

**ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG SIKAP  
“SENSUALITAS”  
PADA IKLAN KOPI SUSU *FULL CREAM* TORABIKA TERBARU**

**SKRIPSI**



**OLEH  
HADI PRAYITNO  
NIM. 11240141**

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

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

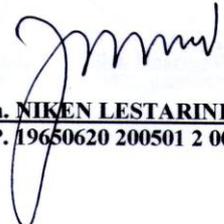
Skripsi oleh **HADI PRAYITNO** ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 17 Maret 2016

Pembimbing I

  
**Drs. PINARJO, MM**  
**NIDN 0729066201**

Pembimbing II

  
**Dra. NIKEN LESTARINI, M.Si**  
**NIP. 19650620 200501 2 001**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh **HADI PRAYITNO** ini

Telah dipertahankan di depan penguji pada:

Hari : KAMIS

Tanggal : 17 MARET 2016

Pukul : 08.30 WIB – 09.30 WIB

### DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

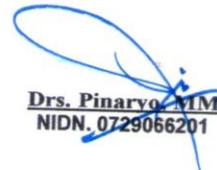
Penguji III



Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si  
NIDN. 0722126101



Dra. Niken Lestari, M.Si  
NIP. 19650620 200501 2 00



Drs. Pinarva, M.M  
NIDN. 0729066201

Mengetahui

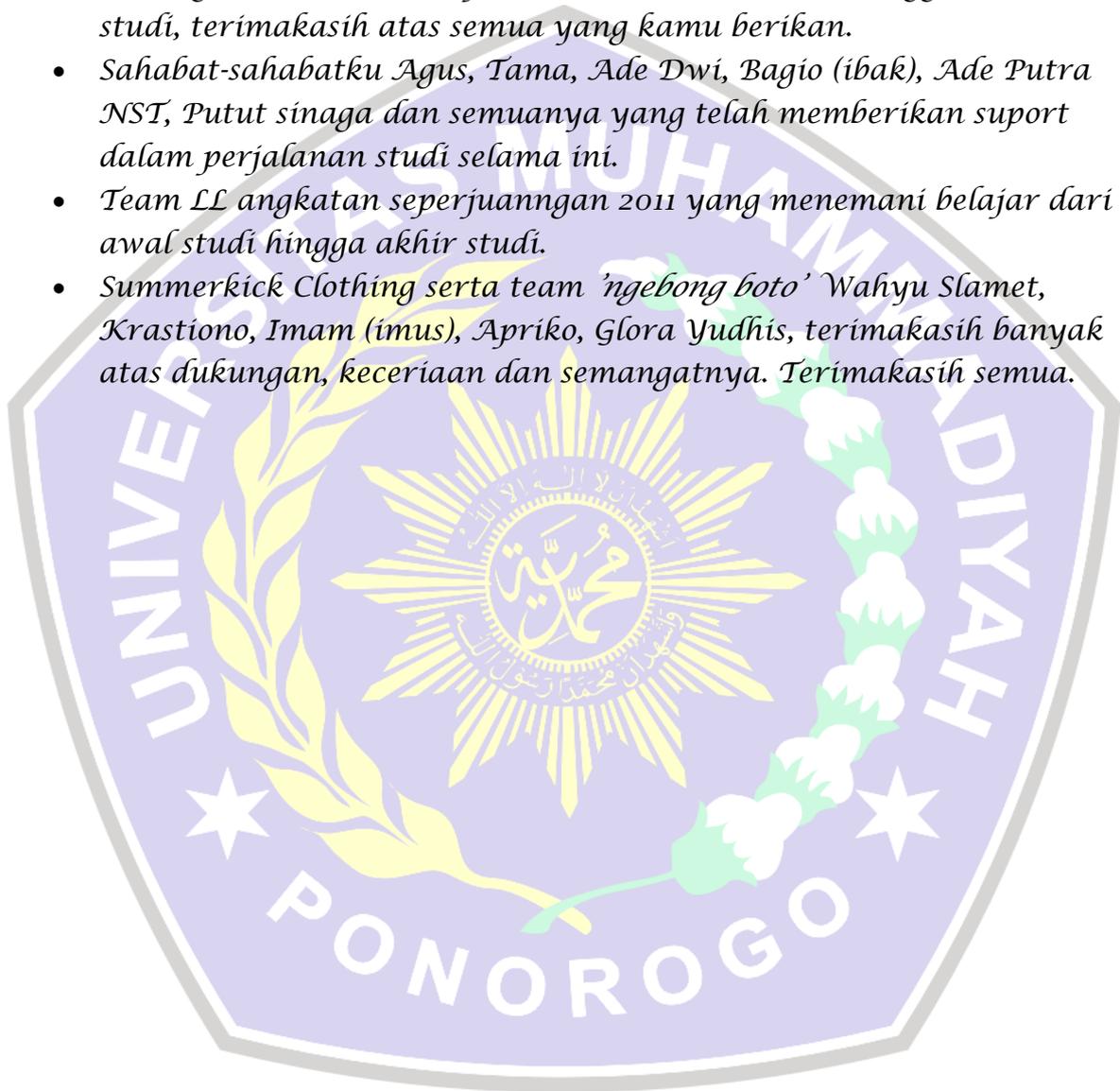
Dekan,



Dra. Niken Lestari, M.Si  
NIP.: 19650620 200501 2001

## **PERSEMBAHAN**

- *Bapak dan Ibuku Tercinta, Bapak Paimun dan Ibu Katmini terimakasih banyak atas sejuta cinta perhatian dan ketulusan kasih sayang selama ini*
- *Kekasih hati Nur Diana Musyarofa yang selalu setia memeberi semangat baik suka maupun duka dari awal studi hingga akhir studi, terimakasih atas semua yang kamu berikan.*
- *Sahabat-sahabatku Agus, Tama, Ade Dwi, Bagio (ibak), Ade Putra NST, Putut sinaga dan semuanya yang telah memberikan suport dalam perjalanan studi selama ini.*
- *Team LL angkatan seperjuangan 2011 yang menemani belajar dari awal studi hingga akhir studi.*
- *Summerkick Clothing serta team 'ngebong boto' Wahyu Slamet, Krastiono, Imam (imus), Apriko, Glora Yudhis, terimakasih banyak atas dukungan, keceriaan dan semangatnya. Terimakasih semua.*



## MOTTO

*Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu sudah selesai dengan satu urusan, kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap*

(QS. Alam Nasyrah, 6-8)

*Berjuanglah dan bersabarlah !!!! Maka akan terwujud keinginan dan Harapan*

Pepatah



## KATA PENGANTAR

Dengan segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tiada halangan suatu apapun. Yang kedua kalinya sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad saw yang telah membawa umat dari jaman jahiliyah menuju jaman Islamiyah sebagaimana yang kita rasakan sekarang ini.

Kemudian dari pada itu penyusunan skripsi ini merupakan karya tulis ilmiah untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Berkaitan dengan penyusunan skripsi ini kami tidak lupa mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. **Ibu Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. **Bapak Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom., M.Si.** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. **Drs. Pinaryo, MM** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
4. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan dukungan yang luar biasa sehingga data terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap, dengan membaca skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua, dalam hal ini dapat menambah wawasan mengenai periklanan di Tv khususnya bagi

penulis dan umumnya bagi pembaca. Skripsi ini memang masih jauh dari sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi perbaikan menuju arah yang lebih baik.

Ponorogo, 17 Maret 2016

Penulis

**HADI PRAYITNO**

NIM: 11.24.0141



## ABSTRAK

HADI PRAYITNO, 2016, ANALISA SEMIOTIKA TENTANG SIKAP “*SENSUALITAS*” PADA IKLAN KOPI SUSU *FULL CREAM* TORABIKA TERBARU, Dosen Pembimbing: Drs. Pinaryo, MM

Penampilan pelaku iklan yang memberikan kesan positif, kemudian menjadikan seseorang terdapat daya tarik yang lebih baik dan masyarakat akan merepresentasikan sikapnya terutama tentang maskulinitas wanita sebagaimana yang termuat dalam iklan tersebut, khususnya dalam penampilannya sebagai seorang praktisi usaha atau model yang penuh kesibukan dan aktivitas yang padat, kemudian pada saat waktu luang atau *cafee break* dimanfaatkan untuk menikmati minuman hangat berupa kopi torabika susu *full cream*. Pada saat tokoh iklan tersebut masih mencium aromanya sudah menunjukkan ekspresi yang kenikmatan dan kemudian dilanjutkan tokoh lain setelah meminum kopi susu tersebut memberikan ekspresi yang lebih dahsyat lagi, dengan keadaan tersebut sampai-sampai hewan piaraannya turut melampiaskan kegirangannya dengan mengikuti ucapan susu *full cream*, susu *full cream*, susu *full cream*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana representasi sikap “*Sensualitas*” pada iklan kopi susu *full cream* torabika terbaru? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana representasi sikap “*Sensualitas*” pada iklan kopi susu *full cream* torabika terbaru. Kemudian metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan analisis kajian semiotik Roland Barthes.

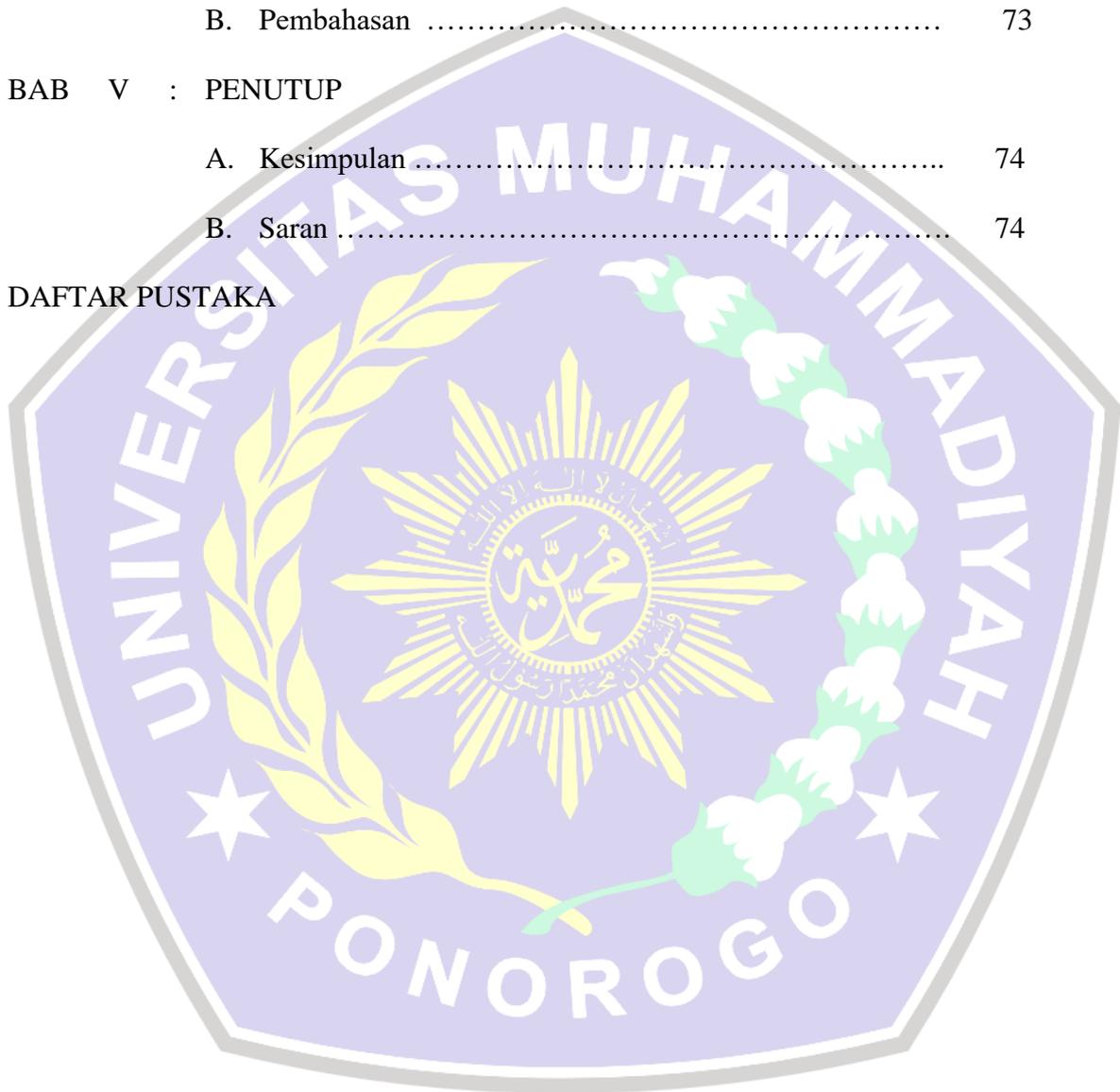
Hasil analisa dan pembahasan dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Iklan TV torabika versi susu *full cream* dengan bentuk perpaduan yang pas dan seimbang membuat produk tersebut dapat menjadi pilihan penikmat kopi.
2. Pengemasan nilai kenikmatan yang terdapat dalam iklan tersebut belum memperhatikan etika periklanan serta masih mengandung unsure sensualitas pornografi.
3. Konsep cerita yang tidak logis menimbulkan asumsi bahwa iklan tersebut menonjolkan sisi hiburan yang humoris semata. Sehingga nilai kenikmatan dalam minum kopi yang ditampilkan pun sekedar menjadi penambah daya tarik hiburan bagi pemirsa.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Definisi Konsep.....	5
F. Kajian Pustaka .....	8
G. Definisi Operasional/ Kerangka Berpikir .....	32
H. Penelitian Terdahulu .....	35
I. Metode Penelitian .....	36
<b>BAB II : DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN</b>	
A. Gambaran pt Torabika Eka Semesta.....	43

B. Profil Produk Torabika Susu <i>Full Cream</i> .....	45
C. Profil Torabika Susu <i>Full Cream</i> .....	47
<b>BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	48
B. Pembahasan .....	73
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	: Iklan Torabika susu <i>full cream</i> .....	31
Gambar 3.1.	: Scene Iklan Torabika Susu Full Cream di Youtube.....	52
Gambar 3.2.	: Scene 1 .....	53
Gambar 3.3.	: Scene 2 .....	55
Gambar 3.4.	: Scene 3 .....	56
Gambar 3.5.	: Scene 4 .....	58
Gambar 3.6.	: Scene 5 .....	59
Gambar 3.7.	: Scene 6 .....	61
Gambar 3.8.	: Scene 7 .....	62
Gambar 3.9.	: Scene 8 .....	63
Gambar 3.10.	: Scene 9 .....	65
Gambar 3.11.	: Scene 10 .....	66
Gambar 3.12.	: Scene 11 .....	67
Gambar 3.13.	: Scene 12.....	69
Gambar 3.14.	: Scene 13.....	70
Gambar 3.15.	: Secangkir kopi susu torabika full cream.....	72
Gambar 3.16.	: Torabika susu full cream .....	73
Gambar 3.17.	: Adegan menikmati atau mencicipi kopi dengan jari telunjuk	74
Gambar 3.18.	: Gambar keberhasilan torabika susu full cream memberikan rasa nikmat .....	75
Gambar 3.19.	: Foto detik-detik akhir Iklan Torabika full cream.....	76
Gambar 3.20.	: Gambar susu full cream dan seduhan kopi nikmat .....	76
Gambar 3.21.	: Tokoh iklan merasakan kenikmatan yang luar Biasa .....	77