

**OBJEK DAN MAKNA PADA IKLAN
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES S. PEIRCE TERHADAP
IKLAN RABBANI EDISI KAMBING BERHIJAB
(IDUL ADHA))**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2020**

**OBJEK DAN MAKNA PADA IKLAN
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES S. PEIRCE TERHADAP
IKLAN RABBANI EDISI KAMBING BERHIJAB
(IDUL ADHA))**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat tugas akhir

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



Disusun oleh:

MUHAMMAD AZMI FAHRILLAH

051603503125084

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2020

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (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 dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing dan tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dan di cantumkan di daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbeneran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



(Muhammad Azmi Fahrillah)

051603503125084

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

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD AZMI FAHRILLAH
NIM : 051603503125084
JUDUL : Tanda dan makna pada iklan
(Analisis semiotika Charles S. Peirce terhadap
iklan Rabbani edisi kambing berhijab (Idul Adha))
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 04 Agustus 2020

Pembimbing I

Menyetujui,

Pembimbing II

(Dr Adiella Yankie Lubis, M.I.Kom)

(Sandra Olifia, M.Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., MM

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

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD AZMI FAHRILLAH

NIM : 051603503125084

JUDUL : Tanda dan makna pada iklan

(Analisis semiotika Charles S. Peirce terhadap iklan

Rabbani edisi kambing berhijab (Idul Adha))

PROGRAM STUDI Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 07 September 2020

Ketua Pengaji : Dr Adiella Yankie Lubis, M.I.Kom

Anggota Pengaji I : Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, MM

Anggota Pengaji II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Mengetahui,

Ketua Program IKOM

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Muhammad Azmi Fahrillah

NIM : 051603503125084

PROGRAM STUDI: Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Objek dan makna pada iklan (Analisis semiotika Charles S. Peirce terhadap iklan Rabbani edisi kambing berhijab (Idul Adha))

Jumlah halaman : xii + 87 halaman + 1 lampiran

ABSTRAK

Dalam kehidupan sehari – hari manusia tidak luput dari tanda atau simbol. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Pada 2019 lalu iklan banner Rabbani sempat viral karena redaksi kalimat pada iklan tersebut menuai kontroversi, Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti tanda dan makna pada iklan Rabbani edisi kambing berhijab (Idul Adha).

Pada penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivis, menggunakan pendekatan kualitatif karena dianggap lebih fleksibel dan luwes dalam meneliti suatu objek, Metode yang digunakan semiotika,Charles sender pierce sebagai pisau untuk menganalisis, dan sifat penelitiannya deskriptif.

Secara keseluruhan simbol dan makna pada iklan Rabbani edisi kambing berhijab (Idul adha), Rabbani ingin mengucapkan selamat hari raya idul adha dengan menggunakan ikon kambing yang identik dengan hari raya idul adha dan juga hijab yang identik dengan produk dari Rabbani sendiri. Dan pada kalimat “KORBAN tu ga wajib, yang wajib tu BERHIJAB”, rabbani ingin mengingatkan kalau penggunaan hijab bagi wanita muslim itu wajib hukumnya, sedangkan untuk korban dalam idul adha hukumnya tidak wajib karna boleh dilakukan apabila kita mampu saja

Kata kunci : simbol, iklan, Kontroversial, rabbani

Pembimbing I : Dr Adiella Yankie Lubis, M.I.Kom

Pembimbing II : Sandra Olifia, M.Si

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Muhammad Azmi Fahrillah

NIM : 051603503125084

STUDY : Study of communication

MAJOR : Advertising

Object and meaning in advertising (study semiotic Charles S.Peirce in advertising of Rabbani Goat using the hijab (Eid Adha))

The total number of pages : xii + 87 Page + 1 attachment

In the life of a day, people Encountered for a sign or symbol. Sign did a information and its communicative. In 2019 An Advertising of Rabbani goes viral, Because their sentence on it was reaping controversy. therefore, this aims to to scrutinize sign and meaning in advertisements of Rabbani Edition Goat using the hijab (Eid Adha)

In this study using konstruktivis paradigm, using a qualitative approach that is considered more flexible and flexible in investigating an object, methods used semiotics Charles Sender Pierce as a knife to analyze, and the nature of his research descriptive.

Overall symbol and meaning in advertisements of Rabbani edition goat using the hijab (Eid Adha). Rabbani want to celebrate Eid Adha using the goat in advertising are identical to the feast of eid adha and using the hijab tha one of their product. In the words of "KORBAN tu ga wajib, yg wajib BERHIJAB" Rabbani want to remind that using the hijab for muslim woman is a duty, want to say that qurban Not compulsory , only do when we can.

Keyword : Sign, Advertising, Controversy, Rabbani

Lecturer I : Dr Adiella Yankie Lubis, M.I.Kom

Lecturer II : Sandra Olifia, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan kepada peneliti hingga mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Tanda dan makna pada iklan” (Analisis semiotika Charles S. Peirce terhadap iklan Rabbani edisi kambing berhijab (Idul Adha))

Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang tidak pernah berhenti melimpahkan keberkahan dan karunianya serta memberikan nikmatnya yang tak pernah terhingga sampai kapanpun.
2. Untuk kedua orang tua saya tercinta, Ayah Bambang Sartono dan Ibu Rita Rusliah, serta adik – adik saya tersayang yang tidak henti – hentinya memberi semangat kepada penulis.
3. Dra. Merry L. Panjaitan, M.M., MBA, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
5. Sandra Olilia, M.Si, selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
6. Dr Adiella Yankie Lubis, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih telah memberikan arahan dan ilmu pengetahuan kepada peneliti, sehingga

peneliti dapat mengerti dan memahami dengan baik setiap materi yang peneliti angkat, serta sudah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.

7. Sandra Olifia, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
8. Terima kasih kepada teman – teman Mitra Prestasi Perdana yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis untuk selalu semangat menyelesaikan penelitian ini juga member masukan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini.
9. Terima kasih untuk teman – teman FISIP 2016 yang ingin cepat lulus.

Akhir kata penulis dengan kerendahan hati, mohon maaf sedalam-dalamnya dengan kekurangan pada penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya rekan – rekan mahasiswa/I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Muhammad Azmi Fahrillah