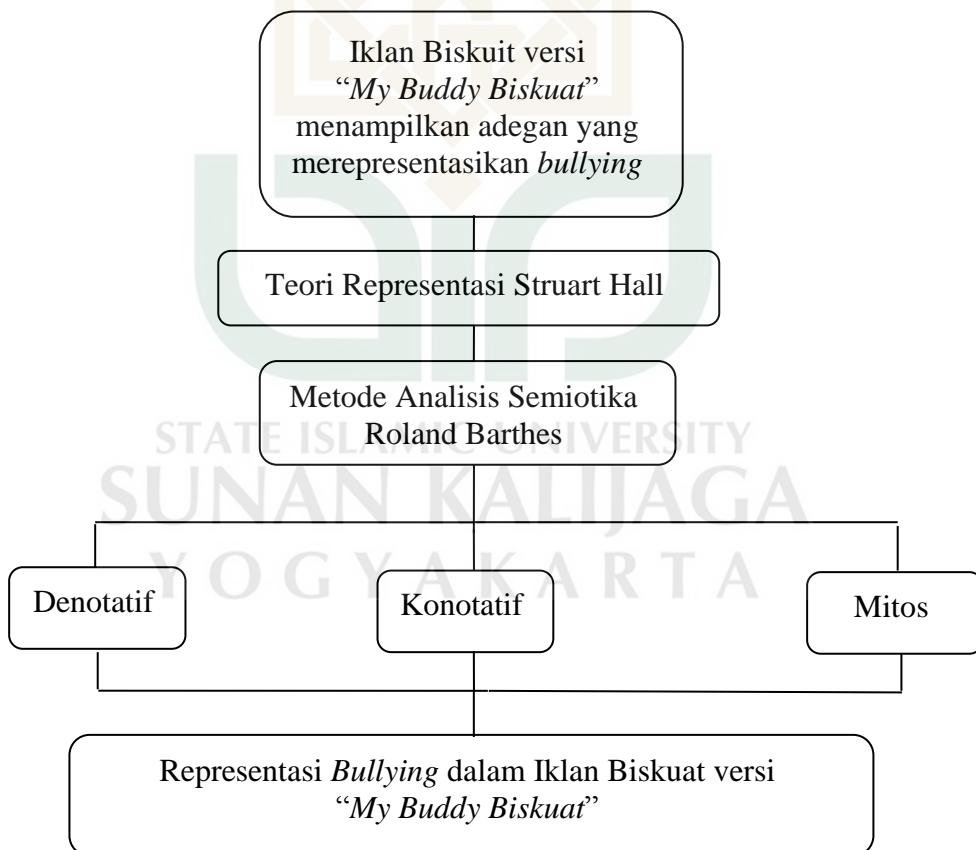
**Bagan 2 Two Order of Significance Roland Barthes**



Kemudian memaknai tanda-tanda tersebut di level pemaknaan denotatif dan Konotatif. Denotatif merupakan apa yang ada tampak pada visualnya dan sebagai sistem signifikasi tingkat pertama. Sedangkan Konotatif merupakan bagaimana objeknya itu diambil atau makna-makna yang berhubungan dengan kebudayaan dan sebagai tingkat kedua. Dalam semiologi, memaknai juga tingkatan yang lebih detail lagi yaitu pemaknaan

konotatif yang akan menghasilkan sebuah mitos yang berkembang di masyarakat luas. Roland Barthes juga melibatkan mitos. Menurutnya, Mitos yang mempunyai dua klasifikasi yaitu mitos primitif dan mitos modern. Mitos merupakan sebuah cerita di mana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam. Mitos adalah mengenai hidup atau mati. Manusia dan Tuhan, baik dan buruk. Mitos modern merupakan soal maskulinitas dan feminitas, tentang keluarga, tentang kesuksesan, tentang ilmu pengetahuan (Fiske, 2012: 143).

### Bagan 3 Kerangka Pemikiran



Sumber: diolah Peneliti

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan lebih mendalam penelitian ini. Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan bukan menghitung angka-angka tetapi tidak berwujud kata-kata. Metode analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk memahami secara detail representasi iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” di Youtube, Selain itu untuk mengungkap unsur budaya dan mitos yang terdapat dalam iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat”.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017).

Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma kritis. Teori kritis menggunakan nilai-nilai untuk mengkritik. Teori-teori kritis berkaitan kekuatan dan keistimewaan sebagai hasil dari bentuk-bentuk komunikasi pada masyarakat. Paradigma kritis dalam penelitian ini untuk mencari makna yang ada pada visual iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat”.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

### a) Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitiannya ini adalah iklan produk biskuit versi “My Buddy Biskuat” karena visual iklan ini sangat menonjol.

### b) Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan situasi sosial yang terdiri dari tempat, pelaku, orang-orang dan aktivitas. Objek penelitian menyatakan pada masalah yang sedang diteliti (Sugiyono, 2013). Objek dalam penelitiannya adalah adegan dalam tayangan Iklan versi “My Buddy Biskuat” tersebut. Iklan ini yang tayang di media massa berbasis web video sharing untuk berbagi video atau lebih banyak diminati oleh khalayak. Iklan ini pertama kali tayang pada tanggal 2 Juni 2020 dengan durasi 23 detik, 4 terdapat scene yang memiliki objek utama seorang anak Sekolah Dasar (SD).

## 3. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data perlu diketahui agar peneliti mendapat data sesuai standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2013). Mengamati iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” guna memperoleh data yang dibutuhkan. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan observasi atau mengamati objek yaitu iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” berdurasi hampir 23 detik. Dalam

penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data, menyaksikan iklan versi “My Buddy Biskuat” untuk melakukan analisis terhadap *bullying* yang terdapat dalam iklan tersebut.

a) Observasi

Metode Observasi adalah biasanya dilakukan terhadap objek di tempat berlangsungnya peristiwa. Tetapi dalam penelitian ini menggunakan observasi secara tidak langsung, diartikan pencarian, pengamatan tidak berada di tempat berlangsungnya peristiwa. Penelitian ini dilakukan pada iklan dalam bentuk file digital video berdurasi 23 detik. Iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” dari bukan berada di tempat berlangsung peristiwa. Karena objek yang diteliti yaitu iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” yang ada di Youtube, maka peneliti menggunakan teknik observasi tidak langsung, hanya mengamati *slide* dari iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” di Youtube maupun di internet. Data yang memperoleh berupa iklan audio visual dari televisi. Mengidentifikasi beberapa tayangan di dalamnya mengenai *bullying*.

b) Dokumentasi

Metode Dokumentasi merupakan penelusuran data-data historis untuk mempermudah dalam memperoleh data secara jelas dan detail mengenai inti dari judul yang peneliti lakukan, agar dapat menggali informasi yang lebih jelas dan terstruktur. Terbentuk dokumen publik dan privat. Dokumen publik contohnya: berita surat kabar, acara TV dan lain-lain. Dokumen privat contohnya: surat-surat pribadi, catatan pribadi, dan

lainnya. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi publik yaitu melalui Youtube dan internet. Data dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa melakukan *screenshot* setiap *scene-scene* dari Iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” dan sesuai dengan tema penelitian yang dilakukan.

c) Studi Literatur (Pustaka)

Studi Literatur Pustaka merupakan mengumpulkan data-data dengan cara membaca jurnal, buku, internet, karya-karya ilmiah dan lain-lainnya. Setelah itu langsung di data-data yang ada untuk dianalisis dan sebagai referensi peneliti dalam meneliti penelitian. Sehingga teknik ini sangat mendukung peneliti.

4. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data merupakan usaha yang dilakukan berhubungan dengan data, mengelompokkan data, mencari dan menemukan pola, menemukan yang penting dan dapat dipelajari (Moleong, 2017). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data semiotika Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes merupakan penanda atau signifier: bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur. Tahap pertama yaitu tanda denotatif dan tahap kedua yaitu tanda konotatif. Analisis tanda denotatif dan tanda konotatif akan memunculkan tanda (*sign*) yang membentuk mitos (*myth*). Petanda (*Signified*) merupakan makna yang terungkap melalui konsep fungsi dan atau nilai-nilai yang terkandung di dalam karya arsitektur atau menjelaskan makna dari sebuah tanda-tanda.

Pada awal tahap penelitian, peneliti akan menonton video Youtube Iklan “My Buddy Biskuat” secara keseluruhan sebagai observasi dan mencatat *scene* dan *frame* yang diteliti. Adegan (*Scene*) adalah membentuk rangkaian cerita, Bingkai (*frame*) adalah mengacu pada bingkai dalam struktur video iklan versi “My Buddy Biskuat”. Setelah ini peneliti melakukan dokumentasi rekaman video dan membentuk *frame* dalam sebuah *scene* yang diteliti. Peneliti menjelaskan pembabakan cerita agar mudah mencari *scene* yang mempresentasikan makna yang dicari. Semua data yang terkumpul peneliti di analisis, adegan yang terpilih akan mempresentasikan *bullying* dengan menekankan konotatif, denotatif dan mitos. Setiap adegan semion ada beberapa gambar (*Screenshot*). Setelah itu, peneliti melakukan analisis terhadap tanda-tanda pada adegan. Dalam tahapan ini peneliti menggunakan analisis semiotika terhadap adegan-adegan yang telah terpilih. Guna mempermudah dalam penelitian ini dengan menggunakan peta tanda semiotika Roland Barthes.

2. <i>Signifier</i> ( Penanda )	1. <i>Signified</i> ( Petanda )
3. Denotatif Sign ( Tanda Denotatif )	
4. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif )	1. <i>Connotative Signified</i> (Penanda Konotatif )
<i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif )	

**Bagan 4 Peta Tanda Semiotika Roland Barthes**

Sumber: Olahan Peneliti

Dari peta di atas tanda denotatif terdiri dari penanda dan petanda. Tetapi saat bersamaan, tanda denotatif yaitu juga penanda konotatif. Dalam konsep Roland Barthes, Konotatif tidak memiliki makna tambahan tetapi juga mengandung keduanya bagian denotatif dengan keberadaannya (Sobur, 2006: 69).

Dengan petanya tersebut dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis iklan biskuit versi “My Buddy Biskuat” dengan memahami makna denotatif dan konotatif yang ada di dalam iklan tersebut.

#### 5. Teknik Keabsahan Data/ Validitas Data

Dalam penelitian ini, menggunakan uji kredibilitas, bagaimana caranya dengan proses triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teori untuk mempertajam analisis yang dilakukan peneliti. Dimanfaatkan teori yang diperlukan untuk rancangan riset pengumpulan data dan analisis data yang lengkap agar hasilnya yang menerima yang baik (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi teori sebagai metode yang digunakan untuk meneliti kebenaran data empiris yang disajikan dalam penelitian ini, dengan membandingkan data yang dimiliki dengan teori yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan data dokumentasi. Data dokumentasi di dalam penelitian ini yaitu menggali informasi yang berkaitan dengan iklan dengan penelitian yang sedang diteliti, mengaitkan hubungan antara difabel Tuli dalam iklan.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai iklan Biskuit versi My Buddy yang didapat dari dua puluh empat adegan yang disajikan peneliti. Representasi ini dalam melihat bagaimana representasi bullying dalam iklan versi “My Buddy Biskuit” Ada beberapa adegan yang mengandung representasi dari *bullying*, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

Peneliti menemukan bahwa representasi bullying dalam iklan versi “My Buddy Biskuit” menampilkan beberapa jenis *bullying*, yaitu:

- a. *Physical bullying*
- b. *Verbal bullying*
- c. *Gesture bullying*
- d. *Extortion bullying*.

*Physical bullying* ini ditandai dengan penyerangan secara fisik dari pelaku terhadap korban seperti mendorong, menghalangi jalan. *Verbal bullying* ini akan ditandai dengan perkataan langsung yang menyakitkan korban seperti mengancam, menakuti-nakuti. *Gesture Bullying* ini ditandai dengan sikap tubuh yang menunjukkan rasa tidak suka seperti bersikap sinis. *Extortion bullying* ini ditandai dengan pemerasan seperti ancaman untuk mengambil barang tanpa izin.

Hal ini terjadi karena adanya penyerangan yang bersifat negatif yang dilakukan secara berulang-ulang seperti penyerangan fisik, verbal, sikap dan pemerasan yang terjadi pada anak difabel Tuli yang dilakukan oleh anak si bertubuh cukup besar.

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya tanda, objek dan analisis semiotika Roland Barthes. Tanda yang terkandung didalamnya ditunjukkan dengan perilaku *bullying* yang dilakukan oleh anak bertubuh cukup besar. Sehingga di dalam video iklan tersebut terdapat unsur *bullying* yang dilakukan oleh anak bertubuh cukup besar.

Mengenai peran media iklan dan disabilitas di Indonesia sangat penting untuk dilakukan dapat memberikan lebih banyak dipandang dalam menghadapi berbagai masalah disabilitas. Dan bisa sebagai media pendidikan anti *bullying*. Jadi, perlu ditingkatkannya peranan media dalam melibatkan masalah disabilitas. Supaya gambaran penyandang disabilitas dengan lebih hormat yang ditampilkan oleh media akan membuat masyarakat menjadi lebih inklusi dan bertoleransi.

## **B. Saran**

Peneliti memiliki beberapa saran untuk berbagai pihak agar dapat menjadi masukan, walaupun penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Adapun saran yang dimaksud sebagai berikut:

### **1. Bagi Masyarakat**

Peneliti berharap tidak ada yang meniru adegan-adegan yang ada dalam video iklan versi “My Buddy Biskuat”. Karena dampak *bullying* bisa

sangat merugikan bagi korban. Bukan hanya korban tetapi juga bagi pelaku dan yang melihat tindakan *bullying*. Jadi masyarakat harus saling menyadarkan dan menyayangi sesama manusia meskipun dia adalah penyandang disabilitas.

## 2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat dan bisa dijadikan bahan koreksi dan acuan dalam penelitian. Bersikap kritis terhadap fenomena yang ada di sekitar sekolah agar lebih memahami mengenai masalah seringnya terjadi *bullying* di lingkungan manapun. Perlu perhatian lebih dari berbagai pihak untuk dapat mencegah dan menyelesaikan masalah *bullying* kepada anak difabel.

## 3. Bagi para penonton

Pesan yang disampaikan melalui cerita tersebut semoga penonton bisa mengambil hikmah. Di dalam iklan biskuit versi “My Buddy Biskuit” ini ada beberapa adegan yang merepresentasikan *bullying* yang bisa terjadi dalam kehidupan sehari-hari di sekitar sekolah. Sering terjadi di masyarakat baik bagi yang masih sekolah maupun di lingkungan lainnya. Melalui iklan ini diharapkan penonton bisa mencegah dan turut serta dalam mengatasi masalah *bullying* dengan mengadakan kegiatan anti-*bullying* atau sosialisasi pencegahan *bullying* terutama di lingkungan dan di luar sekolah.

## 4. Bagi Media

Peran media sangat penting dalam mengkampanyekan kehidupan yang lebih inklusif bagi penyandang disabilitas. Media seharusnya dapat

memberikan pandangan yang lebih baik dan lebih banyak pada masyarakat tentang disabilitas. Media seharusnya juga bisa memberi pendidikan anti *bullying* pada masyarakat. Memberi pandangan yang lebih terhormat agar tercipta masyarakat yang lebih bertoleransi kepada penyandang disabilitas untuk menciptakan masyarakat yang lebih inklusif.



## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020, November). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI. *Buletin APJII*. Retrieved from <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>
- Abbas, J., Church, K., Frazee, C., & Panitch, M. (2004). *Lights... camera... attitude!* Introducing disability arts and culture. Toronto: School of Disability Studies. Retrieved from <https://www.ryerson.ca/ds/pdf/artsreport.pdf>
- Arawindha, U., Thohari, S., & Fitrianita, T. (2020). Representasi Disabilitas Dalam Film Indonesia Yang Diproduksi Pasca Orde Baru. *Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya*, 4(1).
- Barnes, C. (1991). Discrimination: Disabled people and the media. *Contact*, 7d (Winter), 4548.
- Bendukurthi, N. dan Raman, U. (2016). Framing Disability in the Indian News Media: A Political Economy Analysis of Representation. *Journal of Creative Communications*. No. 11 (2) p. 135-153
- Dixon, R., Smith, P., & Jenks, C. (2004). Bullying and Difference. *Journal of School Violence*, 3(4), 41-58. [https://doi.org/10.1300/J202v03n04\\_04](https://doi.org/10.1300/J202v03n04_04)
- Ellis, K., & Goggin, G. (2017). *Disability and the Media*. London: Palgrave Macmillan.
- Firdaus, M. (2018). *Makna kecantikan dalam iklan: analisis semiotika Roland Barthes iklan Citra Sakura Fair UV versi Febby Rastanty*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ganahl, D. J., & Arbuckle, M. R. (2001). The Exclusion of Persons with Physical

- Disabilities from Prime Time Television Advertising: A Two Year Quantitative Analysis. *Disability Studies Quarterly*, 21.
- Hall, J. S. (2003). *Representation: Cultural Representations and Signifying*. London: Sage.
- Handayani, D. (2019). REPRESENTASI BUDAYA DALAM IKLAN:(Analisa Semiotika Iklan Marjan Versi Tari Betawi dan Sepatu Roda). *Jurnal Budaya Nusantara*, 3(1), 12–22.
- Heumann, J. E. (2019). Road Map for Inclusion: Changing the Face of Disability in Media. *Ford Foundation*. Retrieved from [https://www.fordfoundation.org/media/4276/judyheumann\\_report\\_2019\\_final.pdf](https://www.fordfoundation.org/media/4276/judyheumann_report_2019_final.pdf)
- KPAI. (2020, February 10). Sejumlah Kasus Bullying Sudah Warnai Catatan Masalah Anak di Awal 2020, Begini Kata Komisioner KPAI. Retrieved May 21, 2022, from Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) website: <https://www.kpai.go.id/publikasi/sejumlah-kasus-bullying-sudah-warnai-catatan-masalah-anak-di-awal-2020-begini-kata-komisioner-kpai>
- Longmore, P. K. (2003). *Why I burned my book and other essays on disability*. Temple University Press
- McCrone, W. P. (2004). School Bullying: A Problem for Deaf and Hard of Hearing Students? Insights & Strategies. *Odyssey: New Directions in Deaf Education*, 5(2), 4–9.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotics In Research Method of Communication [Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi]. *Informatika Dan Media Massa PEKOMMAS*, 16(1).

- Niyu, N. (2017). Representasi Disabilitas dalam Iklan 'We're the Superhumans'. *INKLUSI*, 4(1), 49–70.
- Olweus, D., & Limber, S. P. (2010). Bullying in school: evaluation and dissemination of the Olweus Bullying Prevention Program. *American Journal of Orthopsychiatry*, 80(1), 124.
- Orgad, S. (2014). *Media Representation and the Global Imagination*. New York: John Wiley & Sons.
- Panol, Z., & McBride, M. (2001). Disability images in print advertising: Exploring attitudinal impact issues. *Disability Studies Quarterly*, 21(2).
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Solider News. (2019, August 8). Difabel dalam media arus utama: upaya mengubah persepsi. Retrieved May 23, 2022, from <https://www.solider.id/baca/5385-difabel-dalam-media-arus-utama-upaya-mengubah-persepsi>
- Stopbullying.gov. (2012, July 21). Bullying and Youth with Disabilities and Special Health Needs. Retrieved from <https://www.stopbullying.gov/bullying/special-needs>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, I. (2016). Agama di era media: Kode religius dalam industri televisi Indonesia. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 125–138.
- Tattum, D. P. (1993). *Understanding and managing bullying*. Oxford: Heinemann. Retrieved from [https://archive.org/details/understandingman0000unse\\_e0g1](https://archive.org/details/understandingman0000unse_e0g1)
- Thompson, D., Whitney, I., & Smith, P. K. (1994). Bullying of children with special needs in mainstream schools. *Support for Learning*, 9(3), 103–106.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-9604.1994.tb00168.x>

Wardani, L. K., & Fajriansyah, F. (2017). Perilaku Bullying Mahasiswa Kesehatan. *Journal Of Nursing Practice*, 1(1), 17–23.

Zhang, Q. (2010). Asian Americans Beyond the Model Minority Stereotype: The Nerdy and the Left Out. *Journal of International and Intercultural Communication*, 3(1), 20–37. <https://doi.org/10.1080/17513050903428109>

