

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN LIFEBOUY
“AKAR KUAT DI BULAN SUCI” (ANALISIS SEMIOTIKA
ROLAND BARTHES)**



SKRIPSI

FANNY FADHILAH USMAN

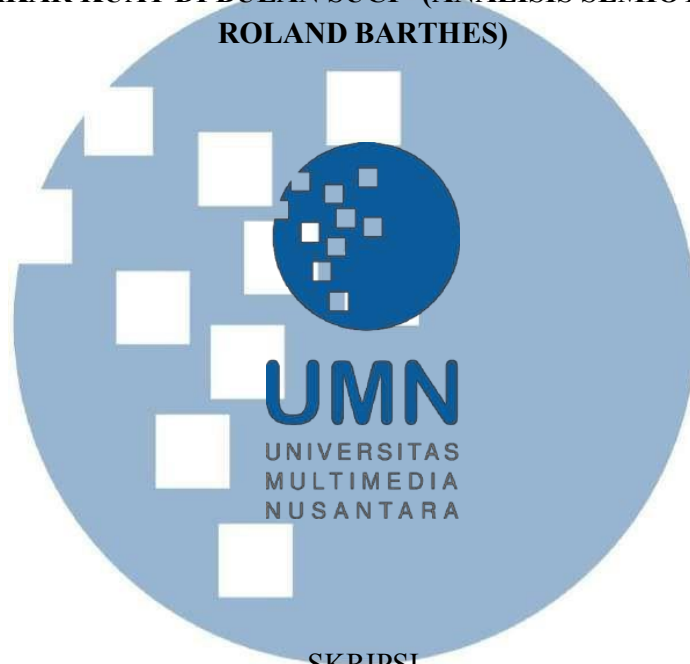
00000047930

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

TANGERANG

2024

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN LIFEBOUY
“AKAR KUAT DI BULAN SUCI” (ANALISIS SEMIOTIKA
ROLAND BARTHES)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

FANNY FADHILAH USMAN

00000047930

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fanny Fadhilah Usman

Nomor Induk Mahasiswa 00000047930

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN LIFEBOUY
“AKAR KUAT DI BULAN SUCI” (ANALISIS SEMIOTIKA
ROLAND BARTHES)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di 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, 31 Mei 2024

UNIVERS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Fanny Fadhilah Usman)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul


REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN LIFEBOUY “AKAR KUAT DI BULAN SUCI” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Oleh

Nama : Fanny Fadhilah Usman
NIM : 00000047930
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dian
Nuranindya,
S.E., M.Si.
2024.06.26
22:06:08
+07'00'

Dian Nuranindya, S.E., M.Si. -
NIDN 0314128502

Penguji


Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si.
NIDN 0320079201

Pembimbing



Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom
NIDN 0304039001

Digitally signed
by Fakhriy
Dinansyah
Date: 2024.06.27
09:13:11 +07'00'

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.28
16:06:40 +07'00'

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fanny Fadhilah Usman
NIM : 0000047930
Program Studi : Strategi Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Representasi Perempuan Dalam Iklan
Produk Lifebuoy “Akar Kuat di Bulan Suci”
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

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.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)*.

Tangerang, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Fanny Fadhilah Usman)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN LIFEBOUY “AKAR KUAT DI BULAN SUCI” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Strategi Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yaitu Ayah Idham Chalid Iwantoro, Bunda Duri Damayanti, Mama Victoria Vice Dina Hangin, Ayah Kuspranoto, dan Adik-adik saya Virny, Chila, Radit, Tata dan Tera yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan moral baik fisik dan mental, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kemudian terima kasih banyak untuk diri saya sendiri yang sudah selalu berusaha untuk tidak menyerah dalam menjalani kehidupan hingga saat ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Fanny Fadhillah Usman)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

REPRESENTASI MAKNA IBU DALAM IKLAN STORYTELLING PRODUK LIFEBOUY “AKAR KUAT DI BULAN SUCI” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Fanny Fadhilah Usman

ABSTRAK

Iklan bergaya *storytelling* dinilai cepat masuk dalam ingatan dan jangkauan audiens karena manusia mudah terhubung melalui sebuah cerita. PT Unilever Indonesia Tbk menggunakan iklan berbasis *storytelling* dengan produk Lifebuoy Shampoo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda-tanda dalam iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” membentuk representasi perempuan dilihat dari perspektif semiotika Roland Barthes. Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik semiotika Roland Barthes. Subjek penelitian ini adalah iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” dengan objek penelitian berupa tanda-tanda dalam iklan berbentuk potongan bentuk visual, pesan verbal dan pesan non verbal dalam setiap adegan dalam iklan. Data sekunder juga digunakan untuk mendukung penelitian yang berasal dari buku, jurnal, dan *website*. Hasil penelitian dengan 5 kode pembacaan Roland Barthes ditemukan berbagai tanda yang memiliki makna yang berkaitan dengan representasi perempuan yang menunjukkan bahwa sosok perempuan sebagai ibu menjadi sosok yang sangat penting di dalam kehidupan karena dapat menginspirasi dan memberikan semangat bagi anak-anaknya.

Kata kunci: Iklan Akar Kuat Di Bulan Suci, Roland Barthes, Semiotika

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**REPRESENTATION OF MOTHERHOOD IN
STORYTELLING ADVERTISEMENT OF LIFEBOUY
PRODUCT "STRONG ROOTS IN HOLY MONTH" (ROLAND
BARTHES SEMIOTIC ANALYSIS)**

Fanny Fadhilah Usman

ABSTRACT

Storytelling-style advertising is considered to quickly enter the memory and reach of the audience because humans easily connect through a story. PT Unilever Indonesia Tbk uses storytelling-based advertising with Lifebuoy Shampoo products. The purpose of this research is to find out the signs in the advertisement "Strong Roots in the Holy Month" forming a representation of women seen from the semiotic perspective of Roland Barthes. The research method used descriptive qualitative method using Roland Barthes semiotic technique. The subject of this research is the advertisement "Strong Roots in the Holy Month" with the object of research in the form of signs in the form of pieces of visual forms, verbal messages and non-verbal messages in each scene in the advertisement. Secondary data is also used to support the research which comes from books, journals, and websites. The results of the research with 5 Roland Barthes reading codes found various signs that have meanings related to the representation of women which show that the figure of women as mothers is a very important figure in life because it can inspire and encourage their children.

Keyword : Advertising "Akar Kuat Di Bulan Suci", Roland Barthes, Semiotic

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 8 |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis..... | 8 |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis..... | 9 |
| 1.5.3 Kegunaan Sosial..... | 9 |
| 1.5.4 Keterbatasan Penelitian..... | 9 |
| BAB II KERANGKA TEORI..... | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Teori dan Konsep..... | 16 |
| 2.2.1 Iklan..... | 16 |
| 2.2.2 Representasi | 18 |
| 2.2.3 Gender | 19 |
| 2.2.4 Perempuan..... | 19 |
| 2.2.5 Semiotika | 20 |
| 2.2.6 Semiotika Roland Barthes..... | 21 |
| 2.3 Alur Penelitian..... | 23 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 25 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 25 |
| 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian..... | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3 Metode Penelitian | 27 |
| 3.4 Unit Analisis..... | 29 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data | 39 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 40 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 4.1 Subjek dan Objek Penelitian | 43 |
| 4.1.1 Tokoh dalam Iklan “Akar Kuat di Bulan Suci” | 43 |
| 4.1.2 Sinopsis Iklan “Akar Kuat di Bulan Suci” | 44 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 46 |
| 4.2.1 Potongan Adegan dalam iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” | 47 |
| 4.2.1.1 Kajian Sigmatik dalam iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” | 52 |
| 4.2.1.2 Kajian Paradigmatik dalam iklan “Akar Kuat Di Bulan Suci” | 62 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 78 |
| 5.1 Simpulan | 78 |
| 5.2 Saran | 79 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 79 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |
| LAMPIRAN | 84 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| Tabel 3.1 Sudut Pengambilan Gambar..... | 32 |
| Tabel 3.2 Teknik Pengambilan Gambar..... | 34 |
| Tabel 3.3 Bahan Penelitian berupa potongan adegan iklan..... | 35 |
| Tabel 4.1 Tokoh dalam Iklan Lifebuoy “Akar Kuat di Bulan Suci”..... | 50 |
| Tabel 4.2 Potongan adegan dalam Iklan Lifebuoy “Akar Kuat di Bulan Suci”..... | 56 |
| Tabel 4.3 Tabel Pembuka..... | 59 |
| Tabel 4.4 Tabel Isi..... | 59 |
| Tabel 4.5 Tabel Penutup..... | 59 |
| Tabel 4.6 Makna Konotasi Iklan “Akar Kuat di Bulan Suci”..... | 60 |



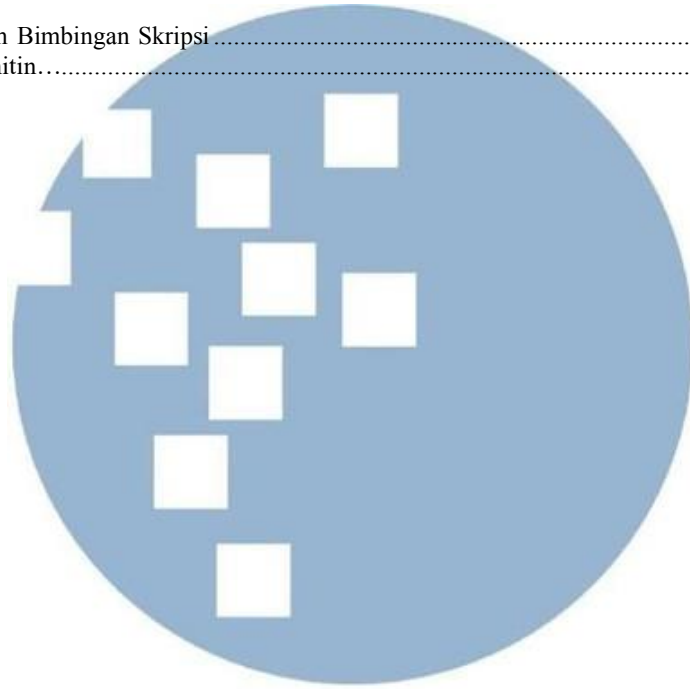
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Penonton Konten Video Di Indonesia Bulan Januari 2024..... | 2 |
| Gambar 1.2 Cuplikan Iklan Lifebuoy “Akar Kuat Di Bulan Suci” | 5 |
| Gambar 2.1 Model Analisis Semiotika Roland Barthes..... | 22 |
| Gambar 2.2 Skema denotatif dan konotatif..... | 22 |
| Gambar 2.3 Alur Penelitian..... | 24 |
| Gambar 3.1 Model Analisis Semiotika Roland Barthes..... | 31 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------|----|
| Form Bimbingan Skripsi..... | 86 |
| Turnitin..... | 87 |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA