

**SKRIPSI**  
**REPRESENTASI KEHIDUPAN MASYARAKAT PEDESAAN DALAM**  
**IKLAN BUKALAPAK VERSI “BERKAWAN DENGAN ZAMAN”**

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Diajukan oleh :

**Irenia Jastisia**

**18052010023**

Dosen Pembimbing I:

**Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med Kom**

Dosen Pembimbing II:

**Widyasari, S.T., M.T**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**  
**JAWA TIMUR**

**2022**

**SKRIPSI**

**REPRESENTASI KEHIDUPAN MASYARAKAT PEDESAAN DALAM  
IKLAN BUKALAPAK VERSI “BERKAWAN DENGAN ZAMAN”**

**Disusun Oleh:  
IRENIA JASTISIA  
18052010023**

**Telah dipertahankan didepan Tim Penguji  
Pada tanggal 23 Mei 2022**

**Pembimbing I**



**Aditva Rahman Yanti, S.T., M.Med.Kom  
NIP3K. 198109292021211002**

**Pembimbing II**



**Widwasari, S.T., M.T  
NPT. 18219890920075**

**Penguji I**



**Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds  
NIP. 19880428 201803 2001**

**Penguji II**



**Aileena S.C.R.E.C., S.T., M.Ds  
NPT. 182 19870119 076**

**Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)**

**Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain**



**Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P  
NIP. 19631208 199003 2001**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**REPRESENTASI KEHIDUPAN MASYARAKAT PEDESAAN DALAM**  
**IKLAN BUKALAPAK VERSI “BERKAWAN DENGAN ZAMAN”**

**Disusun Oleh:**

**IRENIA JASTISIA**

**18052010023**

**Telah dipertahankan didepan Tim Penguji**

Pada tanggal 23 Mei 2022

Pembimbing I



**Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom**  
**NIP3K. 198109292021211002**

Pembimbing II



**Widyasari, S.T., M.T**  
**NPT. 18219890920075**

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

**Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual**



**Dyan Agustin, S.T., M.T**  
**NIP3K. 19770817 2021 212004**

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irenia Jastisia  
NPM : 18052010023  
Jurusan : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Arsitektur dan Desain  
Judul : Representasi Kehidupan Masyarakat Pedesaan dalam Iklan Bukalapak Versi  
"Berkawan dengan Zaman"

Dengan sebenarnya, peneliti menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian suatu gelar sarjana atau diploma di suatu Universitas lain maupun hasil penelitian lain. Sejauh yang peneliti ketahui, skripsi ini juga tidak mengambil dari publikasi tulisan orang lain, kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 26 Mei 2022

  
  
**Irenia Jastisia**  
18052010023

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Representasi Kehidupan Masyarakat Pedesaan dalam Iklan Bukalapak Versi “Berkawan dengan Zaman”. Dalam kesehariannya, masyarakat desa memiliki nilai-nilai serta pola pikir tersendiri. Namun karena kemudahan mobilitas serta proses globalisasi, nilai-nilai tersebut mulai tergantikan dengan budaya baru (modernisasi) yang berdampak pada berbagai sektor, salah satunya perekonomian desa.

Dalam melakukan riset, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggali gejala-gejala sosial serta mendapatkan pemahaman mendalam tanpa adanya manipulasi. Melalui teori semiotika Roland Barthes, penelitian ini dilakukan untuk menganalisa makna denotasi, konotasi serta mitos dalam iklan Bukalapak Versi “Berkawan dengan Zaman”. Sebagai objek penelitian, iklan tersebut dibagi menjadi 7 *setting* berdasarkan lokasinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat pedesaan mulai memasuki era modern yang terlihat pada simbol-simbol dalam iklan tersebut. Dari segi mata pencaharian, profesi yang dilakukan masyarakat desa semakin serupa dengan masyarakat perkotaan, salah satunya perdagangan. Selain itu terdapat pula fenomena masyarakat desa yang bekerja sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI).

Masyarakat desa digambarkan memiliki ketergantungan terhadap wilayah perkotaan. Mereka menjadikan kehidupan perkotaan menjadi standar kesuksesan sehingga segala hal yang dilakukan masyarakat perkotaan menjadi pedoman bertindak. Namun dilain sisi, adanya pengaruh masyarakat perkotaan juga membawa dampak positif, utamanya dibidang perekonomian desa. Bukalapak hadir untuk mengedukasi masyarakat desa dalam penggunaan teknologi perdagangan digital.

**Kata kunci:** Iklan, Semiotika, Roland Barthes, Modernisasi Pedesaan

## ***ABSTRACT***

*The study was titled Representation of Rural Community Life in the Bukalapak Advertisement Version of "Berkawan dengan Zaman". In his daily life, the village community has its own values and mindset. However due to the ease of mobility as well as the process of globalization, these values have begun to be replaced with a new culture (modernization) that has an impact on various sectors, one of which is the village economy.*

*In conducting research, researchers used qualitative descriptive methods to dig up social symptoms as well as gain deep understanding without any manipulation. Through Roland Barthes's semiotic theory, this study was conducted to analyze the meaning of denotations, connotations as well as myths in the Bukalapak Version of "Berkawan dengan Zaman" advertisement. As an object of research, the advertisement is divided into 7 settings by its location.*

*Research results show that rural people's lives are beginning to enter the modern era seen in symbols in such advertisements. In terms of livelihood, the profession conducted by the village community is becoming more and more similar to that of urban communities, one of which is commerce. In addition, there is also a phenomenon of village communities working as Indonesian Labour (TKI).*

*Village communities are described as having dependence on urban areas. They make urban life the standard of success as to everything urban people do into action guidelines. However, on the side, the influence of urban communities also has a positive impact, especially in the village economy. Bukalapak was present to circulate the village community in pengthe technology of digital commerce.*

***Keywords:*** Advertising, Semiotics, Roland Barthes, Rural Modernization

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Representasi Kehidupan Masyarakat Pedesaan dalam Iklan Bukalapak Versi “Berkawan dengan Zaman””. Adapun penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan dukungan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Widyasari, S.T., M.T selaku dosen pembimbing II atas segala bimbingan dan sarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada seluruh dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang membantu serta mendidik penulis sehingga mampu menyelesaikan kuliah.
5. Kepada segenap keluarga melalui doa dan dukungan baik lahir, batin maupun finansial.
6. Intan Rachmawati Alif Dhea Prawita yang telah memberikan semangat serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Nerissa Arviana, Fadhilah Gatya Putri, dan Amelia Nur Azizah selaku sahabat penulis yang memberikan dukungan motivasi.
8. Bapak Rajif Jihan Muflihun yang memberikan motivasi, semangat serta dorongan kepada penulis baik dalam hal magang maupun penyelesaian skripsi.
9. Bapak Nugroho Bayu Saputro yang telah memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan magang serta skripsi.
10. Brama Dwi Mahendra yang telah memberikan dukungan berupa alat penunjang sehingga proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
11. Semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Kepada mereka semua, penulis tidak dapat memberikan balasan yang setimpal, melainkan hanya ucapan terimakasih dan permohonan maaf. Semoga Tuhan Yang Maha Esa

membalas jerih payah serta pengorbanan yang telah diberikan. Penulis juga berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 25 Mei 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	7
2.1. Tinjauan Iklan .....	7
2.2. Teori Strukturalis Tanda .....	10
2.3. Budaya dan Wujudnya.....	10
2.4. Visual Image sebagai Visual Culture.....	12
2.5. Area Penelitian Visual .....	13
2.6. Semiologi Roland Barthes .....	14
2.7. Sistem Pertandaan Pada Visual Image.....	15
2.8. Kehidupan Masyarakat Pedesaan .....	16
2.9. Kerangka Berpikir.....	24
2.10. Aspek Pembentuk Tanda .....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	26
3.1. Jenis Penelitian .....	26
3.2. Sasaran Penelitian .....	26
3.3. Unit Analisis .....	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5. Teknik Analisis Data .....	44
BAB IV OBJEK PENELITIAN .....	47
4.1 Iklan Bukalapak Versi “Berkawan dengan Zaman” .....	47
4.2 Deskripsi Objek Penelitian .....	47

4.3	Video Iklan Bukalapak Versi “Berkawan dengan Zaman” .....	47
4.4	Ringkasan Cerita Iklan.....	47
4.5	Unsur-unsur Pokok Penelitian Iklan Bukalapak Versi “Berkawan dengan Zaman”	48
BAB V MATERI DAN TEMUAN DATA .....		59
BAB VI PEMBAHASAN .....		84
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....		88
7.1.	Kesimpulan .....	88
7.2.	Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsep Semiotika Roland Barthes .....	4
Gambar 2. 1 Contoh Iklan Startegis.....	7
Gambar 2. 2 Contoh Iklan Taktis.....	8
Gambar 2. 3 Contoh Corporate Advertising .....	8
Gambar 2. 4 Contoh Public Service Advertising.....	9
Gambar 2. 5 Contoh Social-Commercial Advertising.....	9
Gambar 2. 6 Area penelitian visual Gillian Rose .....	13
Gambar 2. 7 Konsep Semiotika Roland Barthes .....	14
Gambar 2. 8 Masyarakat Pedesaan .....	17
Gambar 2. 9 Petani di Pedesaan.....	19
Gambar 2. 10 Potret Kehidupan Masyarakat Pedesaan Modern .....	22
Gambar 2. 11 Kasus Tenaga Kerja Wanita (TKW) yang Hilang .....	23
Gambar 2. 12 Kerangka Berpikir.....	25
Gambar 3. 1 Roda Warna.....	27
Gambar 3. 2 Contoh Iklan.....	28
Gambar 3. 3 Contoh Iklan Minimalis .....	29
Gambar 3. 4 Penggunaan Warna yang Sama dengan Kompetitor.....	29
Gambar 3. 5 Kemasan Sayuran yang Unik.....	30
Gambar 3. 6 Contoh Iklan Sederhana .....	31
Gambar 3. 7 History Perusahaan .....	31
Gambar 3. 8 Contoh frog eye.....	33
Gambar 3. 9 Contoh low angle .....	33
Gambar 3. 10 Contoh eye level .....	34
Gambar 3. 11 Contoh high angle .....	34
Gambar 3. 12 Contoh bird eye.....	35
Gambar 3. 13 Contoh slanted .....	35
Gambar 3. 14 Contoh over shoulder .....	36
Gambar 3. 15 Contoh Extreme Long Shot (ELS).....	36
Gambar 3. 16 Contoh Very Long Shot (VLS).....	37
Gambar 3. 17 Contoh Long Shot (LS).....	37
Gambar 3. 18 Contoh Medium Long Shot (MLS).....	38
Gambar 3. 19 Contoh Medium Shot (MS) .....	38
Gambar 3. 20 Contoh Middle Close Up (MCU) .....	39

Gambar 3. 21 Contoh Close Up.....	39
Gambar 3. 22 Contoh Big Close Up (BCU) .....	40
Gambar 3. 23 Contoh Extreme Close Up (ECU).....	40
Gambar 3. 24 Contoh Teknik Pengambilan Gambar.....	41
Gambar 3. 25 Contoh Cab/Truck.....	41
Gambar 3. 26 Contoh Swing.....	41
Gambar 3. 27 Contoh Zoom In/Zoom Out .....	42
Gambar 3. 28 Contoh Pan Left/ Pan Right .....	42
Gambar 3. 29 Contoh Tilt Up dan Tilt Down.....	43
Gambar 3. 30 Konsep Semiotika Roland Barthes .....	44
Gambar 4. 1 Contoh warna sebagai aspek visual pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	49
Gambar 4. 2 Contoh ukuran sebagai aspek visual pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	50
Gambar 4. 3 Contoh ruang sebagai aspek visual pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	51
Gambar 4. 4 Contoh kontras sebagai aspek visual pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	52
Gambar 4. 5 Contoh frog eye sebagai aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	53
Gambar 4. 6 Contoh low angle aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	53
Gambar 4. 7 Contoh eye level aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	54
Gambar 4. 8 Contoh high angle aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	54
Gambar 4. 9 Contoh bird eye aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	55
Gambar 4. 10 Contoh over shoulder aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	55
Gambar 4. 11 Contoh Medium Shot (MS) aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	55
Gambar 4. 12 Contoh middle close up aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	56
Gambar 4. 13 Contoh close up aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	56
Gambar 4. 14 Contoh big close up aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini .....	57

Gambar 4. 15 Contoh Full Shoot (FS) aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	57
Gambar 4. 16 Contoh Long Shoot (LS) aspek teknis pembentuk tanda yang akan dibahas dalam penelitian ini.....	58
Gambar 4. 17 Budaya tegur sapa yang ada di kalangan masyarakat.....	58
Gambar 5. 1 Setting 1 .....	59
Gambar 5. 2 Setting 2 .....	59
Gambar 5. 3 Setting 3 .....	60
Gambar 5. 4 Setting 4 .....	61
Gambar 5. 5 Setting 5 .....	61
Gambar 5. 6 Setting 6 .....	62
Gambar 5. 7 Setting 7 .....	63
Gambar 5. 8 Setting 1 .....	63
Gambar 5. 9 Setting 2 .....	66
Gambar 5. 10 Setting 3 .....	68
Gambar 5. 11 Contoh mudik masyarakat desa .....	70
Gambar 5. 12 Setting 4 .....	72
Gambar 5. 13 Setting 5 .....	76
Gambar 5. 14 Setting 6 .....	79
Gambar 5. 15 Setting 7 .....	82