

Analisis Semiotika Iklan Telkomsel edisi Mечahin Celengan,

Pesta Blanja Poin Telkomsel

SKRIPSI



Oleh :

CANDRA WAHYU SAPUTRA

NIM : 13240251

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018



Analisis Semiotika Iklan Telkomsel edisi Mecahin Celengan, Pesta

Blanja Poin Telkomsel

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 :

CANDRA WAHYU SAPUTRA

NIM : 13240251

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

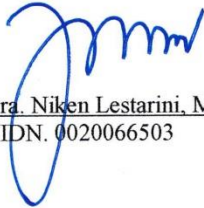
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Candra Wahyu Saputra / 13240251 ini,

Telah di periksa dan di setujui untuk diuji.

Ponorogo, 18 Januari 2018

Pembimbing I



Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Pembimbing II



Eli Purwati, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Candra Wahyu Saputra ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari :Senin

Tanggal :12 Februari 2018

Pukul :13.00- selesai

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Ayub Dwi Anggoro, S.I.Kom, M.Si
NIDN. 0725038605

Penguji II



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

Penguji III




Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN/0020066503

Mengetahui,

Dekan,




Drs. Jusuf Harsono, M.Si
NIK :1962011319890912

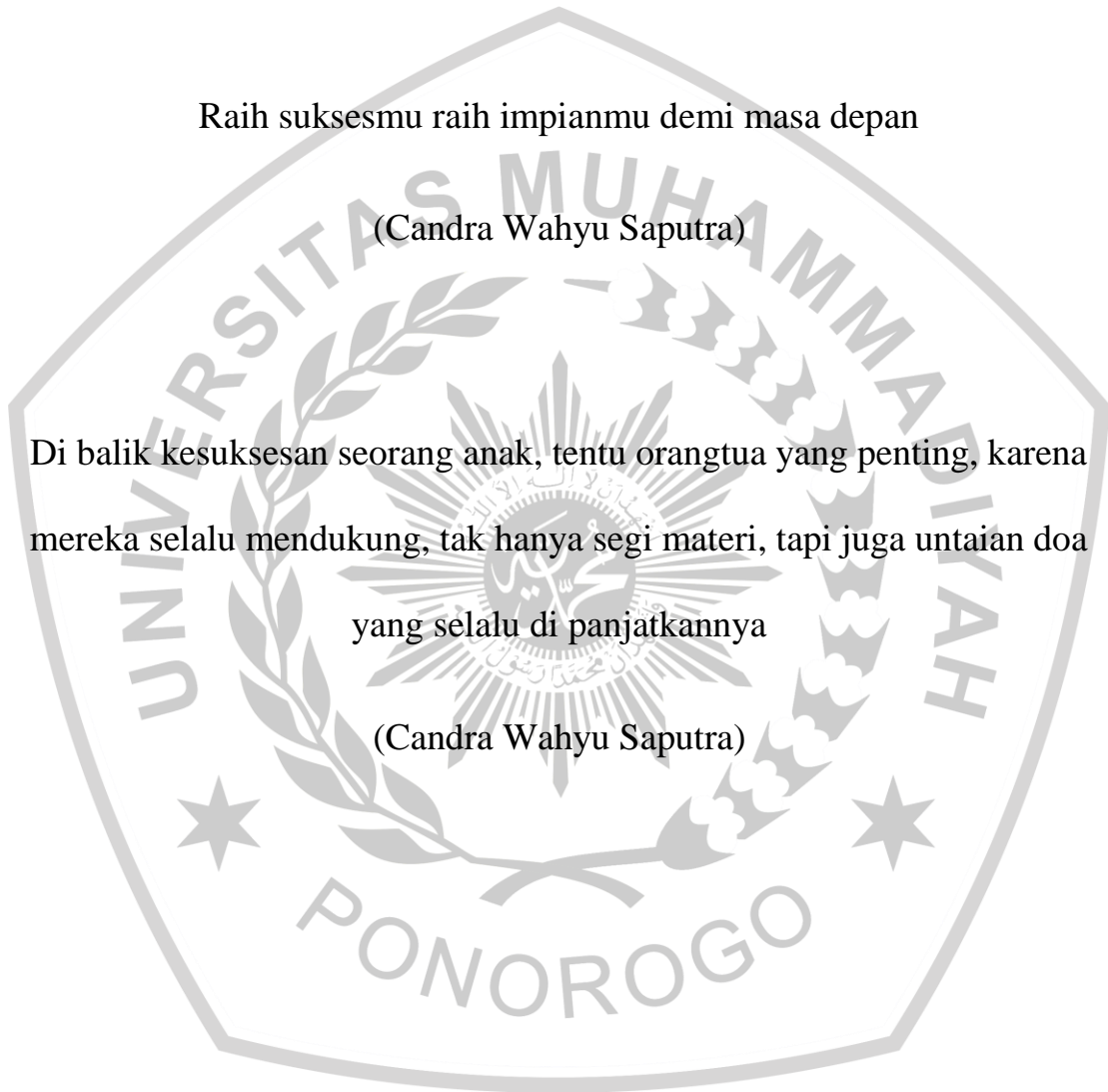
HALAMAN MOTO

Raih suksesmu raih impianmu demi masa depan

(Candra Wahyu Saputra)

Di balik kesuksesan seorang anak, tentu orangtua yang penting, karena mereka selalu mendukung, tak hanya segi materi, tapi juga untaian doa yang selalu di panjatkannya

(Candra Wahyu Saputra)



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberkahi perkataan menjadi tulisan. Sebab hanya dengan warisan dokumen, narasi kehidupan dapat ditransformasikan kepada generasi yang lebih lanjut. Tentunya tanpa menghilangkan bentuk kritik dan tambahan ketajaman analisisnya. Lebih dari itu penulis berharap semoga ini menjadi salah satu syukur kepada-Nya. Amin Yaa Robbal ‘alamin.

Banyak hamabatan saat melakukan penelitian sekaligus penyusunan skripsi ini berlangsung. Namun syukur Alhamdulillah, segala berkah, taufik, hidayah dan nikmat-Nya sehingga skripsi ini selesai selesai di kerjakan mulai dari penyusunan sekaligus seminar proposal, penelitian, penulisan laporan, dan bertanggungjawabannya di depan Team penguji, hingga terjilid menjadi sebuah karya tulis. Atas keyakinan penulis karena beberapakali pnulis revisi selalu ada kekurangan. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap pembaca berkenan memberikan teguran, kritik, saran, nasihat serta motivasi demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Drs. Jusuf Harsono, M.Si, selaku Dekan Ilmu Sosial dan Politik
3. Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi.

4. Dra. Niken Lestarini, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Kedua orang Tua yang selalu memberi doa dan dukungan.
6. Semua teman-teman yang selalu ada di setiap perjalanan menempuh kuliah selama ini yang akan selalu saya ingat.

Tidak ada yang penulis bingkiskan sebagai hadiah atas jasa-jasanya selain kata-kata terima kasih dan doa kepada Allah SWT semoga jasa baik bantuan dan peran sertanya mendapat balasan dan pahala yang lebih lagi. Penulis menyadari bahwa apa penulis sajikan dalam laporan seminar proposal ini masih banyak kekurangan, sehingga saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan penulis untuk memperbaiki kekurangan yang ada. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca pada umumnya.

Ponorogo 12 Februari 2018

Penulis

Candra Wahyu Saputra

PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Candra Wahyu Saputra

Alamat : Desa, Ngampel, Kec, Balong, Kab, Ponorogo

No. Indentitas (NIM) : 13240251

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul : Analisis semoetika iklan telkomsel edisi mecahin celengan, pesta blanjapoin telkomsel

Adalah observasi, 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 sesai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang mengangkut ekspetasi kalimat dan desain penulisan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 4 Januari 2018

Yang menyatakan,



Candra Wahyu Saputra

DAFTAR ISI

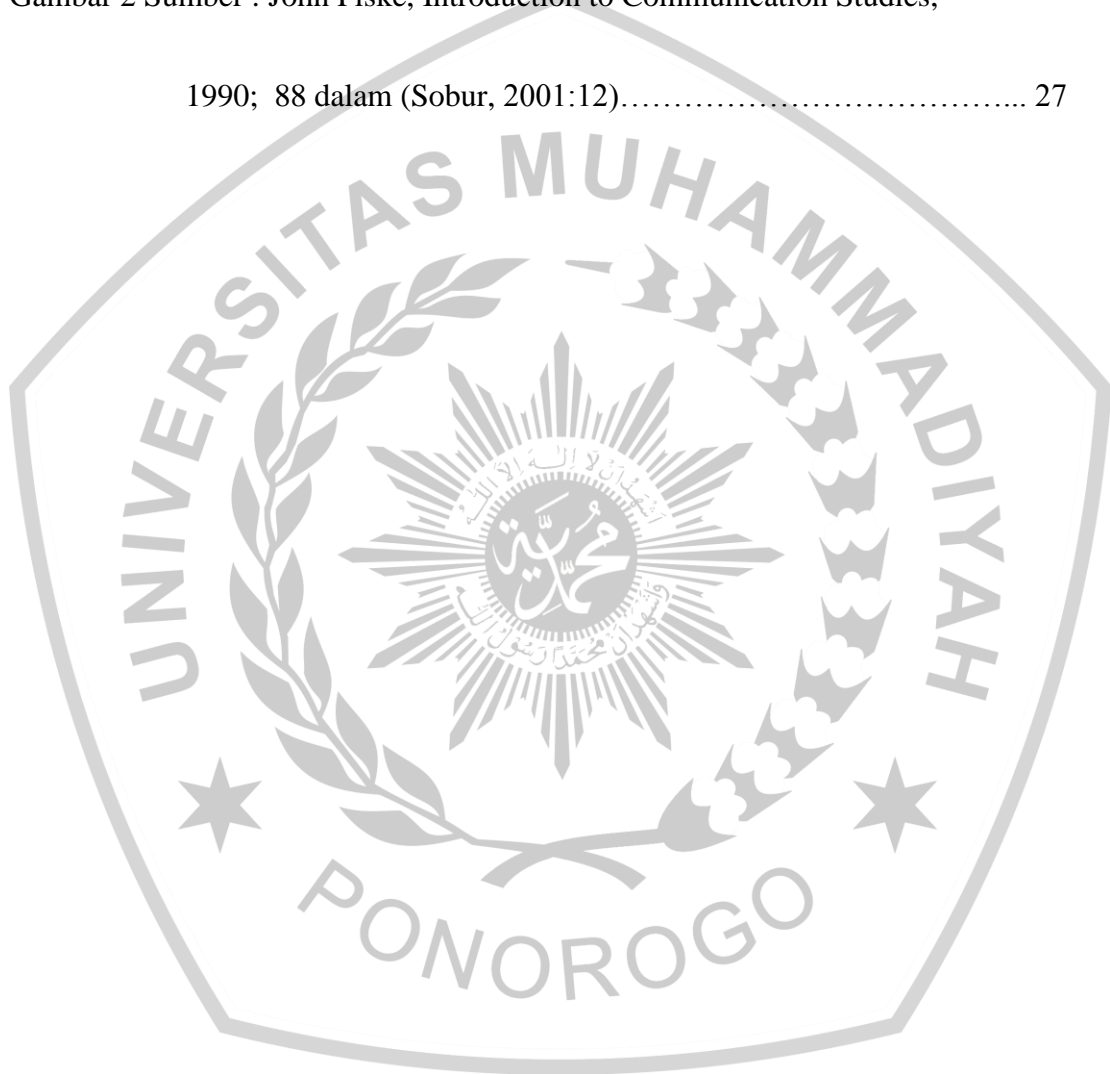
Sampul Judul.....	i
Halaman Judul.....	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iv
Lembar Pengesahan.....	v
Moto.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4

1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 kajian teori.....	6
2.1.1 iklan sebagai media yang efektif dan kreatif.....	6
2.1.2 Fungsi iklan.....	10
2.1.3 jenis-jenis iklan.....	11
2.1.4 Pengertian Semeotika.....	13
2.1.5 Semeotika menurut Roland Barthes (1960-1970).....	13
2.1.6 Anilisis pesan iklan menggunakan pemikiran Barthes.....	14
2.1.7 Semeotika dalam iklan.....	15
2.2 Kerangka Pikir.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Data dan Sumber Data.....	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.4 Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN	27
4.1 Identifikasi Iklan Telkomsel edisi Mecahin Celengan,	
Pesta Blanja Poin Telkomsel	27
4.2 Visualisasi dan deskripsi Iklan Telkomsel edisi Mecahin Celengan,	
Pesta Blanja Poin Telkomsel	43
4.3 Analisis Iklan Telkomsel edisi mecahin celengan,	
pesta blanja poin telkomsel	44
BAB V PENUTUP	45
A. Kesimpulan	46
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48

Daftar Gambar

Gambar 1 Peta Tanda Roland Barthe.....	26
Gambar 2 Sumber : John Fiske, Introduction to Communication Studies, 1990; 88 dalam (Sobur, 2001:12).....	27



Gambar Tabel

Gambar tabel 1.....	35
Gambar tabel 2.....	36
Gambar tabel 3.....	36
Gambar tabel 4.....	37
Gambar tabel 5.....	38
Gambar tabel 6.....	39
Gambar tabel 7.....	40
Gambar tabel 8.....	42
Gambar tabel 9.....	42
Gambar tabel 10.....	43
Gambar tabel 11.....	46
Gambar tabel 12.....	46
Gambar tabel 13.....	48
Gambar tabel 14.....	49
Gambar tabel 15.....	49

ABTRAK

Analisis Semiotika Iklan Telkomsel edisi Mecahin Celengan, Pesta Blanja Poin

Telkomsel

Oleh

CANDRA WAHYU SAPUTRA

NIM : 13240251

Iklan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, di mana setiap saat iklan saling berebut untuk menarik simpati penonton. Televisi sebagai media untuk beriklan terbukti merupakan media komunikasi yang paling efektif dan efisien sebagai media untuk informasi produk dan citra perusahaan. Salah satu perusahaan yang sering menggunakan iklan sebagai sarana pengenalan atau mempublikasikan produk telkomsel Telkomsel juga giat dalam melakukan pemasaran dalam melakukan pemasaran telkomsel menggunakan iklan untuk menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan telkomsel. Penelitian ini bertukjuwan maksud dari iklan mecahin celengan, pesta poin telkomsel dimana maksud dari iklan tersebut menunjukkan bahwa seorang pria yang berkeinginan untuk membeli sebuah sepatu di sebuah aplikasi blanja.com isi dalam dompet yang sedang menipis, akan tetapi hanya ada sebuah celengan yang selama ini slalu menemaninya pria berfikir untuk mecahin celengannya hanya demi sebuah sepatu. Dari hasil temuan dan pembahasan penelitian terkait iklan telkomsel mecahin celengan, pesta poin telkomsel yang diteliti menyimpulkan bahwa: iklan Telkomsel edisi Mecahin Celengan, Pesta Blanja Poin Telkomsel menyimpulkan iklan yang mengajak masyarakat untuk membeli kartu telkomsel dann untuk segera menukarkan poin telkomsel dan bisa langsung menukarkan poinnya untuk membeli barang di blanja.com.

Kata Kunci : Analisis Semeotika dan iklan Telkomsel edisi mecahin celengan, pesta blanja poin poin telkomsel.