

PEMAKNAAN IKLAN L.A LIGHTS VERSI BILLIARD

(Studi Semiotika Pemaknaan Terhadap Iklan LA Lights versi Billiard)

SKRIPSI



Oleh :

JAY ARYASENA ROIS

NPM. 1543010166

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2020

PEMAKNAAN IKLAN L.A LIGHTS VERSI BILLIARD

(STUDI SEMIOTIKA PEMAKNAAN TERHADAP IKLAN LA LIGHTS VERSI BILLIARD)

Disusun Oleh :

Jay Aryasena Rois

NPM. 1543010166

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Drs. Kusnarto, M.Si

NIP. 195808011984021001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP.195907011987031001

**"PEMAKNAAN IKLAN L.A LIGHTS VERSI BILLIARD
(Studi Semiotika Pemaknaan Terhadap Iklan La Lights versi Billiard)**

Oleh:

Jay Aryasena Rois

NPM. 1543010166

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 30 Desember 2019

Pembimbing Utama



Drs. Kusnarto, M.Si

NIP. 195808011984021001

Tim Penguji:

1. Ketua



Dr. Yuli Candrasari, S.Sos. M.Si

NPT. 3 7401 99 0171

2. Sekretaris



Dra. Sumardijjati, M.Si

NIP. 19620323 199309 2001

3. Anggota



Drs. Kusnarto, M.Si

NIP. 195808011984021001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

**PEMAKNAAN IKLAN L.A LIGHTS VERSI BILLIARD
(STUDI SEMIOTIKA PEMAKNAAN TERHADAP IKLAN L.A LIGHTS VERSI
BILLIARD)**

Jay Aryasena Rois

NPM. 1543010166

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang cepat, telah mengubah cara pandang seseorang dalam mencari dan menerima sebuah informasi. Dahulu kita hanya mengenal media cetak sebagai sarana penyebaran informasi, namun pada zaman modern ini peran itu telah mulai tergantikan dengan adanya media elektronik yang lebih efisien dalam hal waktu, kualitas, dan kuantitas informasi yang dapat dikirimkan. globalisasi informasi dan komunikasi setiap media massa, membawa sebuah efek sosial yang mengandung perubahan-perubahan nilai sosial dan budaya manusia. Lunturnya nilai – nilai Pancasila dalam setiap individu mengakibatkan bangsa ini semakin mudah untuk terpecah. Ketegangan di daerah perbatasan yang membuat kedaulatan negara mulai terganggu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemaknaan Iklan LA Lights versi Billiard di Televisi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika dan tanda-tanda semiotika mengenai hal – hal yang berkaitan dengan level realitas, level representasi dan level ideologi yang merupakan bagian dari kode – kode televisi John Fiske. Data penelitian didapat melalui adegan pada setiap scene yang kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana pemaknaan persatuan pada Iklan L.A Lights versi Billiard di Televisi.

Kata Kunci: Pemaknaan, persatuan, isu, globalisasi, pancasila

Abstract

The rapid development of information technology, has changed the way people look at finding and receiving information. Previously we only knew print media as a means of disseminating information, but in modern times that role has begun to be replaced by the presence of electronic media that are more efficient in terms of time, quality, and quantity of information that can be sent. the globalization of information and communication in every mass media, brings a social effect that contains changes in social values and human culture. The fading of the values of Pancasila in each individual makes this nation more easily divided. Tensions in the border areas that make the country's sovereignty began to be disrupted. The purpose of this research is to find out the meaning of Billiard's LA Lights Advertisement on Television.

This research uses qualitative research methods using semiotics analysis and semiotic signs of matters relating to the level of reality, the level of representation and the level of ideology that is part of the Code television John Fiske. The research Data was obtained through scenes in each scene which were later analyzed using the semiotic analysis of John Fiske. The results of this study showed how the unification of unity in the ad Lights version of Billiard on television.

Keywords: The usage, unity, issue, globalization, Pancasila

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kasih karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PEMAKNAAN IKLAN L.A LIGHTS VERSI BILLIARD (*Studi Semiotika Pemaknaan Terhadap Iklan LA Lights versi Billiard*)”**

Pelaksanaan perencanaan penelitian penulis mengambil subjek penelitian yaitu analisa semiotika peneliti oleh unsur pemaknaan dalam iklan televisi LA Lights versi billiard. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selesainya penelitian hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari Bapak Drs. Kusnarto, M.Si yang dengan segala perhatian dan kesabaran mampu untuk meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs.Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari,M.Si selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Drs.Kusnarto,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing penulis.
4. Kedua orang tua beserta kakak dan adik saya yang telah sabar dan mendukung penuh penulis menyelesaikan skripsi ini.

5. My Support Sistem Commers 2015 yang selalu kompak mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 25 Juni 2019

Jay Aryasena Rois

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.1 Manfaat Paraktis.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Media Massa.....	13
2.2.2 Iklan.....	14
2.2.3 Iklan Televisi.....	15
2.2.4 Televisi Sebagai Media Iklan.....	16
2.2.5 Komponen Iklan Televisi.....	19
2.2.6 Pemaknaan.....	20
2.2.6.1 Pemaknaan Dalam Iklan.....	23
2.2.6.2 Pemaknaan Bentuk Segitiga.....	23
2.2.6.3 Pemaknaan Bentuk Lingkaran.....	24

2.2.7 Persatuan.....	24
2.2.7.1 Konsep Persatuan Dalam UUD 1945.....	24
2.2.8 Psikologi Warna.....	26
2.2.9 Isu.....	32
2.2.10 Semiotika.....	32
2.2.11 Model Semiotika John Fiske	34
2.2.12 Ideologi.....	41
2.3 Kerangka Berpikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Definisi Konseptual.....	45
3.2.1 Persatuan.....	45
3.3 Corpus Penelitian.....	45
3.4 Unit Analisis.....	48
3.5 Jenis Sumber Data.....	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.1 Tahun-tahun Awal.....	58
4.1.2 Djarum Saat Ini.....	59
4.2 Penyajian dan Analisis Data.....	61
4.2.1 Penyajian Data.....	61
4.2.2 Analisis Data.....	66

4.3 Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Stuart Hall's Model Of Encoding/Decoding.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 3.1 Scene 1.....	46
Gambar 3.2 Scene 2.....	46
Gambar 3.3 Scene 3.....	47
Gambar 3.4 Scene 4.....	48