

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI *ADVERTISING***

**Skripsi, 15 Februari 2024**  
**Mohammad Ya'isy Ghifari**  
**20200110400094**

**REPRESENTASI PERLINDUNGAN DATA PRIBADI PADA IKLAN APPLE VERSI  
'*PRIVACY ON IPHONE – DATA AUCTION*' DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA  
ROLAND BARTHES)**

### **ABSTRAK**

Pada penelitian ini dilakukan analisis semiotika terhadap iklan Apple versi “Privacy on iPhone - Data Auction” dengan menggunakan model Roland Barthes. Juga penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan studi dokumentasi Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi perlindungan data pribadi pada iklan tersebut dengan menganalisa makna denotasi, konotasi dan mitos. Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan ini secara gamblang menggambarkan risiko yang akan terjadi pada data pribadi pemilik dan pengguna smartphone jika data tersebut dapat diakses dengan mudah oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Iklan ini juga membuktikan kebenaran mitos yang beredar luas di masyarakat bahwa perangkat Apple lebih aman dibanding merek lain. Apple ingin menegaskan bahwa mereka sangat mementingkan dan peduli akan kerahasiaan serta keamanan data pribadi para pengguna Apple. Maka dari itu Apple berupaya memberikan jaminan keamanan dan perlindungan data pribadi pada produk-produknya agar pelanggan Apple merasa nyaman dan yakin data mereka aman.

**Kata Kunci** : Semiotika, Roland Barthes, iPhone, Keamanan, Data Pribadi  
**Daftar Pustaka** : 8 Buku dan 19 Jurnal  
**Pembimbing** : Dr. Oktaviana Purnamasari, M.Si

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI *ADVERTISING*

Skripsi, 15 Februari 2024  
Mohammad Ya'isy Ghifari  
20200110400094

REPRESENTASI PERLINDUNGAN DATA PRIBADI PADA IKLAN APPLE VERSI  
'*PRIVACY ON IPHONE – DATA AUCTION*' DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA  
ROLAND BARTHES)

#### **ABSTRACT**

*In this research, a semiotic analysis of the Apple commercial version of "Privacy on iPhone - Data Auction" is carried out using the Roland Barthes model. Also this research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques of interviews and documentation studies. The purpose of this research is to find out the representation of personal data protection in the advertisement by analyzing the meaning of denotation, connotation and myth. The results of the analysis show that this advertisement clearly illustrates the risks that will occur to the personal data of smartphone owners and users if the data can be accessed easily by irresponsible parties. This commercial also proves the truth of the myth widely circulated in society that Apple devices are more secure than other brands. Apple wants to emphasize that they attach great importance to and care about the confidentiality and security of the personal data of Apple users. Therefore, Apple strives to provide security guarantees and personal data protection on its products so that Apple customers feel comfortable and confident that their data is safe.*

**Keyword** : Semiotika, Roland Barthes, iPhone, Keamanan, Data Pribadi  
**Bibliography** : 8 Buku dan 19 Jurnal  
**Supervisor** : Dr. Oktaviana Purnamasari, M.Si