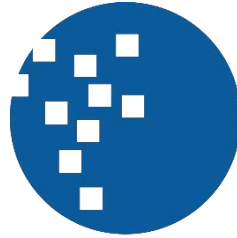


**KONSTRUKSI MAKNA *SUSTAINABLE LIVING* PADA  
IKLAN THE BODY SHOP**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

SKRIPSI

**Vivian Kristin Chiputri**

**00000042794**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**KONSTRUKSI MAKNA *SUSTAINABLE LIVING* PADA  
IKLAN THE BODY SHOP**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Vivian Kristin Chiputri**

**00000042794**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vivian Kristin Chiputri

NIM : 00000042794

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

**KONSTRUKSI MAKNA *SUSTAINABLE LIVING* PADA IKLAN  
THE BODY SHOP**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Mei 2024



*Vchi*

Vivian Kristin Chiputri

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **KONSTRUKSI MAKNA SUSTAINABLE LIVING PADA IKLAN THE BODY SHOP**

Oleh

Nama : Vivian Kristin Chiputri  
NIM : 00000042794  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Mei 2024  
Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 030478404



Angga Ariestya, S.Sos, M.Si  
NIDN 31148505

Pembimbing

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., MA.  
NIDN 0320109004  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 030478404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vivian Kristin Chiputri  
NIM : 00000042794  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : KONSTRUKSI MAKNA *SUSTAINABLE LIVING*  
PADA IKLAN THE BODY SHOP

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 16 Mei 2024



Vivian Kristin Chiputri

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan hormat kepada Tuhan saya, Yesus Kristus, atas penyertaan dan rahmatnya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi saya dengan judul “Analisis Pesan dan Makna Lingkungan dalam Pemasaran Hijau: Analisis Semiotika Pada Iklan The Body Shop” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana jurusan Ilmu Komunikasi. Saya merasakan ketulusan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., sebagai dosen pembimbing yang telah dengan sabar dalam membimbing skripsi saya. Terima kasih sudah memberikan dukungan, dan bimbingan yang luar biasa hingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan terbaik dalam berbagai bentuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Stephanie Anglysa dan Sylvana Jerica serta teman-teman lainnya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat membawa dampak positif bagi para pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Tangerang, 16 Mei 2024



Vivian Kristin Chiputri

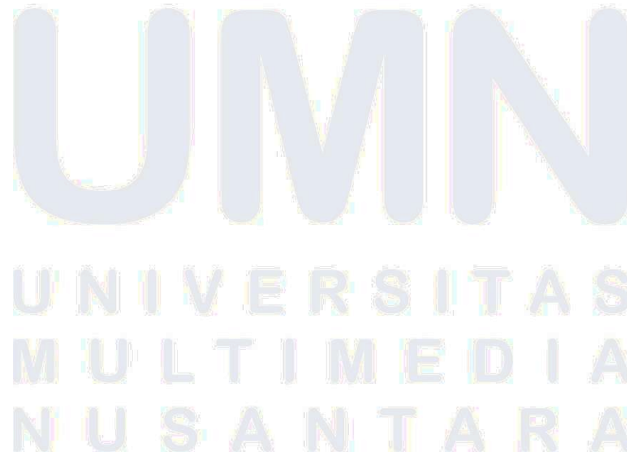
# KONSTRUKSI MAKNA *SUSTAINABLE LIVING* PADA IKLAN THE BODY SHOP

Vivian Kristin Chiputri

## ABSTRAK

Kesadaran akan keberlanjutan menjadi preferensi konsumen dan beberapa tahun terakhir, kepentingan dalam menjaga lingkungan semakin meningkat. Beberapa perusahaan menggunakan pemasaran green untuk mempertahankan relevansi mereka di tengah pasar yang semakin sadar akan isu-isu lingkungan, salah satunya contohnya adalah penggunaan label hijau pada suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi konstruksi makna *sustainable living* melalui iklan The Body Shop dengan fokus pada video “Wujudkan *Sustainable Living* untuk Bumi yang Lebih Hijau #KerenTanpaNyampah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan ini secara efektif mempromosikan produk ramah lingkungan, mengedukasi masyarakat mengenai isu lingkungan dan menyoroti komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Akan tetapi, juga mengungkapkan potensi adanya fenomena konsumerisme dan praktik *greenwashing*.

**Kata kunci:** *Sustainable Living*, Semiotika Roland Barthes, The Body Shop



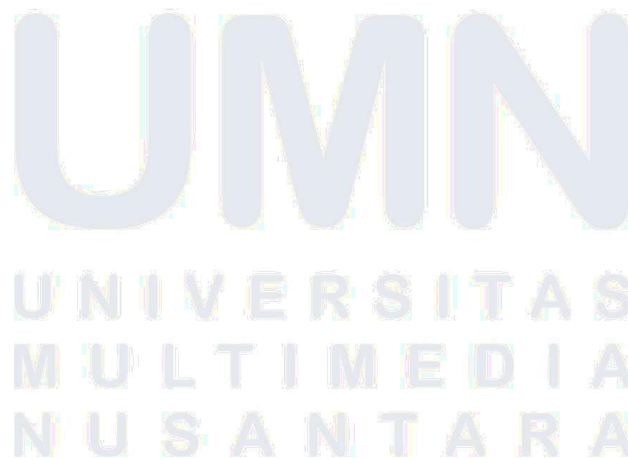
# **CONSTRUCTION OF SUSTAINABLE LIVING MEANING IN THE BODY SHOP ADVERTISEMENT**

Vivian Kristin Chiputri

## **ABSTRACT**

*Awareness of sustainability has become a consumer preference, and in recent years, the importance of environmental conservation has increased. Some companies utilize green marketing to maintain their relevance in a market increasingly conscious of environmental issues, one example being the use of green labels on products. This research aims to explore the construction of meaning regarding sustainable living through The Body Shop advertisements, specifically focusing on the video "Wujudkan Sustainable Living untuk Bumi yang Lebih Hijau #KerenTanpaNyampah". The research methodology employed is descriptive qualitative with semiotic analysis according to Roland Barthes. The research findings indicate that the advertisement effectively promotes eco-friendly products, educates the public about environmental issues, and highlights the company's commitment to sustainability. However, it also reveals the potential presence of consumerism phenomena and greenwashing practices.*

**Keywords:** *Sustainable Living, Roland Barthes' semiotics, The Body Shop*

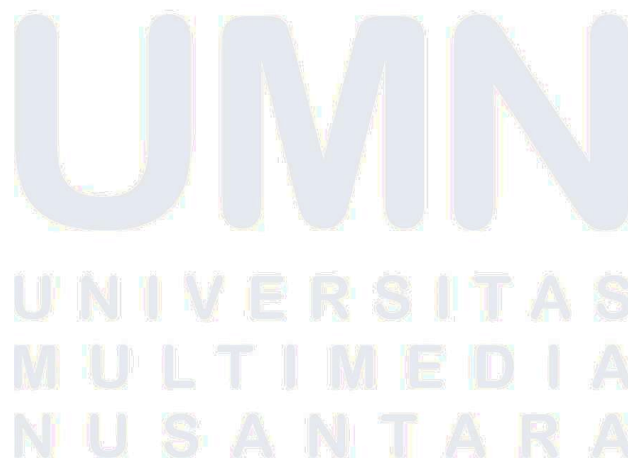




## DAFTAR ISI

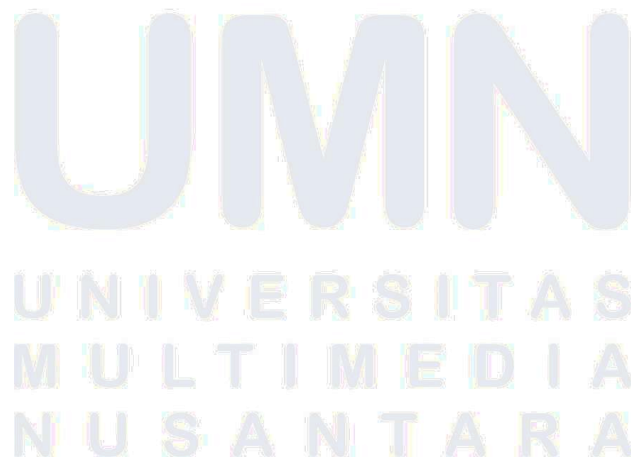
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	7
1.5.2 Kegunaan Sosial .....	7
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA KONSEP .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Konsep .....	21
2.3 Alur Penelitian .....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35
3.1 Paradigma Penelitian .....	35
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	36
3.3 Metode Penelitian .....	36
3.4 Unit Analisis .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37

3.6	Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.2	Hasil Penelitian .....	50
4.3	Pembahasan .....	78
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>84</b>
5.1	Kesimpulan .....	84
5.2	Saran .....	85
5.2.1	Saran Akademis .....	85
5.2.2	Saran Praktis .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>92</b>



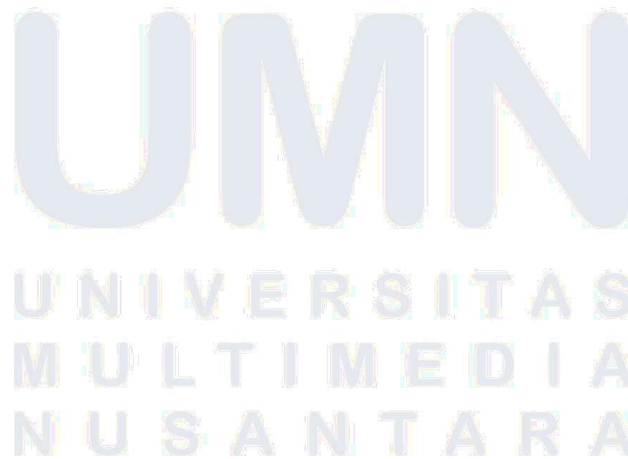
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2.2 Peta Tanda Roland Barthes .....	32
Tabel 3.1 Peta Semiotika Roland Barthes .....	39
Tabel 3.2 Teknik Pengambilan Gambar ( <i>Shot Size</i> ) .....	40
Tabel 3.3 Teknik Sudut Pengambilan Gambar .....	42
Tabel 4.1 Skrip Video The Body Shop .....	46
Tabel 4.2.1 Iqbaal Ramadhan Berbicara Mengenai Permasalahan Sampah .....	51
Tabel 4.2.2 Seorang Musisi Berbicara Mengenai Sampah Plastik .....	57
Tabel 4.2.3 Sosok Perempuan Pegiat Lingkungan dari GIDKP .....	60
Tabel 4.2.4 Mikroplastik Berada dalam Tubuh Manusia .....	66
Tabel 4.2.5 Solusi Permasalahan Sampah Plastik .....	71
Tabel 4.2.6 Ajakan Keren Tanpa Nyampah .....	76



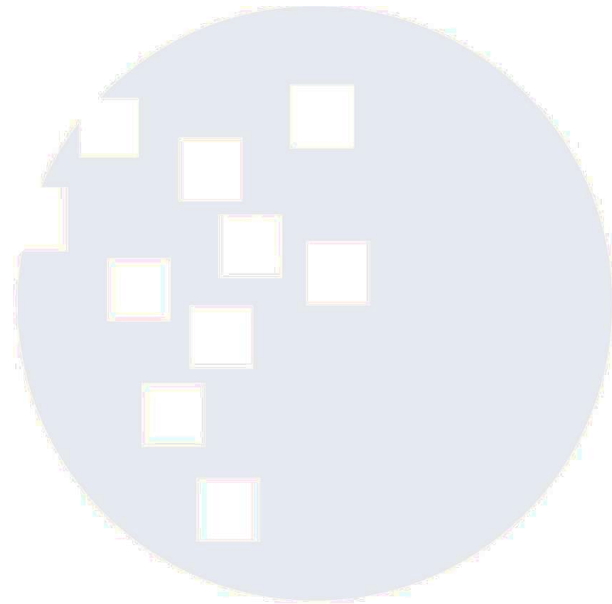
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Offline Store</i> The Body Shop .....	3
Gambar 1.2 Cuplikan Iklan Youtube .....	5
Gambar 2.1 Jumlah Pengguna Youtube di Indonesia .....	29
Gambar 2.2 Signifikasi dan Mitos Roland Barthes.....	33
Gambar 2.3 Alur Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 4.1.1.1 Logo The Body Shop .....	45
Gambar 4.1.1.2 Media Sosial The Body Shop Indonesia .....	45
Gambar 4.1.2.1 <i>Thumbnail</i> Video The Body Shop.....	46



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Hasil Pemeriksaan Plagiasi (Turnitin) ..... 92  
Lampiran B Form Bimbingan Skripsi..... 93



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA