



**MAKNA STORYTELLING HOROR DALAM IKLAN “POCARI
SWEAT SAAT SAHUR” EDISI RAMADHAN 2025
(Analisis Semiotika John Fiske)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**YOGA DWI SAPUTRA
44322010041**

**U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**MAKNA STORYTELLING HOROR DALAM IKLAN “POCARI
SWEAT SAAT SAHUR” EDISI RAMADHAN 2025
(Analisis Semiotika John Fiske)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**YOGA DWI SAPUTRA
44322010041**

**U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yoga Dwi Saputra
NIM : 44322010041
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Makna Storytelling Horor Dalam Iklan "Pocari Sweat Saat Sahur" Edisi Ramadhan 2025 (Analisis Semiotika John Fiske)." adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 Juli 2026



Yoga Dwi Saputra

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Yoga Dwi Saputra
NIM : 44322010041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marcomm

Dengan judul **“Makna Storytelling Horor Dalam Iklan “Pocari Sweat Saat Sahur” Edisi Ramadhan 2025 (Analisis Semiotika John Fiske)”**, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal **27 Juli 2026** didapatkan nilai persentase sebesar **26%**

Jakarta, 27 Juli 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yoga Dwi Saputra
NIM : 44322010041
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Makna Storytelling Horor Dalam Iklan Pocari Sweat
Saat Sahur Edisi Ramadhan 2025 (Analisis Semiotika
John Fiske)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 15 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom)

0726067701

U N I V E R S I T A S

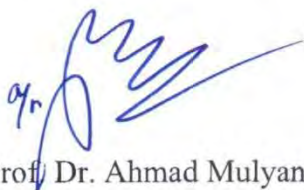
M E R C U B U A N A

Jakarta, 25 Juli 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Makna Storytelling Horror dalam Iklan ‘Pocari Sweat Saat Sahur’ Edisi Ramadhan 2025 (Analisis Semiotika John Fiske)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan karena keterbatasan pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh banyak dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dicky Andika, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing sebelumnya yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta dukungan selama proses penyusunan penelitian ini, sehingga penulis memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si., selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan ilmu, arahan, serta masukan yang berharga kepada penulis selama proses penyusunan proposal hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua dan kakak peneliti yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tidak pernah putus kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan diantaranya, Devan, Hegel, Farhan dan Jerahmeel yang selalu menemani peneliti dalam memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh staf tata usaha fakultas ilmu komunikasi yang telah membantu administrasi fakultas peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga penelitian ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoga Dwi Saputra
NIM : 44322010041
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Makna Storytelling Horor Dalam Iklan “Pocari Sweat Saat Sahur” Edisi Ramadhan 2025.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Juni 2026
Yang Menyatakan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Yoga Dwi Saputra

MAKNA STORYTELLING HOROR DALAM IKLAN “POCARI SWEAT SAAT SAHUR” EDISI RAMADHAN 2025

Yoga Dwi Saputra

ABSTRAK

Iklan Pocari Sweat Saat Sahur edisi Ramadhan 2025 menghadirkan pendekatan yang berbeda melalui penggunaan *storytelling* horor dalam menyampaikan pesan mengenai pentingnya menjaga cairan tubuh selama berpuasa. Kehadiran sosok kuntilanak, suasana dini hari, serta berbagai tanda visual bernuansa horor menjadi bagian dari konstruksi cerita yang dikemas dalam konteks keseharian masyarakat Indonesia. Pendekatan tersebut menarik untuk dikaji karena iklan Ramadhan pada umumnya lebih banyak menggunakan tema religiusitas, kebersamaan keluarga, dan nilai-nilai spiritual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna *storytelling* horor yang dikonstruksi dalam iklan Pocari Sweat Saat Sahur edisi Ramadhan 2025. Penelitian ini menunjukkan bahwa unsur horor yang dekat dengan budaya populer masyarakat Indonesia dapat dikonstruksi dalam komunikasi pemasaran melalui perpaduan tanda pada level realitas dan representasi, dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis semiotika John Fiske yang berfokus pada level realitas dan level representasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap tayangan iklan dan dokumentasi dengan mengidentifikasi tanda-tanda yang berkaitan dengan pembentukan *storytelling* horor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level realitas, makna *storytelling* horor dikonstruksi melalui penampilan tokoh, lingkungan, perilaku, ekspresi, gerak tubuh, dan kostum tokoh. Kehadiran sosok kuntilanak, suasana sahur yang sepi, ekspresi ketakutan, serta interaksi antartokoh membangun situasi horor yang tetap dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pada level representasi, makna *storytelling* horor dikonstruksi melalui penggunaan kamera dan pencahayaan. Penggunaan *low key lighting*, suasana visual yang gelap, serta variasi teknik pengambilan gambar seperti *long shot*, *medium shot*, dan *close-up* digunakan untuk membangun suasana misterius dan menegaskan ekspresi ketakutan tokoh. Berdasarkan kedua level tersebut, *storytelling* horor tidak hanya ditempatkan sebagai unsur dalam konstruksi narasi horror tetapi secara lebih luas menjadi bagian dari penyampaian pesan komunikasi pemasaran mengenai pentingnya menjaga hidrasi selama berpuasa, sehingga menghasilkan penyampaian pesan merek yang kreatif dan kontekstual dalam perkembangan periklanan digital.

Kata kunci: makna, storytelling, iklan, semiotika, John Fiske

The Meaning Of Horror Storytelling In The “Pocari Sweat During Sahur” Ramadan 2025

Yoga Dwi Saputra

ABSTRACT

The 2025 Ramadan edition of the Pocari Sweat Sahur commercial takes a different approach by using horror storytelling to convey the message about the importance of staying hydrated during fasting. The appearance of a kuntilanak, the early-morning atmosphere, and various horror-themed visual elements are all part of the narrative, which is framed within the context of everyday life in Indonesia. This approach is worth examining because Ramadan advertisements generally focus more on themes of religiosity, family togetherness, and spiritual values. This study aims to analyze the meaning of the horror storytelling constructed in the Pocari Sweat “Saat Sahur” advertisement for the 2025 Ramadan season, can be constructed in marketing communication through a combination of signs at the levels of reality and representation; this study employs a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach and John Fiske’s semiotic analysis method, which focuses on the levels of reality and representation. Data collection was conducted through observation of advertisements and documentation, identifying signs related to the construction of horror storytelling.

The result findings show that, at the level of reality, the meaning of horror storytelling is constructed through the characters’ appearances, settings, behaviors, expressions, body language, and costumes. The presence of the kuntilanak, the quiet atmosphere of sahur, expressions of fear, and interactions between characters create a horror scenario that remains grounded in everyday life. At the representational level, the meaning of horror storytelling is constructed through the use of camera work and lighting. The use of low-key lighting, the visual atmosphere and use of low-key lighting, a dark visual atmosphere, and a variety of shot techniques such as long shots, medium shots, and close-up is employed to create a mysterious atmosphere and emphasize the characters’ expressions of fear. Based on these two levels, horror storytelling is not only incorporated as an element in the construction of the horror narrative but, more broadly, serves as part of the marketing message conveying the importance of staying hydrated during fasting. Thus, it Marketing communications about the importance of staying hydrated during fasting. This has led to the creation of creative and contextually relevant brand messages in the evolution of digital advertising.

Keywords: *meaning, storytelling, advertising, semiotics, John Fiske*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	20
2.2.1 Pengertian Komunikasi	20
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.3 Periklanan.....	24
2.2.4 Makna Dalam Komunikasi	26
2.2.6 Storytelling sebagai strategi pemasaran	29
2.2.7 Media Baru.....	30
2.2.8 Konsep Horor Dalam Iklan	31
2.2.9 Konsep Pengambilan Gambar Dalam Iklan	33
2.2.10 Semiotika.....	34
2.2.11 Semiotika John Fiske.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metodologi Penelitian.....	40
3.3 Unit Analisis	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Data Primer	44
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran umum tentang perusahaan	47
4.1.2 Gambaran umum tentang iklan pocari sweat edisi ramadhan 2025.....	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.3 Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Akademis.....	74
5.2.2 Saran Praktis.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

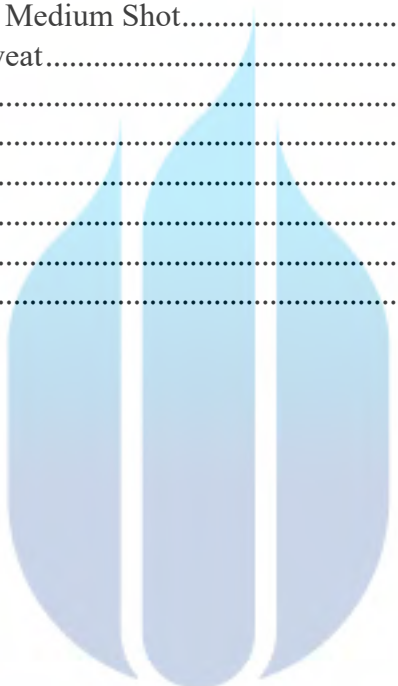
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Unit Analisa	41
Tabel 4.1.2 Narasi Dialog Iklan.....	48
Tabel 4.2 2 Analisis Scene 2	54
Tabel 4.2 3 Analisis Scene 3	56
Tabel 4.2 4 Analisis Scene 4	58
Tabel 4.2 5 Analisis Scene 5	60
Tabel 4.2 6 Analisis Scene 6	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambaran Audiens Iklan Youtube di Indonesia	8
Gambar 1. 2 Cuplikan Iklan Pocari Sweat edisi ramadhan 2025	9
Gambar 2. 1 Contoh Teknik Close Up.....	33
Gambar 2. 2 Contoh Teknik Long Shot.....	34
Gambar 2. 3 Contoh Teknik Medium Shot.....	34
Gambar 4. 1 Logo Pocari Sweat.....	47
Gambar 4.2 1 Scene 1.....	49
Gambar 4.2 2 Scene 2.....	52
Gambar 4.2 3 Scene 3.....	54
Gambar 4.2 4 Scene 4.....	57
Gambar 4.2 5 Scene 5.....	59
Gambar 4.2 6 Scene 6.....	61



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Coding	80
Lampiran 2. Bukti Observasi.....	87
Lampiran 3. Curriculum Vitae.....	88

