

**MAKNA PESAN DALAM IKLAN UNIQLO EDISI INTERNATIONAL
WOMEN DAY WITH #REALSUPPORT (ANALISIS SEMIOTIKA
CHARLES SANDERS PEIRCE IKLAN UNIQLO DI CHANNEL
YOUTUBE UNIQLO INDONESIA)**

SKRIPSI



Oleh :

FADILLAH AYU SUDARSONO

NIM : 19240711

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

HALAMAMAN LOGO



MAKNA PESAN DALAM IKLAN UNIQLO EDISI INTERNATIONAL
WOMEN DAY WITH #REALSUPPORT (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES
SANDERS PEIRCE IKLAN UNIQLO DI CHANNEL YOUTUBE UNIQLO
INDONESIA)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi



Oleh :

FADILLAH AYU SUDARSONO

NIM : 19240711

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Fadillah Ayu Sudarsono / 1920711 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 29 Juli 2024

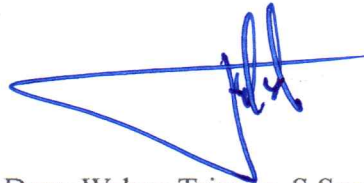
Pembimbing I



Eli Purwati, S.Sos., M.Ikom

NIDN : 0702088201

Pembimbing II



Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0707078204

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Fadillah Ayu Sudarsono / 19240711

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 31 Juli 2024

Pukul : 11.00 WIB.

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN 0728018304

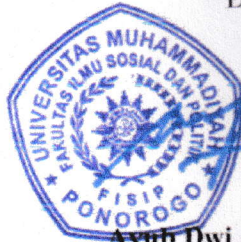
Penguji II

Denv Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.kom
NIDN 0707078204

Penguji III

Eli Purwati, S.Sos., M.I.kom
NIDN 0702088201

Mengetahui,
Dekan



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK 19860325 201309 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fadillah Ayu Sudarsono

Alamat : Dkh, Karang Anyar, Desa Ngrupit, Kec. Jenangan.
Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 19240711

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“ MAKNA PESAN DALAM IKLAN UNIQLO EDISI INTERNATIONAL WOMEN DAY WITH #REALSUPPORT (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE IKLAN UNIQLO DI CHANNEL YOUTUBE UNIQLO INDONESIA) ”

adalah observasi, pemikiran, dan pemikiran asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 5 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Fadillah Ayu Sudarsono

19240711

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan YME yang telah memberikan kelimpahan berkah dan kenikmatan bagi penulis sehingga dapat terselesainya skripsi dengan judul ***“Makna Pesan Dalam Iklan Uniqlo edisi International Women Day With #RealSupport (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Iklan Uniqlo Di Channel Youtube Uniqlo Indonesia)”*** dengan lancar tanpa halangan.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini merupakan pemenuhan syarat untuk menamatkan Program Studi Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang penulis miliki membuat penulis memerlukan bantuan berupa saran, petunjuk maupun arahan dari berbagai pihak, dengan kerendahan hati dan hormat penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Eli Purwati, S. Sos, M. Ikom. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta Dosen Pembimbing yang telah sabar dan tulus memberikan bimbingan, arahan, masukan dan waktunya demi terselesainya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya selama di perkuliahan

4. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat, dukungan, dan motivasi yang tiada henti.

Penulis hanya bisa melakukan doa kepada mereka yang telah membantu dan mendukung dari segala hal yang berhubungan dengan skripsi ini, semoga selalu diberikan berkah dan rahmat dari Tuhan YME. Selain itu kritik, saran serta perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya dengan harapan besar penulis, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.



Ponorogo, 28 Juli 2024

Penulis

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan YME, proses Pendidikan yang telah dilalui selama hampir 5 tahun di Universitas Muhammadiyah Ponorogo, akhirnya peneliti mampu menuntaskan tugas akhir guna melepas status mahasiswa, peneliti mempersembahkan sebuah karya ilmiah untuk pihak-pihak yang selalu menemani penelitian disaat senang maupun sedih, kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu mensupport saya dengan dukungan motivasi penuh semangat dan finansial. Terimakasih atas semua cinta dan kasih sayang yang kalian berikan kepada saya, dan saya ucapkan banyak terima kasih untuk semua hal yang telah bapak dan ibu berikan kepada saya.
2. Kepada dosen dan guru saya yang sudah memberikan saya ilmu dan bimbingan.
3. Seluruh sahabat dan teman saya yang senantiasa bersemangat dalam meraih kesuksesan dan Impian mereka masing-masing dan juga diri saya sendiri.

MOTTO

“Selagi di hadapan Tuhan, tidak ada yang terlambat”

Yoeghi

“L’effort est ma force”

(The effort is my strength)

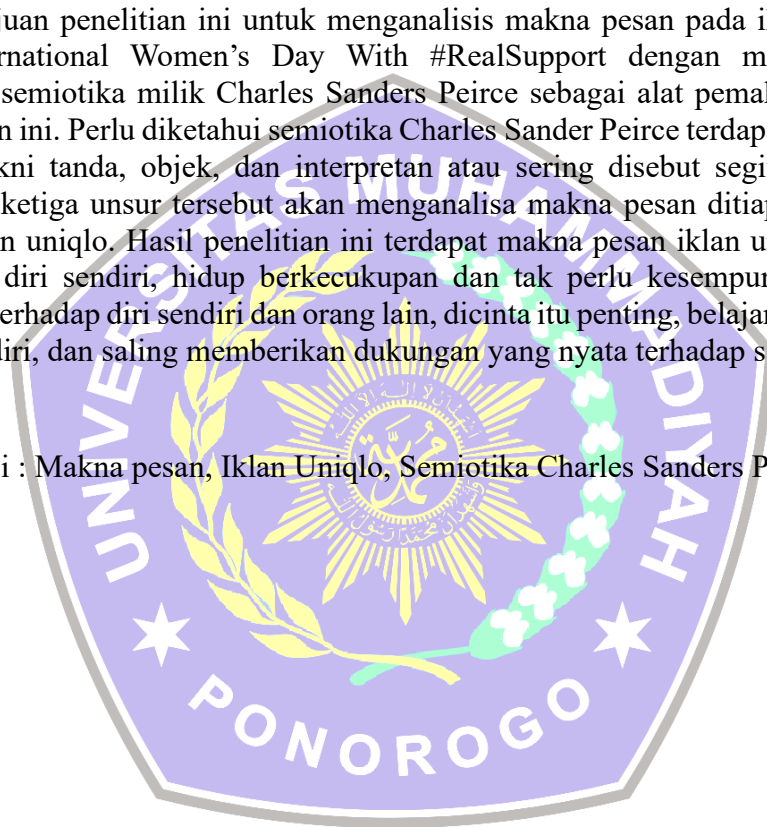


ABSTRAK

Nama : Fadillah Ayu Sudarsono
NIM : 19240711
Judul : Makna Pesan Dalam Iklan Uniqlo edisi International Women Day
With #RealSupport (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Iklan
Uniqlo Di Channel Youtube Uniqlo Indonesia)

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis makna pesan pada iklan Uniqlo edisi International Women's Day With #RealSupport dengan menggunakan penelitian semiotika milik Charles Sanders Peirce sebagai alat pemaknaan tanda dalam iklan ini. Perlu diketahui semiotika Charles Sander Peirce terdapat tiga unsur utama, yakni tanda, objek, dan interpretan atau sering disebut segitiga makna. kemudian ketiga unsur tersebut akan menganalisa makna pesan di tiap-tiap scene dalam iklan uniqlo. Hasil penelitian ini terdapat makna pesan iklan uniqlo, yakni mencintai diri sendiri, hidup berkecukupan dan tak perlu kesempurnaan, sikap kejujuran terhadap diri sendiri dan orang lain, dicinta itu penting, belajar memahami tubuh sendiri, dan saling memberikan dukungan yang nyata terhadap sesama.

Kata Kunci : Makna pesan, Iklan Uniqlo, Semiotika Charles Sanders Peirce

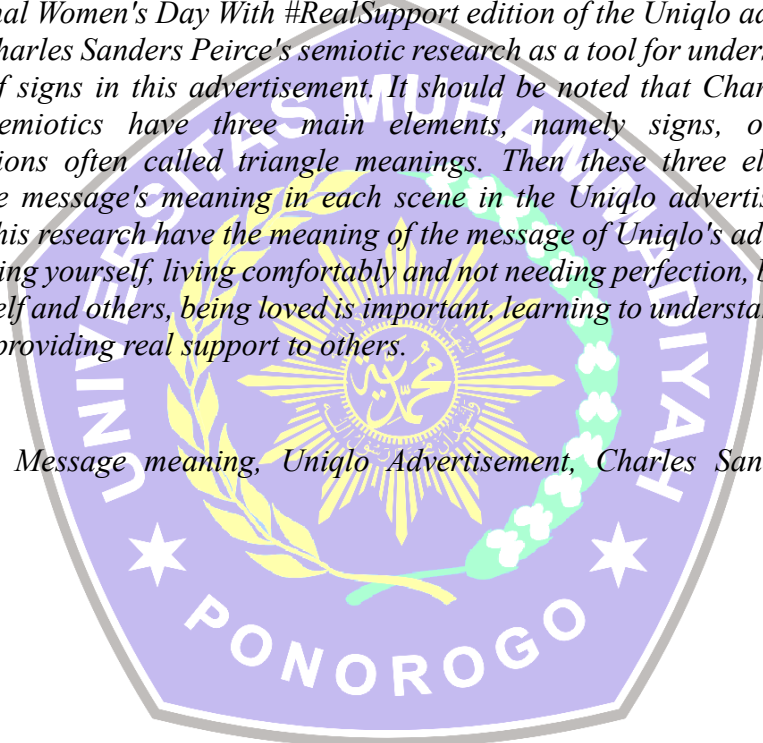


ABSTRACT

*Name : Fadillah Ayu Sudarsono
NIM : 19240711
Title : The Meaning of the Message in the International Women's Day With #RealSupport Uniqlo Advertisement (Semiotic Analysis of Charles Sanders Peirce Uniqlo Advertisement on Uniqlo Youtube Channel Indonesia)*

The purpose of this study is to analyze the meaning of the message in the International Women's Day With #RealSupport edition of the Uniqlo advertisement by using Charles Sanders Peirce's semiotic research as a tool for understanding the meaning of signs in this advertisement. It should be noted that Charles Sanders Peirce's semiotics have three main elements, namely signs, objects, and interpretations often called triangle meanings. Then these three elements will analyze the message's meaning in each scene in the Uniqlo advertisement. The results of this research have the meaning of the message of Uniqlo's advertisement, namely loving yourself, living comfortably and not needing perfection, being honest with yourself and others, being loved is important, learning to understand your own body, and providing real support to others.

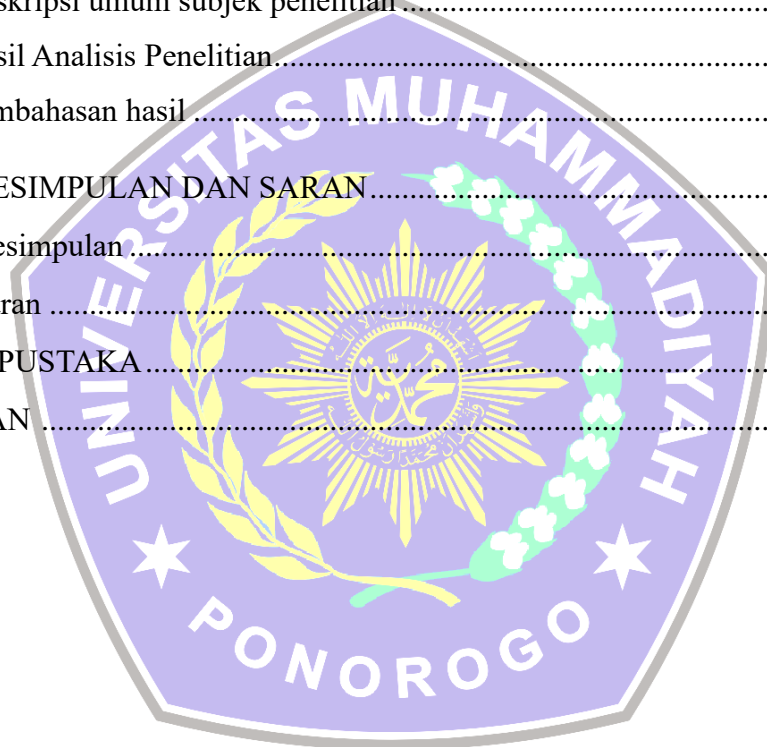
Keywords: Message meaning, Uniqlo Advertisement, Charles Sanders Peirce Semiotics



DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teori	7
2.1.1 Komunikasi	7
2.1.2 Media Massa	8
2.1.3 Iklan	9
2.1.4 Iklan Uniqlo Edisi International Women Day	13
2.1.5 Pesan	14
2.1.6 Semiotika	14
2.1.7 Semiotika Charles Sander Peirce	15
2.2 Kerangka Pikir	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Tempat dan waktu penelitian	21
3.2 Jenis penelitian	21
3.3 Subjek dan Objek penelitian	22
3.4 Data dan sumber data	22
3.5 Teknik pengumpulan data	23
3.6 Teknik Analisi data.....	23
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL	 25
4.1 Deskripsi umum subjek penelitian	25
4.2 Hasil Analisis Penelitian.....	35
4.3 Pembahasan hasil	44
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pikir Analisis Penelitian	19
Tabel 4.1 Hasil Analisis Penelitian 1	36
Tabel 4.2 Hasil Analisis Penelitian 2.....	37
Tabel 4.3 Hasil Analisis Penelitian 3.....	38
Tabel 4.4 Hasil Analisis Penelitian 4.....	40
Tabel 4.5 Hasil Analisis Penelitian 5.....	41
Tabel 4.6 Hasil Analisis Penelitian 6.....	42
Tabel 4.7 Hasil Analisis Penelitian 7.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Semiotika Charles S. Peirce	18
Gambar 4.1 Logo Fast Retailing Group.....	27
Gambar 4.2 Logo Uniqlo	27
Gambar 4.3 Amanda Rawles.....	33
Gambar 4.4 Yura Yunita	33
Gambar 4.5 Tara Basro.....	34
Gambar 4.6 Marissa Anita.....	35
Gambar 4.7 Scene 1 Tanda Hasil Analisis Penelitian 1	36
Gambar 4.8 Scene 2 Tanda Hasil Analisis Penelitian 2	37
Gambar 4.9 Scene 3 Tanda Hasil Analisis Penelitian 3	38
Gambar 4.10 Scene 4 Tanda Hasil Analisis Penelitian 4	40
Gambar 4.11 Scene 5 Tanda Hasil Analisis Penelitian 5	41
Gambar 4.12 Scene 6 Tanda Hasil Analisis Penelitian 6	42
Gambar 4.13 Scene 7 Tanda Hasil Analisis Penelitian 7	43

