

**“MAKNA PESAN PADA KEMASAN AIR MINUM AQUA  
#TEMUKANINDONESIAMU DI 5 LABEL KEMASAN KHUSUS  
VERSI BERBAGI”  
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**



Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA  
2016**

## ABSTRAK

**Dudi Sulistiyo. 2015. Makna Pesan Pada Kemasan Air Minum AQUA #TemukanIndonesiamu Di 5 Label Kemasan Khusus versi *Berbagi* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) Jakarta. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Satya Negara Indonesia.**

Tujuan penelitian ini ingin meneliti tanda-tanda yang ada pada kemasan iklan air mineral yang berusaha merepresentasikan karya kreatifitas dari kreator atau seniman yang diaplikasikan pada kemasan air mineral ini dalam edisi khusus, untuk mendekatkan para konsumen dengan ciri khas Indonesia sendiri. Baik dari sisi budaya, tradisi, dan yang bisa kita liat disekitar kehidupan dalam bentuk karya menarik pada setiap kemasan air mineral Aqua.

Iklan tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena dibalik dari isi iklan tersebut terdapat hal yang menarik untuk dijadikan sebagai pesan sosial ataupun sisi moralitas sosial bagi masyarakat ataupun pihak yang merasa terpacu mengenal Indonesia lebih dalam melalui iklan tersebut. Teks, gambar serta tanda-tanda yang dianalisis pada penelitian ini adalah sebagai komunikasi verbal dan nonverbal yang mempunyai makna simbolik.

Penelitian dilakukan dengan metode analisis deskriptif atau lebih dikenal dengan istilah semiotika. Semiotika dianggap tepat untuk mengetahui atau mengurai sesuatu yang ada dibalik pemakaian simbol atau tanda dari iklan. Yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah kita dapat mengetahui makna dari penguraian simbol atau tanda yang ada dalam iklan kemasan Aqua #Temukanindonesiamu versi "Berbagi". Iklan ini termasuk iklan tematis yang disesuaikan dengan edukasi sosial dan keseharian yang terjadi ditengah-tengah masyarakat.

Pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara serta studi pustaka yang dianalisis dengan menggunakan teori Semotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang dilakukan AQUA dalam iklan kemasan yang tematis adalah untuk mendekatkan dengan konsumennya, mengenal keindonesian dalam kehidupan keseharian, dengan tidak keluar dari segmentasi pasarnya, *Berbagi* di ilustrasikan sebagai tujuan AQUA sebagai pemberi kebaikan untuk semua.

**Kata Kunci : Kemasan, AQUA, Semiotika**

## ABSTRACT

***Dudi Sulistiyo. 2015. The Meaning of the Message on the Packaging Drinking Water AQUA #TemukanIndonesiamu In 5 Special version Labels Berbagi (Analysis of the Semiotics of Charles Sanders Peirce). Department Of Communication Studies. Faculty of Social and Political Science. University Of Satya Negara Indonesia.***

*The purpose of this research would like to examine the markings on the packaging of mineral water ad that seeks to represent the works of creativity from creators or artists who applied to the mineral water bottled in this special issue, to draw closer to the consumers with the hallmark of Indonesia itself. From either side of the culture, traditions, and we can see the immediate vicinity of the life in the form of the work draws on packs of mineral water Aqua.*

*That ad was chosen as the object of research because of the content of these advertisements is reversed, there is an interesting thing to serve as a social message or social morality side for the people or parties who feel encouraged to know Indonesia deeper through the ads. The text, images and signs were analyzed in this research is as nonverbal communication that have symbolic meaning.*

*Research done by the method of descriptive analysis or better known as the semiotics. Semiotics is considered right to know or parse something there behind the wearing of symbols or signs of advertising. Results obtained from this research is that we can know the meaning of a symbol or sign of decomposition exists in ad packs Aqua #Temukanindonesiamu version of "Berbagi". These ads include thematic ads tailored to social education and everyday life that occurs amongst the people.*

*Data collection using the techniques of observation and interviews as well as library studies were analyzed using Semotics theory advanced by Charles Sanders Peirce.*

*The results of this research show that performed in the packaging ad AQUA thematically is to hold with consumers, know indonesian in the life of everyday life, with no out of its market segmentation, Berbagi it on purpose as illustrate AQUA as the giver of goodness for all.*

***Keywords : Packaging, AQUA, Semiotics***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah urahkna kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Periklanan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia. Dengan judul yang penulis ajukan adalah “Makna Pesan Pada Kemasan Air Minum AQUA #TemukanIndonseiamu di 5 Label Kemasan Khusus versi Berbagi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”. Banyak sekali kekurangan yang terdapat di dalam skripsi ini.semua itu disebabkan karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karenanya, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan penulisan dan penelitian skripsi ini

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua yaitu Bapak Sularyo dan Ibu Sumiyati serta kakak dan adik yaitu Eka Septiani dan Tia Juwita yang telah memberikan do'a, kasih sayang, serta motivasi dan dukungannya. Tidak lupa juga penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Drs. Solten Rajagukguk, MM dan Bapak Oni Tarsani, S.Sos., M.Ikom sebagai pembimbing

skripsi yang telah memberikan motivasi dan membimbing penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu tidak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof.Dr. Lijan P Sinambea, MM. M.Pd selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Dr. Sri Desti Purwatiningsih., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Agus Budiana, S.Sos, M.IKom selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poitik Universitas Satya Negara Indonesia.
5. Rege Indrastudianto selaku *Co-Founder* dari Visious Studio dan Design Blog Grafis Masakini yang menjadi *Informan* dalam penelitian ini.
6. PT. AQUA Golden Mississippi. Tbk untuk menjadi subjek dalam penelitian.
7. Perpustakaan Universitas Satya Negara Indonesia, Perpustakaan Universitas Budi Luhur, Toko Buku Blok M Square, Toko Buku Kwitang.
8. Elbert & Adrian Martin selaku *Owner* dari perusahaan PT Indonesian Lithography yang telah memberikan waktu dan ruang dalam mengerjakan skripsi selama masa kerja, juga rekan-rekan kerja atas dukungannya.

9. Teman yang telah benar-benar membantu pengarahannya serta masukan untuk penulis dalam proses pengerjaan skripsi; Bayu Putra Pratama, Rivi Lazuardi, Adlianne Harneddy, Ahmad Ali Ansory, Dizi Husni Pradana, Hadi Julian, Andi Murniandi.
10. Group skripsi di aplikasi BMM (Skripsweet & Maha-sisa) untuk semua membebernya atas segala sumber informasi dalam pelaksanaan skripsi hingga akhir.
11. FISIP dan teman-teman seangkatan 2011 yang memberi dukungan dan semangat dalam pelaksanaan skripsi ini. Juga teman-teman penulis lainnya; Miftah Churrochman, Rizky Juliand, Bisma Setiawan, Iqbal Muharam, Saka Rimara, Oki Sanjaya, Rivera Agustina, Nindi Iskandar, Adi Anas Setiawan, Fajri, Fajar Herdian, terima kasih sebesar-besarnya.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan untuk semua orang dalam menambah wawasan. Sekali lagi apabila ada kesalahan atau kekurangan dalam pembuatan laporan ini, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta, 1 Februari 2016

Penulis

Dudi Sulistiyo