

PEMAKNAAN IKLAN TOP COFFEE DI TELEVISI

**(Analisis Semiotika Terhadap Iklan TOP COFFEE versi “Bongkar
Kebiasaan Lama Iwan Fals” Di Media Televisi)**

SKRIPSI



ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN LOGO



PEMAKNAAN IKLAN TOP COFFEE DI TELEVISI

**(Analisis Semiotika Terhadap Iklan TOP COFFEE versi “Bongkar
Kebiasaan Lama Iwan Fals” Di Media Televisi)**

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 :

SAIFUL SHOLICHFUDIN

NIM : 13240293

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh **Saiful Sholichfudin** Nim 13240293 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 23 Februari 2018

Pembimbing I


Avub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN:0725038605

Pembimbing II


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN:0020066503

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Saiful Sholichfudin ini,

Telah dipertahankan didepan penguji


Pada hari : Jumat

Tanggal : 23 Februari 2018

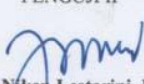
Pukul : 09.00 WIB

DEWAN PENGUJI

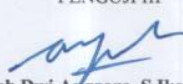
PENGUJI I


Eli Purwati, S.Sos, M.Ikom
NIDN : 0702088201

PENGUJI II


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN:0020066503

PENGUJI III


Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN:0725038605

Mengetahui,

Dekan,



Drs Jusuf Harsono, M.Si
NIK : 19650620 200501 11

MOTTO

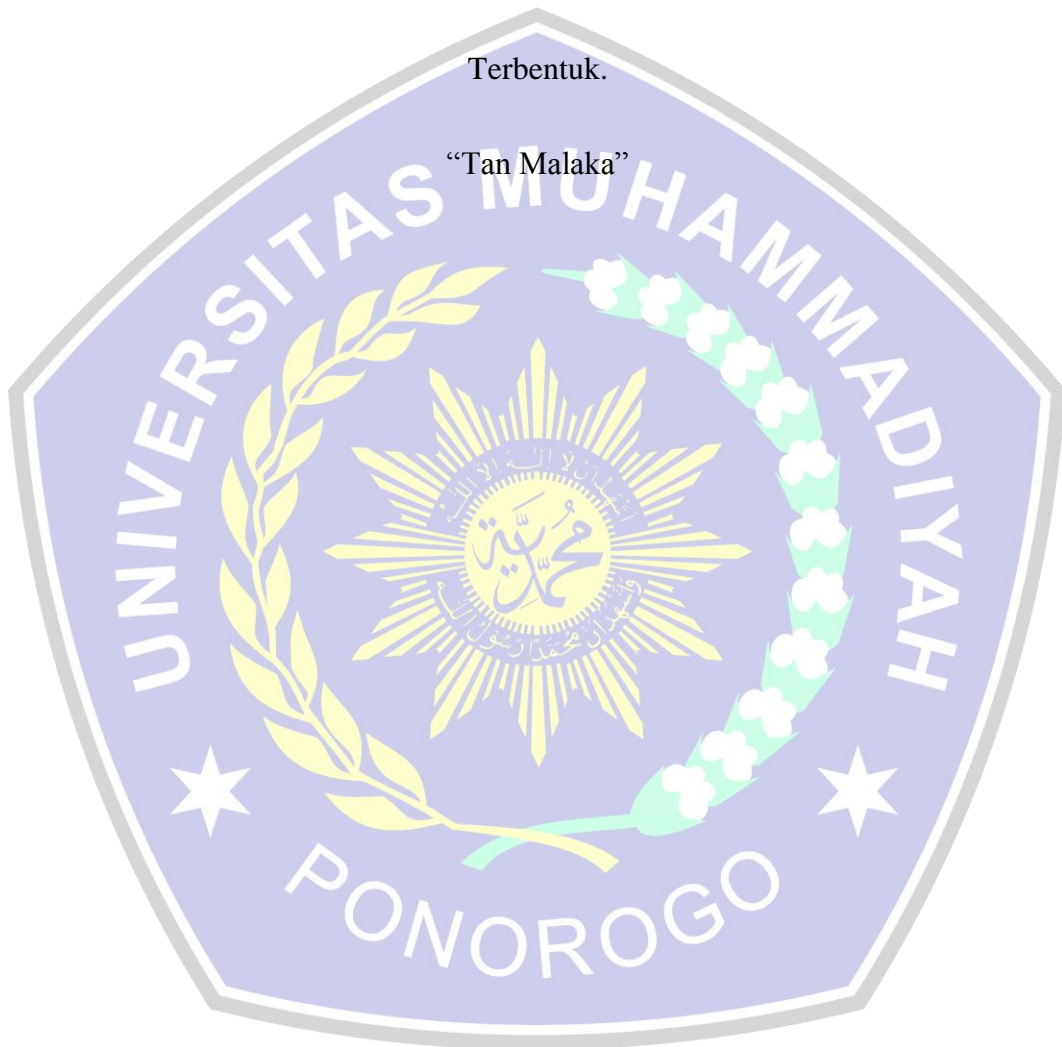
Terbentur,

Terbentur,

Terbentur,

Terbentuk.

“Tan Malaka”



HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini ku Persembahkan

Tak lupa Sujud syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat kekuatan, kesabaran kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tanpa pertolongan dari-MU ini tidak ada apa-apanya semoga ini menjadi langkah awal menuju impian masa depan saya, aamiin.

Ibu Mujianah

Bapak Katimin

Dina Kusun Muallifah

Alfi Rahmawati

Keluarga Links Coffee Shop

Semua sahabat seperjuangan terimakasih atas semua dukungannya.



KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan banyak sekali rahmat serta hidayahnya, hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul **“PEMAKNAAN IKLAN TOP COFFEE DI TELEVISI” (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TOP COFFEE versi Bongkar Kebiasaan Lama Iwan Fals Di Media Televisi)**

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir skripsi ini ialah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan program studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dari penulis, sehingga dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, dan juga saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan banyak sekali terimakasih kepada:

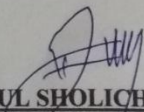
1. Bapak Drs. Jusuf Harsono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberi suntikan semangat tanpa bosan.
4. Seluruh dosen beserta staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

5. Banyak-banyak terimakasih kepada Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan yang luar biasa.
6. Dina Kusun Mualifah, Alfi Rahmawati, Wasis, Saiful terima kasih atas dukungan baik moril maupun materi. Serta keponakanku Wangga, Vredo lelahku hilang saat melihat kenakalan dan senyuman kalian.
7. Kapada sahabat-sahabatku Ilmu Komunikasi angkatan 2013/2014 terimakasih atas segala suka dan dukanya. Khususnya kepada : Heri, Didik, Hakim, Arif, Anwar, Rezaldi dan lain-lain.
8. Sahabat-sahabat ku Rokim, Sari, Okik, Aditya, Ahwan, Diyah, Intan, Aan, Farid, Yudi. Tak Cukup kata untuk berterima kasih kepada kalian, sebuah kisah kalsik untuk masa depan.
9. Terima kasih juga kepada keluarga Links Coffee Shop atas segala dukungannya.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekuarangan, untuk itu penulis masih perlu banyak belajar. Semoga tugas akhir skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak baik penelitik Universitas maupun lembaga yang manjadi objek penelitian, sekian terimakasih atas semua dukungannya.

Ponorogo, Februari 2018

Penulis, 23 Februari 2018


SAIFUL SHOLICHFUDIN
NIM:13240293

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Saiful Sholichfudin

Alamat : Jl. Batoro Katong, Gang:5, No:5, Ponorogo.

No. Identitas (NIM) : 13240293

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“PEMAKNAAN IKLAN TOP COFFEE DI TELEVISI” (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TOP COFFEE versi Bongkar Kebiasaan Lama Iwan Fals Di Media Televisi)

Merupakan hasil dari observasi, pemikiran, serta pemaparan asli yang merupakan karya penulis sendiri. Karya ilmiah ini merupakan karya yang berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap seluruh sumber yang menjadi rujukan karya ilmiah ini yang mana sesuai kaidah akademik yang berlaku, 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.

Ponorogo, 22 februari 2018

METERAI
TEMPEL
#2ACCE#F987183308
6000
ENAM RIBURUPIAH
SAIFUL SHOLICHFUDIN
NIM:13240293

ABSTRAK

JUDUL : **PEMAKNAAN IKLAN TOP COFFEE DI TELEVISI**
(**Analisis Semiotika Terhadap Iklan TOP COFFEE versi**
“Bongkar Kebiasaan Lama Iwan Fals” Di Media Televisi)

NAMA : SAIFUL SHOLICHFUDIN

NIM : 13240293

Penelitian ini berawal dari ketertarikan penulis terhadap penyampaian pesan dalam Iklan yang ditayangkan melalui Televisi seperti Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals. Hal ini terlihat bahwa dalam Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals yang ingin menawarkan produknya dengan tema Bongkar kebiasaan lama yang menekankan dalam suatu perubahan. Penulis menjelaskan masalah yang akan diteliti, dengan rumusan masalah sebagai berikut, Apa Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals dan Apa pesan yang terkandung dalam iklan tersebut. Untuk penelitian ini penulis menggunakan pendekatan Kualitatif dan menggunakan metode analisis semiotik. Analisis semiotik adalah cara untuk menganalisis dan memberikan makna terhadap tanda-tanda atau simbol-simbol. Penulis menggunakan Data primer : data yang diperoleh dari rekaman iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals dalam bentuk video, Data skunder diperoleh dari buku.

Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini menggunakan semiotika model Roland Barthes, objek penelitian ini adalah Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals yang akan mencari makna atas tanda-tanda pada iklan tersebut, sehingga dapat memperoleh makna Denotasi, Konotasi dan Mitos.

Penulis mendapatkan data dari hasil penelitian bahwa merek Top Coffee dalam Iklan versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals yang ditayangkan ditelevisi pada tahun 2012. Ditinjau dari denotasi, konotasi dan mitos. Peneliti mendapatkan hasil bahwa Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals yang diartikan oleh penulis bahwa dengan menggambarkan sosok seniman sejati untuk mengajak masyarakat untuk menikmati hasil produksi dalam negeri yaitu Top Coffee yang telah diproses dengan ketetapan temperatur dan waktu hingga hitungan detik.

ABSTRACT

This study originated from the authors interest in the delivery of messages in Ads that aired via Television such as Top Coffee Ads Unloading old customs Iwan fals. It is seen that in the advertisement Top Coffee Unloading version of Iwan fals old habits that want to offer its products with theme Unloading old habits that emphasize in a change. The author explains the problem to be studied, with the formulation of the problem as follows, What is the Meaning of Denotation, Connotation and Myths on Top Coffee Ads Unloading the old habits of Iwan fals and What messages are contained in the ad. For this study the authors use a qualitative approach and using semiotic analysis method. Semiotic analysis is a way to analyze and give meaning to signs or symbols. The author uses Primary data: data obtained from the Top Coffee recording version Unloading the old habits of Iwan fals in the form of video, Secondary data obtained from the book.

Data analysis used by writer in this research use semiotika model Roland Barthes, this research object is advertisement Top Coffee Unloading version of old habit of Iwan fals that will look for the meaning of the signs on advertisement, so can get meaning Denotasi, Konotasi and Myth.

The authors get data from the results of research that Top Coffee brand in the Ads Unloading version of Iwan fals old habits that aired on television in 2012. Judging from the denotation, connotations and myths. Researchers get the result that Top Coffee Ads Unloading the old habits of Iwan fals is interpreted by the author that by depicting the true artist figure to invite the community to enjoy the results of domestic production of Top Coffee that has been processed with ketemapan temeperatur and time up to seconds.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN KETERANGAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian teori	6

B. Kerangka pikir	18
BAB III METODOLOGO PENELITIAN	20
A. Tempat dan Waktu Penelitian	20
B. Jenis Penelitian.....	20
C. Subjek dan Objek Penelitian	20
D. Sumber Data.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
F. Teknik Analisa Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
A. Deskripsi Produk Top Coffee.....	23
B. Identifikasi Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals	23
C. Visualisasi dan Deskripsi Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan Lama Iwan fals	24
D. Analisis Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan lama Iwan fals ..	41
E. Pesan yang terkandung pada Iklan Top Coffee Bongkar kebiasaan lama Iwan fals	55
BAB V PENTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Tanda Roland Barthes.....	16
Gambar 2 Peta Mitos Roland Barthes.....	17
Gambar 3 Peta Kerangka Pikir	19



DAFTAR TABEL

Gambar Tabel 1 Teknik Pengambilan Gambar.....	10
Gambar Tabel 2 Scene 1 Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan Lama Iwan fals	42
Gambar Tabel 3 Scene 2 Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan Lama Iwan fals	44
Gambar Tabel 4 Scene 3 Iklan Top Coffee versi Bongkar kebiasaan Lama Iwan fals	50

