

**OPOSISI BINER DALAM KOMUNIKASI VISUAL *PUBLIC*
RELATIONS: STUDI PADA *CONSUMER BRANDSCAPE*
ENGLISH 1 DAN *RUANGGURU ENGLISH ACADEMY***

SKRIPSI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



Disusun Oleh:

Adam Ramadhan Syam

210900052

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2025

**BINARY OPPOSITION IN *PUBLIC RELATIONS* VISUAL
COMMUNICATION: A STUDY OF CONSUMER BRANDS
ENGLISH 1 AND RUANGGURU ENGLISH ACADEMY**

THESIS

Submittance as one of the requirements to obtain a Bachelor's



Compiled by:

Adam Ramadhan Syam

210900052

SATYA NEGARA UNIVERSITY INDONESIA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

JAKARTA

2025

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

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 dan dicantumkan 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, 3 Agustus 2025

Ya

METERAI
TEMPEL
F02D4ANX005958389
(Adam ...yam)

210900052

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Adam Ramadhan Syam
NIM : 210900052
Judul : Oposisi Biner dalam Komunikasi Visual
Public Relations: Studi Semiotika pada
Brandscape English One dan Ruangguru
English Academy
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Public Relations

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

**UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA**

Jakarta, 4 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

(Risqi Inayah Dwijayanti S.IKom, M.IKom.)

Pembimbing I

(Drs Solten Rajagukguk, MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Risqi Inayah Dwijayanti S. Ikom, M. Ikom)

Dekan FISIP

(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Adam Ramadhan Syam
NIM : 210900052
JUDUL : Oposisi Biner dalam Komunikasi Visual PR:
Studi Semiotika pada *Consumer Brandscape*
English One dan *Ruangguru English Academy*
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relations

Jakarta, 28 Agustus 2025
Menyetujui,

Ketua Penguji
Drs. Solten Rajagukguk, MM
Anggota Penguji I
Dr. Rustono Farady Marta S. Sos., M. Med.Kom.
Anggota Penguji II
Fitri Sarasati M. Sc

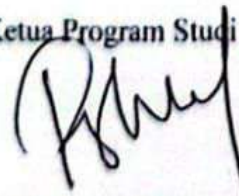
(.....)

.....

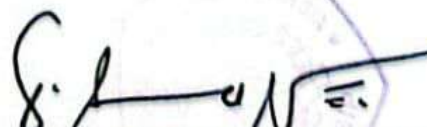
.....


Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM


(Risqi Inayah Dwijayanti, M. Ikom)

Dekan FISIP


(Fahlesa Munabari, M.A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Adam Ramadhan Syam

NIM : 210900052

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : *Public Relations*

Oposisi Biner dalam Komunikasi Visual *Public Relations*: Studi Semiotika pada Consumer Brandscape English One dan Ruangguru English Academy

Jumlah Halaman : 86 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 15 buku + 10 Jurnal + 5 internet

ABSTRAK

Komunikasi visual di era digital menjadi kunci pembeda brand EdTech seperti English One dan Ruangguru English Academy dalam membentuk identitas dan menarik audiens.

Landasan teori berupa komunikasi visual, consumer brandscape Oswald, dan strategi oposisi biner sebagai dasar analisis tanda dan makna visual.

Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan analisis oposisi biner sebagai teknik pengumpulan data.

Hasil analisis menunjukkan bahwa oposisi biner dari English 1 menampilkan citra formal dan akademis, sedangkan Ruangguru English Academy menghadirkan identitas muda, ceria, dan terbuka.

Penyimpulan bahwa penelitian ini menegaskan bahwa oposisi biner dari English 1 dan Ruangguru efektif membentuk identitas brand.

Kata Kunci : Oposisi Biner, Consumer Brandscape, English 1, Ruangguru English Academy

Pembimbing I : Drs Solten Rajagukguk, MM

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M. Ikom

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Adam Ramadhan Syam

Student ID Number : 210900052

Field of Study : Communication Studies

Specialization : Public Relations

“Binary Opposition in Public Relations Visual Communication: A Semiotic Study of the Consumer Brandscape of English One and Ruangguru English Academy”

Number of Pages : 86 pages + Attachments

Bibliography : 15 books + 10 journals + 5 internet sources

ABSTRACT

Visual communication in the digital age has become a key differentiator for EdTech brands such as English One and Ruangguru English Academy in shaping their identity and attracting audiences.

The theoretical basis consists of visual communication, Oswald's consumer brandscape, and binary opposition strategy as the basis for analyzing visual signs and meanings.

The research method is descriptive with a qualitative approach, using binary opposition analysis as a data collection technique.

Results of the analysis show that the binary opposition of English 1 presents a formal and academic image, while Ruangguru English Academy presents a youthful, cheerful, and open identity.

Conclusion is that this study confirms that the binary opposition of English 1 and Ruangguru is effective in shaping brand identity.

Keywords : Binary Opposition, Consumer Brandscape, English One, Ruangguru English Academy

Pembimbing I : Drs Solten Rajagukguk, MM

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti S. Ikom, M. Ikom