

**ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES IKLAN
AUDIO VISUAL TOKOPEDIA VERSI RAMADHAN DENGAN
JUDUL “BERDEDIKASI ATAU BERBAKTI”
SKRIPSI**



Oleh:

ADINDA KUMARA SARASWATI

NIM: 13240280

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

2017

HALAMAN LOGO



**ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES IKLAN
AUDIO VISUAL TOKOPEDIA VERSI RAMADHAN DENGAN
JUDUL “BERDEDIKASI ATAU BERBAKTI”
SKRIPSI**

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:

ADINDA KUMARA SARASWATI

NIM: 13240280

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2017**

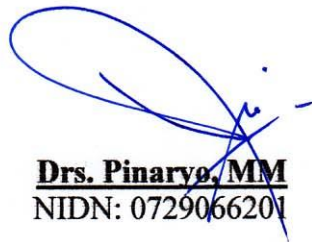
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Adinda Kumara Saraswati / 13240280 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 19 Agustus 2017

Pembimbing I



Drs. Pinaryo, MM
NIDN: 0729066201

Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, M.IKom.
NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Adinda Kumara Saraswati ini,

Telah dipertaruhkan di depan penguji

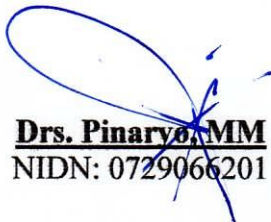
Pada hari : Sabtu

Tanggal : 19 Agustus 2017

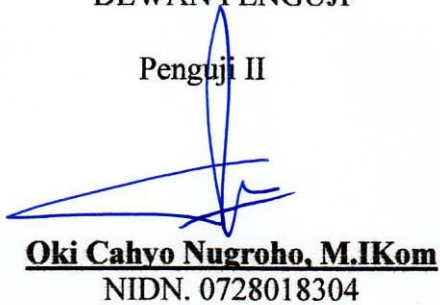
Pukul : 11.00 - 12.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I


Drs. Pinaryo, MM
NIDN: 0729066201

Penguji II


Oki Cahyo Nugroho, M.IKom
NIDN. 0728018304

Penguji III


Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan,



Drs. Jusuf Harsono, M.Si
NIK. 1962011319890912

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Kumara Saraswati

Alamat : Jl. Sultan Agung 4, Sambit, Sambit, Ponorogo

No. Identitas : 13240280

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul: “ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES IKLAN AUDIO VISUAL TOKOPEDIA VERSI RAMADHAN DENGAN JUDUL “BERDEDIKASI ATAU BERBAKTI” adalah pemikiran, dan pemaparan 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 demi kalimat serta desain penulisan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 9 Agustus 2017



(Adinda Kumara Saraswati)

HALAMAN MOTTO

Tidak ada seorang pun yang bisa menemanimu seumur hidup, maka kamu harus terbiasa dengan “kesendirian”. Tidak ada seorang pun yang bisa membantumu seumur hidup, maka kamu harus selalu berjuang.

(Jack Ma)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Ini saya dedikasikan untuk setiap do'a yang telah dipanjatkan oleh ke enam orang tua saya, yang sangat mensupport apa yang saya kerjakan hingga mampu menyelesaikan karya ini. Juga untuk semua teman-teman Ilmu Komunikasi 13' yang telah memberikan semangat serta Dosen-dosen Fisip yang selalu mendampingi dalam penyelesaian karya ini. Terima Kasih untuk semua energi positif yang telah kalian berikan.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES IKLAN AUDIO VISUAL TOKOPEDIA VERSI RAMADHAN DENGAN JUDUL “BERDEDIKASI ATAU BERBAKTI”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Srata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk dan saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Drs. Jusuf Harsono, 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. Bapak Drs. Pinaryo, MM, selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Jajaran Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Yang tercinta keenam orang tuaku, yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa yang tiada henti-hentinya.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam pembuatan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah berjasa dan tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, namun dengan keterbatasan tersebut tidak menjadi alasan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat kekurangan dalam penulisannya. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf apabila terdapat banyak ketidaksempurnaan dalam skripsi ini.

Besar harapan penulis agar skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Ponorogo, 11 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teori	6
1. Pengertian <i>Media Relation</i>	6
2. Konsep Media Relation dan Pemasaran	8

3. Konsep Semiotika	9
B. Prinsip Semiotika Menurut Roland Barthes	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Tempat dan Waktu	25
B. Jenis Penelitian	25
C. Subjek dan Obyek Penelitian.....	26
D. Data dan Sumber Data.....	26
E. Metode Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
A. Deskripsi Profil Perusahaan	30
B. Identifikasi Umum Iklan Tokopedia Edisi Ramadhan Versi Berdedikasi atau Berbakti.....	34
C. Analisis Semiotik Roland Barthes dalam Iklan Tokopedia Ramadhan 2017 Versi Berbakti atau Berdedikasi	36
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	67

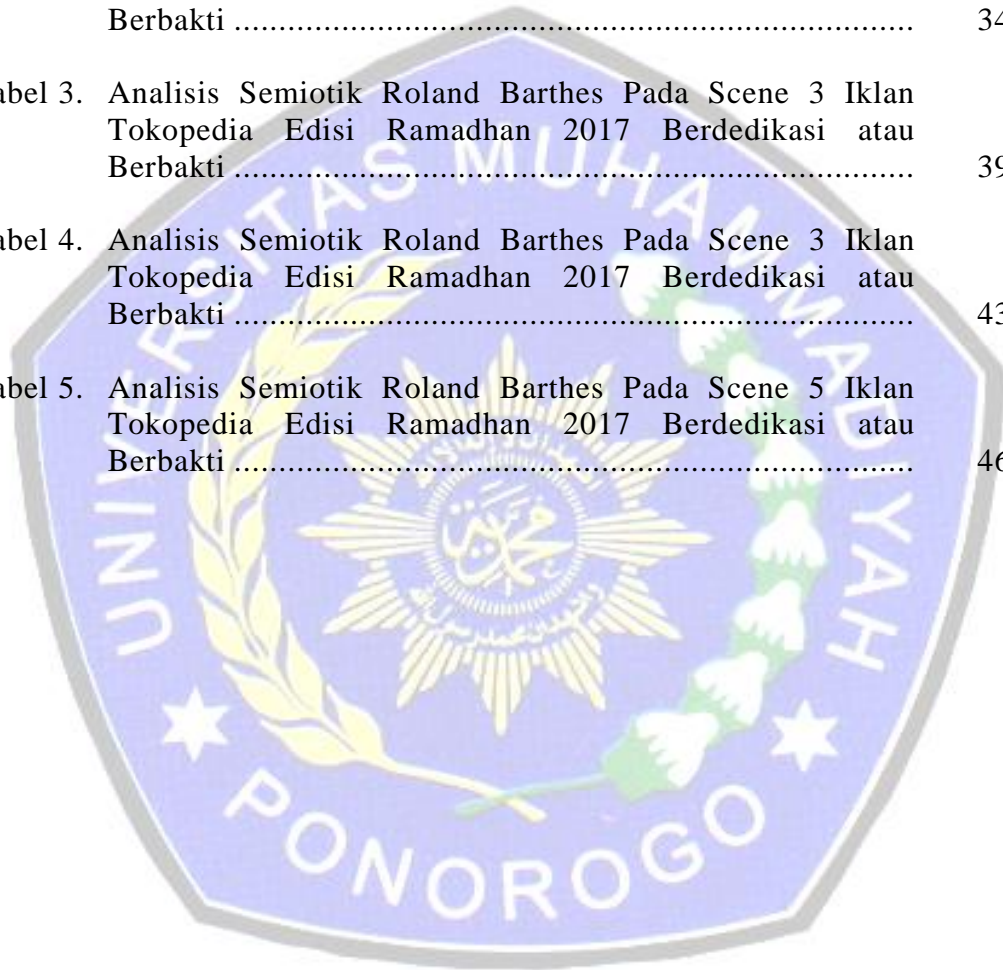
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Semiotik	14
Gambar 2 Struktur Organisasi	23



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Scene 1 Iklan Tokopedia Edisi Ramadhan 2017 Berdedikasi atau Berbakti	29
Tabel 2. Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Scene 2 Iklan Tokopedia Edisi Ramadhan 2017 Berdedikasi atau Berbakti	34
Tabel 3. Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Scene 3 Iklan Tokopedia Edisi Ramadhan 2017 Berdedikasi atau Berbakti	39
Tabel 4. Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Scene 3 Iklan Tokopedia Edisi Ramadhan 2017 Berdedikasi atau Berbakti	43
Tabel 5. Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Scene 5 Iklan Tokopedia Edisi Ramadhan 2017 Berdedikasi atau Berbakti	46



DAFTAR LAMPIRAN

Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah berisikan tentang pernyataan penulis tentang keaslian karya ilmiah yang telah penulis buat. Lampiran ini terletak pada halaman



ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES IKLAN AUDIO VISUAL TOKOPEDIA VERSI RAMADHAN DENGAN JUDUL “BERDEDIKASI ATAU BERBAKTI”

Kata kunci:

E-Commers, Iklan, Semiotika, Public Realtions

Dalam melakukan kajian ini perlu adanya suatu tujuan yang pasti atau yang dicapai setelah dilakukannya kajian ini, oleh karena itu yang menjadi tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos serta pesan dari iklan tokopedia dengan perspektif semiotika model Roland Barthes.

Menurut McLeod Pearson (2008 : 59) *e-commers* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. Dengan banyaknya perusahaan *e-commerce* yang berkembang di Indonesia, Tokopedia sebagai salah satunya memiliki beberapa iklan kreatif yang menjadi cara perusahaan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat luas.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yaitu:

1. Makna Denotasi

. Hal ini secara tidak langsung mengangkat realita kehidupan karyawan media khususnya repoter dan kameramen yang harus selalu

bisa bekerja dengan baik dilapangan meskipun terkadang emngalami banyak kendala.

2. Makna Konotasi dalam iklan tersebut yakni Dedikasi kerja yang tinggi juga di gambarkan melalui kegiatan liputan Bagus dan Rama yang sering mengalami kendala namun tetap kompak dan menemukan solusi yang tepat yang dapat menunjang pekerjaan yaitu menggunakan aplikasi Tokopedia sebagai tempat transaksi segala kebutuhan.
3. Makna Mitos dalam iklan tersebut adalah nilai kerja keras dan dedikasi yang ditampilkan setiap scene merupakan hal yang menjadi nilai moral yang masihberlaku dimasyarakat dan dipegang teguh setiap orang yang memiliki tanggung jawab

Isi Pesan Dipandang dari sudut *Marketing Public Relations*

Dalam isi pesan Iklan Tokopedia secara jelas menggambarkan kerja keras juga usaha untuk berbakti kepada orang tua, secara tidak langsung memberikan gambaran bahwa perusahaan ingin menampilkan nilai-nilai moral yang dapat dicontoh oleh khalayak sedangkan dalam sudut marketing, Tokopedia selalu ditampilkan dalam setiap scenenya sebagai *e-commers* yang memberikan solusi transaksi jual beli secara digital yang dapat bermanfaat untuk siapapun dan dimanapun. Sehingga secara tidak langsung perusahaan mendorong masyarakat untuk menggunakan *e-commers* Tokopedia.