

ANALISA SEMIOSIS IKLAN PRODUK

LOIS JEANS DAN LEVI'S

(Analisa Semiotika Charles Sanders Peierce)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Cindy Widianingsih

051203503125056

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

**FAKULTAS ILMUSOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Nama : Cindy Widianingsih
NIM : 051203503125056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Periklanan
Analisa Semiosis Iklan Produk Lois Jeans dan Levi's (Analisis Semiotika Charles Sander Peirce)
Jumlah halaman : 85 Halaman
Biografi : 14 Buku (2010-20160); 2 Jurnal; 3 Skripsi

ABSTRAK

Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi khusus untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran maka apa yang dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada masyarakat luas. Dari sekian banyak iklan Jeans maka penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengetahui apa makna pesan yang terkandung didalam sebuah iklan Lois Jeans dan Levi's yang memiliki maksud dan tujuan serta penyampaian pesan kepada khalayak yang akan ditemukan secara ilmiah melalui penelitian ini yang menggunakan analisis semiotik menggunakan teori Charles Sanders Pierce. Teori dimana menekankan pada suatu tanda, acuan tanda, dan penggunaan tanda yang terdapat pada iklan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih mendalam tanda-tanda dan makna pesan yang terdapat pada iklan Lois Jeans dan Iklan Levi's. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan analisis semiotika versi Charles Sanders Peirce. Semiotikan dianggap tepat untuk mengetahui atau mengurai sesuatu yang ada dibalik pemakaian symbol atau tanda dari iklan. Pengumpulan data menggunakan teknik analisis makna yaitu kualitatif secara deskriptif melalui penjabaran konten analisis pada gambar yang diteliti dengan menggunakan teori semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Pierce.

Hasil penelitian ini yaitu mengetahui makna atau pesan yang terkandung dalam iklan Lois Jeans dan Levi's serta perbedaan apa yang ada didalam iklan tersebut. Iklan Lois Jeans dan Levis's ini mencoba menyampaikan pesan atau makna yaitu bahwa produk mereka terdiri dari berbagai macam pilihan untuk menunjang penampilan sehingga menjadi daya tarik sendiri khususnya bagi anak muda dan kaum urban (masyarakat kota). Namun perbedaannya sangatlah terlihat dari cara penyampaiannya, iklan Lois Jeans lebih mnegarahkan kepada bagaimana konsumen dapat memilih mereka dengan memfokuskan segalanya kepada produk

mereka sebagai pusat perhatian, sedangkan iklan Levi's lebih kepada bagaimana sebuah fakta dimana produk mereka dapat digunakan disegala aktifitas baik oleh anak muda maupun kaum urban (masyarakat kota).

Kata Kunci : Makna Pesan, Simbolik, Analisa Semiotika.

Pembimbing I : Drs. Syaifuddin, M.Si

Pembimbing II : Dr. Achmad Mucharam, M.Si

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

Name : Cindy Widianingsih

NIM : 051203503125056

Study program : Communication Science

Specialization : Advertising

Analysis of Semiosis of Lois Jeans and Levi's Advertising Product (Analysis Semiotika Charles Sander Pierce)

Number of pages : 85 Page

Biography : 14 Book (2010-2016); 2 Jurnal; 3 Skripsi

ABSTRACT

Advertising is a special form of communication to fulfill the function of marketing. In order to carry out the function of marketing, in advertising activities must be more than just providing information to the public. In many Jeans ads, the authors are interested in researching and finding out the content of the message in a Lois Jeans and Levi's advertisement which has the purpose to deliver the messages to audiences that will be found scientifically through this research using semiotic analysis of Charles's theory Sanders Pierce. Theory which emphasizes on a sign, reference sign, and the use of the sign contained in the ad.

This study has a goal that is to find out more deeply the signs and meaning of the messages contained in Lois Jeans and Levi's Ads. This study uses Charles Sanders Peirce's semiotic analysis approach. Semiotics is considered right to know or unravel something behind the use of a symbol or sign of an advertisement. Semiotic theory proposed by Charles Sanders Pierce is used in data collection using meaning analysis techniques that are descriptive qualitative through the translation of analytical content on the images under study

As results of this study, in Lois Jeans and Levi's advertisements was found the meaning and messages also the differences in each ad. This Lois Jeans and Levis 'advertisement tries to convey a message or meaning that their product consists of various choices to support the appearance so that it becomes its own attraction especially for young people and urbanites (urban society). But the difference is very evident from the way it is delivered, Lois Jeans ads are more directed to how consumers can choose them by focusing everything on their