

**MAKNA TANDA PADA IKLAN COCA COLA DI MEDIA
CETAK (POSTER) versi “*Share Coke Id*”
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA

2016

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKNA TANDA PADA IKLAN COCA COLA DI MEDIA CETAK

(POSTER) versi *“Share Coke Id”*

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Oleh:

Dizi Husni Pradana

051103503125050

SKRIPSI

Telah diperiksa dan disetujui untuk menyerahkan hard cover skripsi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, Februari 2016

Drs. Solten Rajaguguk, MM

Pembimbing I

Oni Tarsoni, S.Sos, M.Ikom

Pembimbing II

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Agus Budiana, S.Sos, M.I.Kom

Dekan

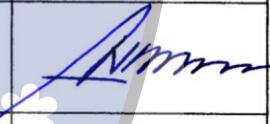
Ketua Jurusan

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : **Dizi Husni Pradana**
NIM : **051103503125050**
JUDUL : **MAKNA TANDA PADA IKLAN COCA COLA DI MEDIA CETAK (POSTER) versi “Share Coke Id” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**
FAKULTAS : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
JURUSAN : **Ilmu Komunikasi / Advertising**

Telah disahkan oleh Dewan Penguji

Dalam sidang skripsi, Februari 2016

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Afrina Sari, M.Si	Ketua Sidang	
2.	Drs. Solten Rajagukguk, MM	Penguji I	
3.	Bertha K. Sinambela, M.Si	Penguji II	

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi (Sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak **terdapat** karya atau terdapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan seseungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan **ketidakbenaran** dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Jakarta, Februari 2016

Yang membuat pernyataan,



Dizi Husni Pradana

NPM 051103503125050

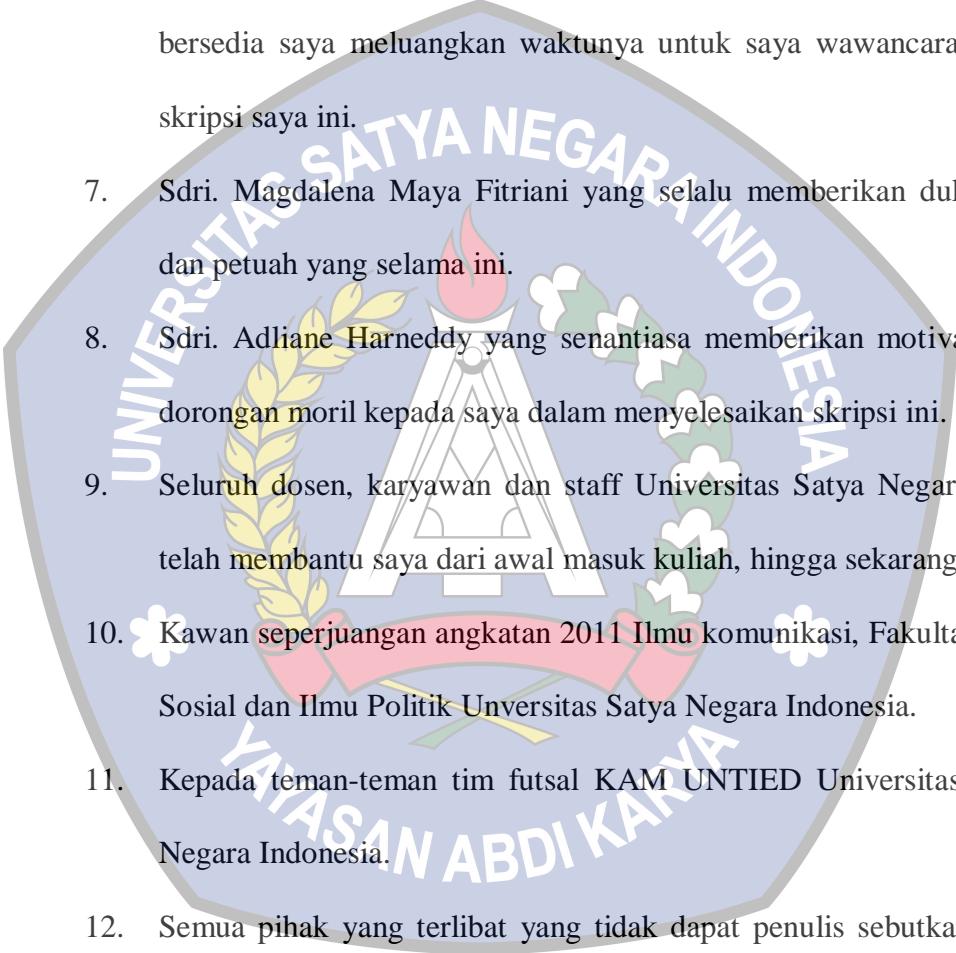
KATA PENGANTAR

Alhamdulilah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “MAKNA TANDA PADA IKLAN COCA COLA DI MEDIA CETAK (POSTER) versi “*Share Coke Id*” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan bimbingan baik berupa moral, sepiritual, maupun material untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terimakasih, penulis tujuhan kepada kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi dan menantikan keberhasilan penulis untuk memperoleh gelar sarjana dan juga nama-nama yang penulis cantumkan dibawah ini:

1. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bapak Agus Budiana, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia
3. Bapak Drs. Solten Rajaguguk, MM. Selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini

- 
4. Bapak Oni Tarsoni, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini
 5. Bapak Ade Bashari yang selalu memberi dukungan atas penulisan skripsi ini
 6. Kepada kedua subyek saya, Sdr. Bara dan Sdr. Jhimsy yang telah bersedia saya meluangkan waktunya untuk saya wawancara untuk skripsi saya ini.
 7. Sdri. Magdalena Maya Fitriani yang selalu memberikan dukungan dan petuah yang selama ini.
 8. Sdri. Adliane Harneddy yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan moril kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
 9. Seluruh dosen, karyawan dan staff Universitas Satya Negara yang telah membantu saya dari awal masuk kuliah, hingga sekarang.
 10. Kawan seperjuangan angkatan 2011 Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
 11. Kepada teman-teman tim futsal KAM UNTIED Universitas Satya Negara Indonesia.
 12. Semua pihak yang terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, saya selaku penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna baik dari segi isi maupun cara penulisan. Oleh karena itu dengan rendah hati, penulis menerima

saran dan kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat agar laporan ini menjadi lebih baik pada kemudian hari.

Penulis berharap semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, Februari 2016



ABSTRAK

Dalam penelitian ini peneliti, memfokuskan masalah pada pemaknaan label Coca Cola versi “*Share Coke Id*” yang mencantumkan nama atau kata dibolohnya dengan menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Artinya semua yang hadir dalam kehidupan kita dapat dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus kita beri makna.

Penelitian ini berjudul Makna Tanda Pada Iklan Coca Cola Di Media Cetak (Poster) versi “*Share Coke Id*” (Analisis Semiotika Roland Barthes). Tujuan peneliti mengangkat judul tersebut karena menurut peneliti saat ini minuman Coca Cola yang mencantumkan nama atau kata dibolohnya menjadi fenomena masyarakat sehingga menarik perhatian khalayak sasarannya.

Dalam penelitian ini peneliti memakai model Roland Barthes dengan teori semiotika atau semiotika Roland Barthes yang mengacu pada Saussure dengan menyelidiki hubungan antara penanda dan petanda pada sebuah tanda. Hubungan penanda dan petanda ini bukanlah *equality* (Menandakan kesamaan kedudukan), tetapi *equivalen* (hubungan atau korelasional yang menyatukan keduanya).

Barthes dalam teori semiotika menggunakan pemaknaan konotasi (pemaknaan oleh diri pembaca yang bersifat subjektif). Terjadi saat tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembacanya serta nilai-nilai kebudayaan dan denotasi (makna yang paling nyata adanya hubungan antara petanda dan penanda) dalam menghubungkan antara petanda dan penanda. Selain itu, Barthes juga melihat aspek lain dari penanda yaitu “mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem tanda, penanda-petanda, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang memiliki petanda kedua dan bentuk tanda baru.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis *socially meaningful action*, melalui pengamatan langsung terhadap perilaku sosial dalam *setting* yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka.

Dari uraian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa dimana pada intinya pesan yang hendak disampaikan melalui label pada kemasan Coca Cola yang mencantumkan nama atau kata dibolohnya dapat ditangkap pada konsumen yang melihat iklan pada poster tersebut.

ABSTRACT

In this study the researchers focused on the problem of meaning Coca Cola label version "Share Coke Id" that includes the name or word dibotolnya using semiotic analysis. Semiotic analysis is the science that examines the sign of human life. That is all that is present in our lives can be seen as a sign, which is something we have to give meaning.

This study, entitled The Meaning Signs On Coca Cola Ad In Print (Poster) version "Share Coke Id" (Roland Barthes Semiotics Analysis). The researchers' goal of lifting the title because according to researchers today Coca Cola which includes the name or word dibotolnya be a phenomenon of society so as to attract the attention of the target audience.

In this panelitian researchers used models of Roland Barthes' theory of semiotics or semiotics of Roland Barthes refers to Saussure to investigate the relationship between the signifier and signified on a sign. Signifier and signified relationship is not equality (Denotes equality), but equivalent (relationship or kolerasia). Instead of carrying another one later, but korelasilah that unites the two.

Barthes in using semiotic theory of meaning connotation (meaning by the reader which is subjective). Occurred when the sign met with feelings or emotions readers as well as cultural values and denotation (meaning the most obvious link between the marker and the marker) in connecting between the marker and the marker. Moreover, Barthes also look at other aspects of the marker is "a myth"

according to Barthes is located on the second level tagging, so as to form a system of signs, marker-marker, the sign will be a new marker that has both markers and form a new sign.

In this study, researchers used a research paradigm of social constructivism that sees science as a systematic analysis of socially meaningful action, through direct observation of social behavior in a natural setting, to be able to understand and interpret how social behavior is concerned to create and maintain their social world.

From the above description, the researchers concluded that where in essence the message to be conveyed via the label on the packaging of Coca Cola which includes the name or word dibotolnya can be captured on consumers who view the ads on the poster.

