



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Public Relations*

Ina Kunarsih

44214120130

Pesan Sosial dalam Video Kampanye Earth Hour Indonesia 2016 di Youtube

Jumlah halaman : x + 92 halaman + Lampiran

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah menghasilkan media baru bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan berinteraksi satu sama lain. Salah satu wujud dari interaksi tersebut adalah gerakan kampanye Earth Hour Indonesia 2016 yang menyebarkan pentingnya informasi mengenai kampanye Earth Hour Indonesia kepada masyarakat menggunakan Youtube. Video ini dapat dijadikan referensi PR berkekrativitas dalam mengemas dan menyampaikan pesan kepada publik yang target dominannya adalah generasi muda. Tentunya seorang PR juga harus memahami tanda-tanda, objek dan makna apa saja untuk digunakan dalam mengemas video ini agar dapat meminimalisir kesalahpahaman.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui pesan sosial dalam video kampanye Earth Hour Indonesia 2016 di Youtube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan semiotika sebagai landasan teori.

Hasil penelitian ini membahas mengenai pesan sosial yang terkandung dalam video Earth Hour Indonesia di Youtube yaitu pentingnya kesadaran masyarakat untuk menghemat energi bahwa tanpa disadari semua energi yang kita gunakan baik itu listrik atau energi lainnya akan habis dan tidak dapat diperbarui jika kita tidak menggunakan dengan bijak. Untuk itu seorang Public Relations juga harus memahami tanda-tanda, objek dan makna apa saja yang digunakan dalam memproduksi media audio visual agar dapat meminimalisir kesalahpahaman.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ditemukan makna pesan mendalam dari beberapa jenis tanda yang ditampilkan dalam video tersebut yaitu, agar masyarakat sadar bahwa semua energi di muka bumi ini akan habis jika masyarakat tidak mengubah gaya hidup untuk kehidupan bumi yang lebih baik.