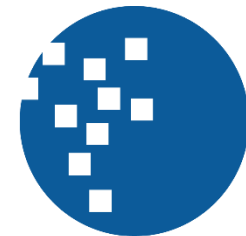


ANALISIS SEMIOTIKA VISUAL DARI IKLAN PARODI

LEVI'S WOKE OLEH SNL



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

MICHELLE FONTIONA

00000056317

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

ANALISIS SEMIOTIKA VISUAL DARI IKLAN PARODI

LEVI'S WOKE OLEH SNL



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S. Ds.)**

**MICHELLE FONTIONA
00000056317**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Michelle Fontiona
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056317
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul: Analisis Semiotika Visual dari Iklan Parodi Levi's Woke oleh SNL 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 penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, 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, 17 Desember 2024



(Michelle Fontiona)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**ANALISIS SEMIOTIKA VISUAL DARI IKLAN PARODI
LEVI'S WOKE OLEH SNL**

Oleh

Nama Lengkap : Michelle Fontiona
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056317
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

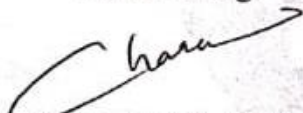
Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025

Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan

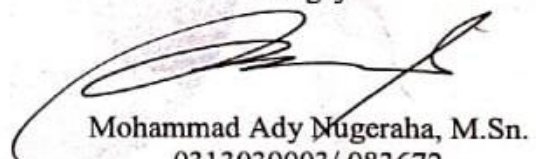
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

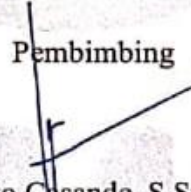
Ketua Sidang


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/L00266

Penguji


Mohammad Ady Nugraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

Pembimbing


Dr. Suwito Sasandé, S.Sn., M.Ds.
0330117501/081436

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

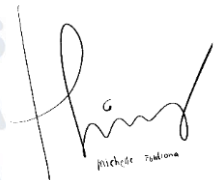
Nama Lengkap : Michelle Fontiona
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056317
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Analisis Semiotika Visual dari Iklan Parodi
Levi's Woke oleh SNL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 12 Januari 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Michelle Fontiona

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya bagi penulis, sehingga skripsi Analisis Semiotika Visual dari Iklan Parodi Levi's Woke oleh SNL ini bisa diselesaikan. Dalam pengerjaan, penulis sadar bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis sadar bahwa penelitian ini masih memiliki berbagai kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu. Akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Tangerang, 12 Januari 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Michelle Fontiona

ANALISIS SEMIOTIKA VISUAL DARI IKLAN PARODI

LEVI'S WOKE OLEH SNL

Michelle Fontiona

ABSTRAK

Fashion telah berkembang menjadi media komunikasi nonverbal yang mencerminkan identitas, suasana hati, dan posisi sosial seseorang. Lebih dari sekadar gaya busana, fashion turut memengaruhi ekspektasi sosial terkait maskulinitas dan feminitas, membentuk persepsi publik terhadap gender. Iklan parodi *Levi's Wokes* yang diproduksi oleh SNL menyindir fenomena *woke capitalism*. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis iklan tersebut, dengan fokus pada tanda-tanda visual yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis denotasi mengungkap representasi visual langsung, konotasi menggali makna tersembunyi yang mencerminkan kritik sosial. Mitos menggambarkan pandangan budaya terhadap konsumsi kapitalisme yang dikemas dengan nilai-nilai *woke*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual dalam iklan ini tidak hanya mengkritik kapitalisme, tetapi juga menyoroti bagaimana fashion dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pemahaman semiotika dalam konteks desain komunikasi visual. Secara praktis, penelitian ini juga mengembangkan strategi komunikasi yang kreatif, kritis, dan relevan dengan audiens muda, terutama Generasi Z.

Kata kunci: Semiotika, *Fashion*, *Woke*

VISUAL SEMIOTIC ANALYSIS OF LEVI'S WOKE PARODY

ADVERTISEMENT BY SNL

Michelle Fontiona

ABSTRACT (English)

Fashion has evolved into nonverbal communication medium that reflects one's identity, mood, and social position. Beyond just a style, but also influences social expectations regarding masculinity and femininity, shaping public perceptions of gender. The parody advertisement Levi's Wokes produced by SNL satirizes the phenomenon of woke capitalism. This research uses Roland Barthes' semiotic theory to analyze the advertisement, focusing on visual signs that include denotation, connotation, and myth. Denotative analysis uncovers direct visual representations, while connotation explores the hidden meanings that reflect social critique. Myth highlights cultural views on consumer capitalism wrapped in woke values. The research findings show that the visual elements in this advertisement not only critique capitalism but also emphasize how fashion can be an effective communication tool for conveying social messages. This study is expected to contribute theoretically to the understanding of semiotics within the context of visual communication design. Practically, it also develops creative, critical, and relevant communication strategies for young audience, particularly Generation Z.

Keywords: *Semiotics, Fashion, Woke*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (English).....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Semiologi	5
2.1.1 Semiologi menurut Ferdinand Saussure	6
2.1.2 Semiotika menurut Charles Sander Peirce	8
2.1.3 Semiologi menurut Roland Barthes.....	10
2.2 Komunikasi Visual.....	13
2.2.1 Elemen Desain.....	15
2.2.2 Prinsip Desain.....	26
2.2.3 Tipografi	33
2.3 Iklan	35
2.4 Penelitian yang Relevan.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Subjek Penelitian.....	38

3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	40
3.2.1 Wawancara	41
3.2.2 Kuesioner.....	46
3.4 Prosedur Analisis Data.....	47
3.5 Pemeriksaan Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil	49
4.1.1 Hasil Wawancara Edo Tirtadarma.....	49
4.1.2 Hasil Wawancara Angga Yogiswara.....	51
4.1.3 Hasil Wawancara dengan Yoza Sugem Syahputra.....	53
4.1.4 Hasil Wawancara dengan Sherafim Gratia Dei.....	55
4.2 Hasil Kuesioner.....	56
4.3 Pembahasan.....	61
4.2.1 Pembahasan <i>Scene</i> 1.....	63
4.2.2 Pembahasan <i>Scene</i> 2.....	72
4.2.3 Pembahasan <i>Scene</i> 3.....	76
4.2.4 Pembahasan <i>Scene</i> 4.....	81
4.2.5 Pembahasan <i>Scene</i> 5.....	86
4.2.6 Pembahasan <i>Scene</i> 6.....	91
4.2.7 Pembahasan <i>Scene</i> 7.....	97
4.2.8 Pembahasan <i>Scene</i> 8.....	103
4.2.9 Pembahasan <i>Scene</i> 9.....	109
4.2.10 Pembahasan <i>Scene</i> 10.....	115
4.2.11 Pembahasan <i>Scene</i> 11.....	121
4.2.12 Pembahasan <i>Scene</i> 12.....	126
4.2.13 Pembahasan <i>Scene</i> 13.....	138
4.2.14 Pembahasan <i>Scene</i> 14.....	153
4.2.15 Pembahasan <i>Scene</i> 15.....	166
4.2.16 Pembahasan Poster	173
BAB V PENUTUP.....	190
5.1 Simpulan	190

5.2 Saran.....	191
DAFTAR PUSTAKA.....	193
LAMPIRAN.....	195



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Scene 1</i>	63
Tabel 4.2 <i>Scene 2</i>	72
Tabel 4.3 <i>Scene 3</i>	76
Tabel 4.4 <i>Scene 4</i>	81
Tabel 4.5 <i>Scene 5</i>	86
Tabel 4.6 <i>Scene 6</i>	91
Tabel 4.7 <i>Scene 7</i>	97
Tabel 4.8 <i>Scene 8</i>	103
Tabel 4.9 <i>Scene 9</i>	109
Tabel 4.10 <i>Scene 10</i>	115
Tabel 4.11 <i>Scene 11</i>	121
Tabel 4.12 <i>Scene 12</i>	126
Tabel 4.13 <i>Scene 13</i>	138
Tabel 4.14 <i>Scene 14</i>	153
Tabel 4.15 <i>Scene 15</i>	166
Tabel 4.16 Poster.....	173

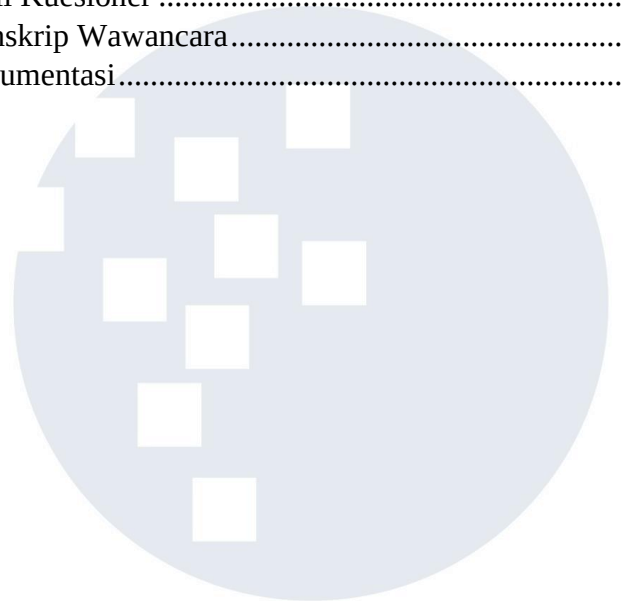


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Semiologi Saussure	7
Gambar 2.2 Semiotika Peirce.....	9
Gambar 2.3 Semiologi Barthes	12
Gambar 2.4 <i>Line</i>	15
Gambar 2.5 <i>Shapes</i>	16
Gambar 2.6 Jenis-jenis <i>Shapes</i>	16
Gambar 2.7 <i>Color</i>	18
Gambar 2.8 RGB.....	19
Gambar 2.9 CMYK.....	20
Gambar 2.10 <i>Values</i>	21
Gambar 2.11 <i>Saturation</i>	23
Gambar 2.12 <i>Texture</i>	24
Gambar 2.13 Format	26
Gambar 2.14 Simetris, Asimetris, dan Radial.....	27
Gambar 2.15 Struktur Visual <i>Emphasis</i>	30
Gambar 4.1 Wawancara dengan Edo	49
Gambar 4.2 Wawancara dengan Angga.....	51
Gambar 4.3 Wawancara dengan Yoza	53
Gambar 4.4 Wawancara dengan Sherafim.....	55
Gambar 4.5 Hasil kuesioner 1	57
Gambar 4.6 Hasil kuesioner 2	57
Gambar 4.7 Hasil kuesioner 3.....	58
Gambar 4.8 Hasil kuesioner 4.....	58
Gambar 4.9 Hasil kuesioner 5.....	59
Gambar 4.10 Hasil kuesioner 6.....	59
Gambar 4.11 Hasil kuesioner 7	60
Gambar 4.12 Hasil kuesioner 8.....	60
Gambar 4.13 Hasil kuesioner 9.....	61
Gambar 4.14 Parodi	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	195
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	197
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	201
Lampiran 4 <i>Consent Form</i>	205
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	205
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	205
Lampiran 7 Dokumentasi.....	260



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA