

**MAKNA PESAN PADA IKLAN BEAR BRAND EDISI 2021
DI MEDIA YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



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

2023

**MAKNA PESAN PADA IKLAN BEAR BRAND EDISI 2021
DI MEDIA YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2023

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORIGINALITAS

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 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 dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian 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 di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 21 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



(Daniel Wattimena)
190900008

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Daniel Wattimena
NIM : 190900008
JUDUL : Makna Pesan Pada Iklan Bear Brand Edisi 2021
Di Media Youtube

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 21 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Bertha Komala Sinambela, M.Si.)

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom.)

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Daniel Wattimena
NIM : 1909000008
JUDUL : Makna Pesan Pada Iklan Bear Brand Edisi 2021

Di Media Youtube
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 21 Agustus 2023

Menyetujui,
Ketua Penguji : Drs. Solten Rajagukguk, M.M.
Anggota Penguji I : Sandra Olifia, M.Si
Anggota Penguji II : Fitri Sarasati, M.Sc

(SRP)
(Sandra Olifia)
(Fitri Sarasati)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Daniel Wattimena
NIM : 190900008
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan
Makna Pesan Pada Iklan Bear Brand Edisi 2021 Di Media Youtube
Jumlah Halaman : xiv + 110 halaman + lampiran
Bibliografi : 16 Buku 18; Jurnal; 1 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai iklan *Bear Brand* Edisi 2021 yang menceritakan monster yang menyerang dan merusak keindahan alam sehingga alam mengalami kerusakan. Namun kemunculan Naga yang merepresentasikan Kemurnian datang untuk mengalahkan monster dan menyeimbangkan alam yang telah dirusak sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan yang terkandung dalam iklan tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Konstruksi Realitas Media, agar makna dan pesan dari iklan tersebut dapat sampai kepada khalayak, yang membuat khalayak bisa memberikan argument dan opini mereka terkait iklan tersebut.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisis semiotika model Roland Barthes melalui tiga tahapan yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Sedangkan sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif.

Hasil penelitian yang didapatkan dari adegan-adegan Iklan *Bear Brand* edisi 2021 yang menggambarkan bagaimana makna pesan yang ada dalam iklan tersebut. Dimana iklan tersebut dikaitkan dengan 4 tahapan konstruksi realitas media.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa, dalam penelitian ini, makna pesan dari iklan *Bear Brand* edisi 2021 ini terlihat bahwa penggambaran Naga murni yang merupakan kekuatan imun dalam tubuh yang menghadapi Monster yang direpresentasikan sebagai Virus atau penyakit yang menyerang tubuh manusia. Kekebalan tubuh adalah bentuk dari Naga murni yang mampu mengembalikan tubuh ke dalam kondisi sehat.

Kata Kunci : Makna Pesan, Iklan Bear Brand, Analisis Semiotika.

Pembimbing I : Drs. Solten Rajagukguk, M.M

Pembimbing II : Bertha Komala Sinambela, M.Si

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

NAME : Daniel Wattimena
STUDENT ID NUMBER : 190900008
STUDY PROGRAM : Communication Studies
INTEREST : Advertising
The Meaning Of The Message In The Bear Brand Advertising 2021 Edition On Youtube
Number of Pages : xiv + 110 Page + Attachment
Bibliography : 16 Book; 18 Journal; 1 Internet Articles

ABSTRACT

This research discusses the 2021 Edition of the Bear Brand advertisement which tells of monsters that attack and destroy the beauty of nature so that nature is damaged. But the appearance of the Dragon who represents Purity comes to defeat the monsters and balance the realm that was ravaged before. This study aims to determine the meaning of the message contained in the advertisement.

The theory used in this study is the Media Reality Construction theory, so that the meaning and message of the advertisement can reach the audience, which allows the audience to give their arguments and opinions regarding the advertisement.

This study uses a constructivist paradigm with a qualitative research approach. The method used is the semiotic analysis of Roland Barthes' model through three stages, namely denotation, connotation and myth. While the nature of the research used is descriptive.

The results of the research were obtained from scenes in the 2021 edition of the Bear Brand advertisement which illustrate the meaning of the message contained in the advertisement. Where the advertisement is associated with the 4 stages of media reality construction.

The author concludes that, in this study, the meaning of the message from the 2021 edition of Bear Brand advertisements shows that the depiction of a pure dragon is an immune force in the body that faces monsters represented as viruses or diseases that attack the human body. Immunity is a form of a pure dragon that able to return the body to a state of health

Keywords : *Meaning of Messages, Bear Brand Ad, Semiotic Analysis.*

Advisor I : **Drs. Solten Rajagukguk, M.M**

Advisor II : **Bertha Komala Sinambela, M.Si**