

REPRESENTASI PERUBAHAN NASIB DALAM IKLAN GRAB

VERSI PERCAYA

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Nur Alfiyani

180900044

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2022

REPRESENTASI PERUBAHAN NASIB DALAM IKLAN GRAB

VERSI PERCAYA

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Nur Alfiyani

180900044

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2022

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Nama : Nur Alfiyani
NIM : 180900044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Periklanan
Representasi Perubahan Nasib Dalam Iklan Grab Versi Percaya
(Analisi Semiotika Roland Barthes)
Jumlah Halaman : xii + 82 Halaman+ 1 Lampiran
Bibliografi : 20 Buku; 3 Jurnal; 2 Internet

ABSTRAK

Iklan Inspiratif Grab Versi Percaya ini menggambarkan tentang potret kehidupan masyarakat yang ingin merubah nasibnya menjadilebih baik. Menggambarkan tentang potret kehidupan masyarakat yang sedang menghadapi kesulitan hidup. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Representasi Perubahan Nasib dalam Iklan Grab Versi Percaya.

Penulis menggunakan teori konstruksi realitas sosial, untuk menggambarkan perubahan nasib yang ada pada setiap adegan yang ditampilkan pada iklan Grab Versi Percaya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes melalui tiga tahapan yakni konotasi, denotasi dan mitos. Dengan pendekatan penelitian kualitatif dan paradigma konstruktivisme yang bersifat deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah Iklan Grab Versi Percaya dengan menggunakan objek penelitian yaitu adegan-adegan yang menggambarkan perubahan nasib berupa tanda yang ada pada setiap adegannya.

Hasil penelitian ini adalah adegan-adegan yang menunjukan adanya unsur gambaran tentang perubahan nasib seperti bekerja keras, berserah diri kepada tuhan, dan terus berusaha yang terdapat pada iklan Grab Versi Percaya.

Kesimpulan dari penelitian ini terdapat karakteristik yang dilakukan dalam melakukan perubahan nasib dengan bekerja keras, berani berjuang bangkit dari keterpurukan, berserah diri kepada sang pencipta, dan terus berusaha melakukan sesuatu.

Kata Kunci : Representasi, Semiotika Roland Barthes, Iklan Inspiratif.
Pembimbing I : Bertha Komala Sinambela, M.Si
Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

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

Name : Nur Alfiyani
ID : 180900044
Study Program : Communication Studies
Specialties : Advertising
Representation of Changes in Fate in the Believe Version of Grab Ads
(Roland Barthes Semiotics Analysis)
Number of Pages : xii + 82 Pages + 1 Attachment
Bibliography : 20 Books; 3 Journals; 2 Internet

ABSTRACT

This Inspirational Grab Version of Believes advertisement depicts a portrait of people's lives who want to change their fate for the better. Describes a portrait of people's lives who are facing life's difficulties. The purpose of this study was to determine the Representation of Changes in Fate in the Believe Version of Grab Ads.

The author uses the theory of social reality construction, to describe the changes in fate that exist in every scene shown in the Believe Version Grab ad. This study uses Roland Barthes' semiotic analysis method through three stages, namely connotation, denotation and myth. With a qualitative research approach and constructivism paradigm that is descriptive.

The subject in this study is the Believe Version Grab Advertisement using the object of research, namely scenes that describe changes in fate in the form of signs that exist in each scene.

The results of this study are scenes that show elements of a picture of changes in fate such as working hard, surrendering to God, and continuing to try which are contained in the Believe Version Grab ad.

The conclusion of this study is that there are characteristics that are carried out in making changes in fate by working hard, daring to struggle to rise from adversity, surrendering to the creator, and continuing to try to do something.

Keywords : Representation, Roland Barthes Semiotics, Inspirational Advertising.
Supervisor I : Bertha Komala Sinambela, M.Si
Supervisor II : Drs. Solten Rajagukguk, MM