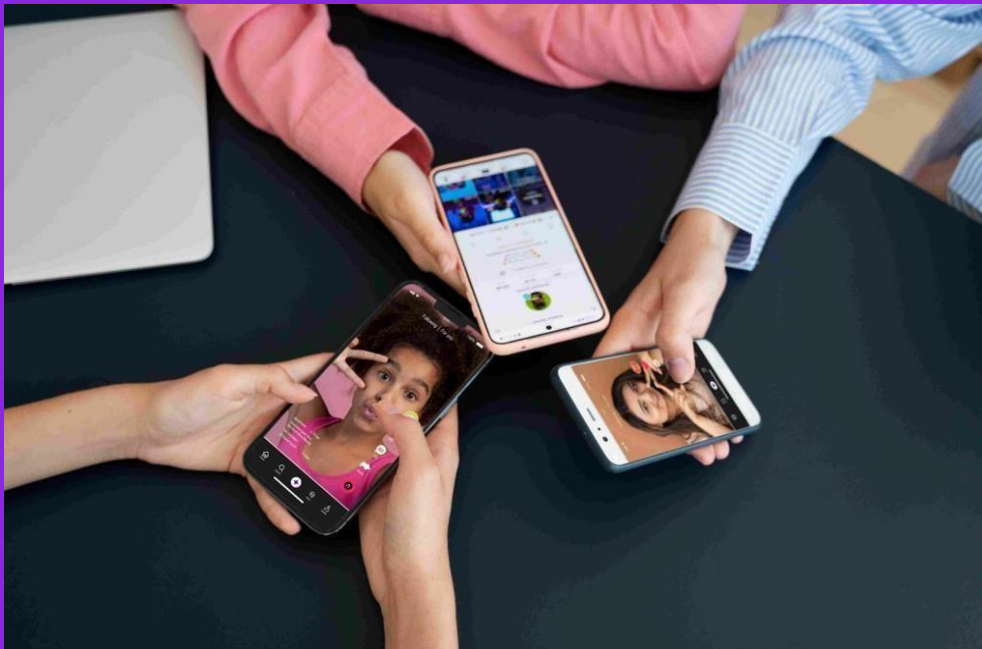




Judul Tugas Akhir Skripsi :

ANALISIS WACANA KRITIS PELANGGARAN ETIKA PADA IKLAN
ECINOS DI MEDIA SOSIAL

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dan memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Rahma Aprilia

NIM: 2210411173

PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
“VETERAN” JAKARTA



**ANALISIS WACANA KRITIS PELANGGARAN ETIKA PADA IKLAN
ECINOS DI MEDIA SOSIAL**



Rahma Aprilia

2210411173

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA 2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Rahma Aprilia
NIM : 2210411173
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juli 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote is partially visible, showing the number '10000' and the word 'DISEMBAH'.

(Rahma Aprilia)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Aprilia
NIM : 2210411173
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

**ANALISIS WACANA KRITIS PELANGGARAN ETIKA PADA IKLAN
ECINOS DI MEDIA SOSIAL**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan
sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,
2026

Pada tanggal : 2 Juli

Yang menyatakan,



Rahma Aprilia.

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Rahma Aprilia
NIM : 2210411173
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : ANALISIS WACANA KRITIS PELANGGARAN ETIKA
PADA IKLAN ECINOS DI MEDIA SOSIAL

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Pembimbing



(Maria Febiana Christanti, S.sos., M.Si)

Penguji 1



(Rut Rismanta Silalahi, S.Sos., M.Si)

Penguji 2



(Nuril Ashivah Misbah, S.IP., MA)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 24 Juli 2016

ANALISIS WACANA KRITIS PELANGGARAN ETIKA PADA IKLAN ECINOS DI MEDIA SOSIAL

RAHMA APRILIA

ABSTRAK

Periklanan digital memungkinkan iklan komparatif beredar cepat sehingga persoalan etika tidak hanya ditentukan oleh isi klaim, tetapi juga cara perbandingan dikonstruksi. Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi pelanggaran etika pada iklan komparatif ecinos di media sosial menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Data utama berupa arsip digital video iklan komparatif ecinos, didukung unggahan ulang, video klarifikasi, komentar audiens, Etika Pariwisata Indonesia, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan literatur akademik. Analisis dilakukan melalui dimensi teks, praktik diskursif, dan praktik sosiokultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diksi evaluatif, modalitas, struktur perbandingan, visual pengujian, serta simbol ceklis dan silang mengonstruksi ecinos lebih positif dan produk pembanding kurang menguntungkan. Burn test, water absorption test, dan hand-feel test menunjukkan karakteristik tertentu, tetapi prosedurnya belum sepenuhnya dapat diverifikasi dan hasilnya diperluas menjadi klaim kualitas yang lebih luas. Pada praktik diskursif, ecinos memiliki kendali awal atas perbandingan, sedangkan unggahan ulang, klarifikasi, dan komentar menghadirkan pembingkai tandingan. Secara sosiokultural, persoalan etika berkaitan dengan promosi, persaingan merek, prinsip etika periklanan, dan kuasa pengiklan atas representasi. Pelanggaran etika dengan demikian dikonstruksi melalui ketimpangan representasi, kendali awal pengiklan, dan penggunaan kuasa tersebut dalam promosi serta persaingan merek.

Kata kunci: Analisis Wacana Kritis, Etika Periklanan, Iklan Komparatif, Ecinos, Media Sosial

A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF ETHICAL VIOLATIONS IN ECINOS ADVERTISEMENTS ON SOCIAL MEDIA

RAHMA APRILIA

ABSTRACT

Digital advertising enables comparative advertisements to circulate rapidly, making ethical issues dependent not only on claims but also on how comparisons are constructed. This study analyzes ethical violations in ecinos comparative advertising on social media using Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis. It employs a qualitative approach within a critical paradigm. The primary data are a digital archive of ecinos comparative advertising video, supported by reposts, clarification videos, audience comments, the Indonesian Advertising Ethics Code, the Consumer Protection Law, and academic literature. Analysis covers text, discursive practice, and sociocultural practice. Findings show that evaluative diction, modality, comparative structures, material-testing visuals, and checkmark/cross symbols construct ecinos more positively and the compared product less favorably. Burn tests, water absorption tests, and hand-feel tests indicate specific characteristics, but their procedures are not fully verifiable and their results are extended into broader quality claims. In discursive practice, ecinos initially controls the comparison, while reposts, clarifications, and comments generate counter-framing. Socioculturally, ethical issues relate to promotion, brand competition, advertising ethics, and advertiser power over representation. Ethical violations are therefore constructed through unequal representation, initial advertiser control, and the use of such power in promotion and brand competition.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Advertising Ethics, Comparative Advertising, Ecinos, Social Media

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “ANALISIS WACANA KRITIS PELANGGARAN ETIKA PADA IKLAN ECINOS DI MEDIA SOSIAL.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis dengan hormat menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam kelancaran skripsi ini sehingga dapat terselesaikan, antara lain yaitu:

1. Ibu Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak berkontribusi dengan memberikan arahan, saran, dan nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan maupun dalam proses penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Nuril Ashivah Misbah, S.IP., M.A dan Ibu Rut Rismanta Silalahi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji, yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ketiga kakak penulis, Tete Ayu, Tete Dewi, dan Tete Luli yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa kuliah penulis serta memiliki peran besar dalam mendukung penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu penulis, Ibu Rohanah yang selalu memberikan doa dan dukungan disetiap langkah dan proses yang dilalui oleh penulis. Terimakasih telah tetap menjadi ibu yang baik walaupun pasti sulit untuk mengasahi dan menyayangi serta mendukung penulis dari kecil hingga sebesar sekarang seorang diri
5. Bapak penulis, Bapak Yono Mulyono walaupun secara fisik telah tiada, jasa dan dukungan yang beliau berikan semasa hidup senantiasa menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada seseorang yang tidak kalah penting, Seno Oktariadi. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan hidup penulis dan turut membantu pada karya tulisan ini baik secara waktu, fisik dan dukungan emosional yang sangat berarti. Terimakasih untuk selalu tetap ada di kondisi lelah dan terpuruk penulis. Setiap bantuan, support dan kehadirannya sangat berarti bagi penulis dalam proses menyelesaikan penulisan.

7. Kepada teman baik saya sejak masuk kuliah, Tsabita Tsurakhman terimakasih telah menjaid teman baik penulis sejak semester ssatu hingga saat ini. Setiap candaan, obrolan, dan bantuan yang diberikan telah mewarnai kehidupan penulis selama mas perkuliahan.
8. Terakhir terimakasih kepada diri sendiri, yang telah berjuang dan bertahan hingga akhir. Terimakasih untuk tetap mencoba dan terus melangkah walalupun banyak memiliki kekhawatiran dan perasaan takut akan gagal. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada peneliti mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan pandangan dan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 3 Juli 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahma Aprilia', with a large, stylized initial 'R'.

Rahma Aprilia

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR ORIGINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Konsep-Konsep Penelitian	15
2.2.1. Periklanan Digital.....	15
2.2.2. Iklan Komparatif	17
2.2.3. Etika Periklanan	19
2.2.4. Analisis Wacana Kritis	22
2.2.5. Media Sosial	24
2.3. Kerangka Berpikir	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
1.1. Objek Penelitian	29
1.2. Jenis Penelitian	30
1.3. Teknik Pengumpulan Data	31
1.3.1. Dokumentasi.....	31
1.3.2. Kepustakaan	33
1.4. Sumber Data	34
1.4.1. Data primer.....	34
1.4.2. Data sekunder	35
1.5. Teknik Analisis Data	35
1.6. Teknik Keabsahan Data.....	40
1.7. Tabel Rencana Waktu.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Merek ecinos	43
4.1.2 Deskripsi dan Kronologi Iklan Kontroversial	45
4.2. Hasil Penelitian (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)	50
4.2.1. Analisis Teks (Dimensi Mikro)	51
4.2.2. Praktik Diskursif.....	69
4.2.3. Praktik Sosiokultural	77
4.3. Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Akademis.....	110
5.2.2 Saran Praktis.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Kode Indikasi Buzzer	33
Tabel 3. 2 Kerangka Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough.....	40
Tabel 3. 3 Tabel Rencana Waktu	42
Tabel 4. 1 Perbandingan Produk ecinos dan Produk yang Diasosiasikan	81
Tabel 4. 2 Perbandingan Kapasitas Promosi Digital ecinos dan HULM	86
Tabel 4. 3 Bentuk Relasi Kuasa ecinos dalam Iklan Komparatif.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. 1 Profil Instagram @ecinos.id	44
Gambar 4. 2 Profil TikTok @ecinos.id	44
Gambar 4. 3 Video Klarifikasi Merek yang Diasosiasikan Audiens.....	45
Gambar 4. 4 Unggahan Ulang di Media Sosial X.....	46
Gambar 4. 5 Tangkapan Unggahan Ulang di TikTok.....	47
Gambar 4. 6 Tangkapan layar <i>Burn test</i>	48
Gambar 4. 7 Adegan <i>Water absorption test</i>	48
Gambar 4. 8 Adegan Hand Feel Test	49
Gambar 4. 9 Video Klarifikasi ecinos di Instagram	50
Gambar 4. 10 Kalimat Deklaratif ecinos.....	52
Gambar 4. 11 Klimat Modalitas Ecinos	54
Gambar 4. 12 Adegan Awal Video ecinos	55
Gambar 4. 13 Adegan Deskripsi Kemeja.....	56
Gambar 4. 14 Adegan Label Positif Produk ecinos	57
Gambar 4. 15 Tampilan Produk dan Klaim Evaluatif.....	67
Gambar 4. 16 Komentar Akun @Minus one	71
Gambar 4. 17 Komentar Akun @Hachimi chimi ci.....	72
Gambar 4. 18 Komentar Akun @Cha	72
Gambar 4. 19 Komentar Akun @user5167283819615381	73
Gambar 4. 20 Komentar Akun @Yuka Jayanti.....	74