

**MAKNA PESAN PADA IKLAN GRABFOOD VERSI
“BERTUALANG RASA CERITA CINTA”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2021

**MAKNA PESAN PADA IKLAN GRABFOOD VERSI
“BERTUALANG RASA CERITA CINTA”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2021

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 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 Pengaji
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 dikemudian 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, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,

(Dodi Adimaulana)

051703503125073



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG

NAMA : Dodi Adimaulana
NIM : 051703503125073
JUDUL : Makna Pesan Pada Iklan Grabfood Versi "Bertualang

Rasa Cerita Cinta"

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 12 Agustus 2021



Pembimbing I

(Tarsani, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Sandra Olilia, M.Si)

Dekan Fisip

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

i ii

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Dodi Adimaulana
NIM : 051703503125073
JUDUL : Makna Pesan Pada Iklan Grabfood Versi "Bertualang

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

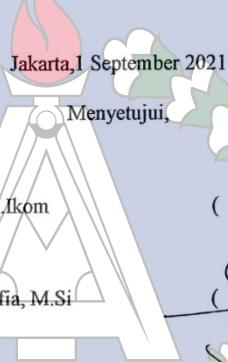
Ketua Pengaji : Tarsani, M.Ikom

Pengaji I : Sandra Olilia, M.Si

Pengaji II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

Ketua Program Studi

(Sandra Olilia, M.Si)



Jakarta, 1 September 2021

Menyetujui,

Mengetahui,

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

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Dodi Adimaulana

NIM : 051703503125073

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Makna Pesan Pada Iklan Grabfood Versi “Bertualang Rasa Cerita Cinta”

Jumlah Halaman : xii + 81 Halaman

Bibliografi : 26 Buku; 4 Jurnal; 1 Internet

ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang sangat ketat membuat para pegiat bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk dan jasanya. Banyak cara yang dilakukan untuk mempromosikannya. Salah satunya dengan menggunakan iklan. Iklan yang menampilkan audiovisual tentang informasi produk atau jasa yang ditawarkan dinilai efektif dilakukan, terlebih pada iklan televisi. Media massa televisi dinilai masyarakat sebagai media yang paling kuat dalam mempengaruhi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna pesan pada iklan grabfood versi “bertualang rasa cerita cinta”. Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, sifat penelitian deskriptif, dan metode penelitian menggunakan semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian dan pembahasan dilakukan dengan cara membagi iklan grabfood per *scene*, dimana terdapat 6 *scene* dan dianalisis dengan denotasi, konotasi, dan mitos model Roland Barthes.

Kata Kunci : Makna Pesan Iklan, Grabfood, Analisis Semiotika

Pembimbing I : Tarsani, M.Ikom

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Dodi Adimaulana

NIM : 051703503125073

STUDY PROGRAM : Ilmu Komunikasi

REQUIREMENTS : Periklanan

The Meaning of the Message in the Grabfood Advertisement Version of "Adventure in a Love Story"

Number of Pages : xii + 81 Pages

Bibliografi : 26 Books + 4 Journal + 1 Internet

ABSTRACT

Very tight business developments make business activists compete with each other in marketing their products and services. There are many ways to promote it. One of them by using advertising. Advertisements that display audiovisual information about the products or services offered are considered effective, especially on television advertisements. Television mass media is considered by the community as the most powerful medium in influencing society. This study aims to find out how the meaning of the Message in the Grabfood advertisement version of "adventure in a love story". In this research, the researcher uses constructivism paradigm with a qualitative approach, the nature of descriptive research, and the research method uses Roland Barthes' semiotics. The results of the research and discussion are carried out by dividing grabfood advertisements per scene, where there are 6 scenes and analyzed by denotation, connotation, and myth of Roland Barthes' model.

Keywords : Meaning of Advertising Message, Grabfood, Semiotic Analysis