

IKLAN SHOPEE VERSI 11:11 DALAM PERSPEKTIF

ETIKA PARIWARA INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

ALI FAHMI

051603503125178

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

JAKARTA

2021

IKLAN SHOPEE VERSI 11:11 DALAM PERSPEKTIF

ETIKA PARIWARA INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

ALI FAHMI

051603503125178

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Nama : Ali Fahmi
NIM : 051603503125178
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Advertising

Iklan Shopee Versi 11:11 Dalam Perspektif Etika Pariwara Indonesia

Jumlah Halaman : xiii + 80 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 21 Buku; 7 Internet

ABSTRAK

Iklan Shopee versi 11:11 Big Sale sebuah iklan yang berisikan materi promosi di sebuah marketplace Shopee yang diselenggarakan pada tanggal 11 November 2020. Iklan ini juga menggunakan tarian serta backsuond sebagai daya tarik

Teori Konstruksi Sosial Media Massa proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari - hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Serta mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “kontruksi sosial atas realitas”.

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan metode interpretasi teks pendekatan kualitatif analisis semiotika Semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan data primer dan Sekunder. Subjek penelitiannya adalah Iklan Shopee Versi 11:11 Big Sale dan objek penelitiannya adalah gambar atau scene iklan shopee.

Hasil penelitian yang didapatkan peneliti menunjukkan bahwa makna dan pesan yang ditampilkan pada iklan Shopee ditinjau dari sisi etika pariwara indonesia adalah sebuah makna iklan yang menggunakan perempuan, etika berpakaian, dan tarian erotisme sebagai objek daya tarik iklan.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, penulis memberikan saran untuk para pengiklan diharapkan kedepannya mampu memproduksi karya yang mengandung unsur Etika Pariwara Indonesia.

Kata kunci : **Iklan Shopee, Semiotika Rolland Barthes**
Pembimbing I : **Tarsani, S.Sos., M.I.Kom**
Pembimbing II : **Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom**

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : Ali Fahmi
NIM : 051603503125178
PROGRAM STUDY : Communication Studies
SPECIALIZATION : Advertising
Shopee Ads Version 11 : 11 In Indonesian Pariwara Ethics Perspective
Number of Pages : xiii + 80 Pages + Official
Bibliography : 21 books; 7 Internet

ABSTRAK

Shopee ad version 11:11 Big Sale is an advertisement containing promotional material in a Shopee marketplace which will be held on November 11, 2020. This and also uses dance and back sound as an attraction

Social construction theory of the reality of simultaneous processes that occur naturally through language in everyday life in a primary and semi-secondary community. As well as correcting the substance of the sosial construction of reality.

This study uses a qualitative paradigm with a text interpretation method with a qualitative approach to semiotic analysis of Roland Barthes' semiotics. Primary and secondary data collection techniques.

The results of the study obtained by researchers showed that the meaning and message displayed in shopee ads reviewed from the ethical side pariwara Indonesia is a meaning of advertising that uses women, the ethics of dress, and eroticism dance as objects of advertising appeal.

From the results of research and conclusions, the author provides advice for advertisers are expected in the future to be able to produce works containing elements of Indonesian Pariwara Ethic.

Keywords : **Shopee Ads, Semiotics Rolland Barthes**

Advisor I : **Tarsani, S.Sos., M.I.Kom**

Advisor II : **Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom**