

# **Analisis Semiotika Hiperrealitas Iklan Toko Online**

**Olx edisi Sudah Belum Menurut Roland Barthes**

SKRIPSI



Oleh:

Agustin Ari Dwijayanti

NIM : 14240306

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

2018



Analisis Semiotika Hiperrealitas Iklan Toko Online

Olx edisi Sudah Belum Menurut Roland Barthes

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:

AGUSTIN ARI DWIJAYANTI

NIM : 14240306



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Agustin Ari Dwijayanti/14240306 ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 6 Agustus 2018

Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom M.Si

NIDN: 0725038605

Pembimbing II



Oki Cahyo N.S.Sn.M.Ikom

NIDN: 0728018304

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Agustin Ari Dwijayanti/14240306 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pada hari : Senin

Tanggal : 30 Juli 2018

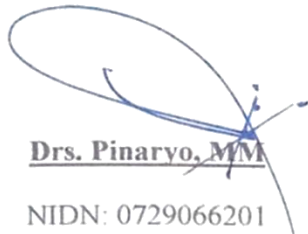
Pukul : 13.00 – 14.00

### DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III

  
Drs. Pinaryo, MM  
NIDN: 0729066201

  
Oki Cahyo N, S.Sn, M.Ikom  
NIDN: 0728018304

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Drs. H. Saif Harsono, M.Si  
NIK. 19620113 198909 12

NIDN: 0713016201

## HALAMAN MOTTO

“Manusia dapat hidup 40 hari tanpa makan, 3 hari tanpa air, dan sekitar 8 menit tanpa udara, tetapi hanya 1 detik jika tanpa harapan”

Kegagalan bukanlah suatu alasan untuk menyerah, hal tersebutlah yang justru membuat kita menjadi lebih kuat. Jadi belajarlah dari kegagalanmu dan susunlah rencana untuk mencapai kesuksesanmu. Tetap kuat dan terus berusaha karena sebuah harapan pasti akan selalu ada.



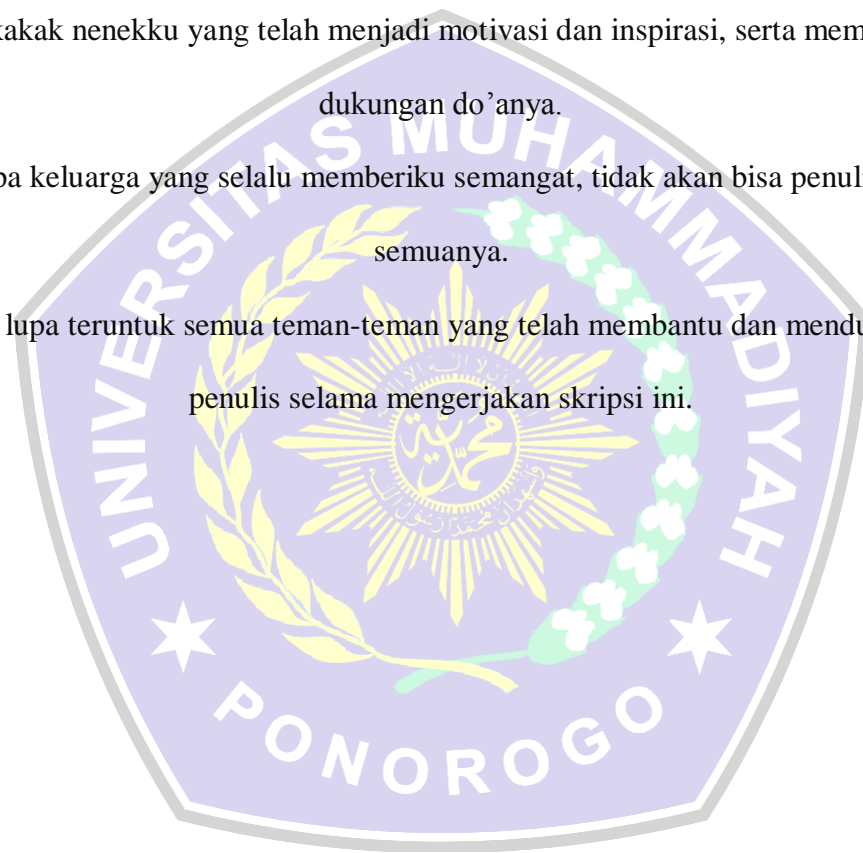
## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan hidayahnya yang telah diberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran untukku dalam mengerjakan skripsi ini.

Aku persembahkan cinta dan sayangku kepada orang tua, kakak, saudara-saudaraku serta kakak nenekku yang telah menjadi motivasi dan inspirasi, serta memberikan dukungan do'anya.

Tanpa keluarga yang selalu memberiku semangat, tidak akan bisa penulis raih semuanya.

Tak lupa teruntuk semua teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis selama mengerjakan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Semiotika Hiperrealitas Iklan Toko Online Olx edisi Sudah Belum Menurut Roland Barthes.”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi strata satu (S1) 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, 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 serta selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan maupun bantuannya.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Kepada kedua orang tua dan kakak tersayang atas do'a restu, didikan dan arahan, dukungan moril dan finansial, serta kesabaran yang diberikan kepada penulis selama ini.



5. Sahabat-sahabat terbaik penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Maymunah, Olga Lailatul Jam'a, Nita Amalia A, Binti Miftahul M, Rizki Laily Rusdiana, Roro Waratisni, Rima Puspitasari, Dessy Agus T, Neneng Fitri W, terima kasih kebersamaan selama ini telah memberikan pengalaman yang luar biasa, semoga suatu saat nanti kita bisa berkumpul bersama lagi.
6. Teman-teman program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2014, terimakasih kalian memberikan begitu banyak keceriaan, kenangan dan motivasi selalu semangat kalian semua. Semoga kita selalu dimudahkan dan menjadi orang yang sukses.

Penulis hanya dapat mendo'akan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 6 Agustus 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Kajian Teori .....	7
1. Pengertian Komunikasi .....	7
2. Media Massa.....	8
3. Media Televisi.....	11
4. Iklan .....	12

5. Pengertian Semiotika.....	13
6. Semiotika Menurut Roland Barthes .....	14
7. Hiperrealitas .....	16
B. Kerangka Pikir.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Subjek Penelitian.....	20
C. Teknik Pengumpulan Data.....	21
D. Teknis Analisis Data.....	22
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	24
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>43</b>
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>46</b>



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Agustin Ari Dwijayanti

Alamat : Ds. Winong RT 03/ RW 02 Kec.Jetis, Kab. Ponorogo,  
Jawa Timur

No.Identitas ( NIM) : 14240306

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Analisis Semiotika Hiperrealitas Iklan Toko Online Olx edisi Sudah  
Belum Menurut Roland Barthes”

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 sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan disain penulisan.

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

Ponorogo , 6 Agustus 2018

Yang menyatakan,



( Agustin Ari Dwijayanti )

## ABSTRAK

### **Analisis Semiotika Hiperrealitas Iklan Toko Online Olx edisi Sudah Belum Menurut Roland Barthes**

**Agustin Ari Dwijayanti**

**12240306**

*Iklan adalah suatu hal yang sering kita jumpai setiap hari pada tayangan televisi. Karena televisi adalah menjadi hiburan utama bagi keluarga di Indonesia sehingga banyak sekali produsen yang memperkenalkan produknya melalui iklan. Dalam iklan di Televisi tak jarang mengandung unsur imajinasi yang sangat kuat, akan tetapi hal tersebut tersamarkan dengan dibenturkannya imajinasi tersebut dengan realita di kehidupan nyata demi lebih meyakinkan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggambaran hiperrealitas yang ada dalam sebuah tayangan iklan di media massa televisi. Iklan yang peneliti ambil sebagai bahan penelitian ialah iklan sebuah toko online yaitu Olx. Dikarenakan dalam tayangan iklan tersebut dianggap memiliki unsur hiperrealitas. Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan peneliti dalam penelitiannya menggunakan metode analisis semiotika hiperrealitas menurut Roland Barthes dikarenakan peneliti beranggapan dengan menggunakan metode tersebut dapat menganalisis dengan jelas dan mampu mendapatkan hasil yang diharapkan. Hasil dari analisis penelitian ini akan menunjukkan penggambaran asli antara realitas dengan yang telah ditayangkan melalui iklan.*

**Keywords : Hyperrealitas, Iklan, Semiotika**