

**REPRESENTASI KELAS SOSIAL DALAM IKLAN MEIKARTA
VERSI “AKU INGIN PINDAH KE MEIKARTA”
DI MEDIA YOUTUBE
(Analisis Semiotika John Fiske)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :
RAVKY ALLAAM KARONO**

180900052

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

2022

**REPRESENTASI KELAS SOSIAL DALAM IKLAN MEIKARTA
VERSI “AKU INGIN PINDAH KE MEIKARTA”
DI MEDIA YOUTUBE
(Analisis Semiotika John Fiske)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :
RAVKY ALLAAM KARONO**

180900052

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2022**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Ravky Allaam Karono

NIM : 180900052

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Representasi Kelas Sosial Dalam Iklan Meikarta Versi “Aku Ingin Pindah Ke Meikarta” di Media Youtube

Jumlah Halaman : xi + 96 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 17 Buku, 6 Jurnal

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang konstruksi kelas sosial yang dilakukan oleh media. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi kelas sosial dalam iklan Meikarta versi “Aku Ingin Pindah Ke Meikarta” dalam media Youtube.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas media, bagaimana proses media dalam mengkonstruksikan sebuah sudut pandang seseorang dengan melihat dunia realitasnya yang mereka alami secara subjektif.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika John Fiske dengan pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivisme. Subjek dalam penelitian ini adalah iklan Meikarta versi “Aku Ingin Pindah Ke Meikarta” dengan objek penelitian yaitu gambar-gambar pada iklan tersebut yang memberikan tanda adanya unsur kelas sosial dalam iklan tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya media mengkonstruksi kelas sosial pada media youtube yang ditunjukkan melalui *scene* yang menunjukkan unsur kelas sosial menggunakan kode televisi milik John Fiske.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah unsur kelas sosial yang digunakan oleh media untuk mendapatkan keuntungan tanpa memikirkan efek samping dari memakai unsur kelas sosial itu sendiri.

Kata kunci : Representasi, iklan, Konstruksi Realitas Media, Kelas Sosial

Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

Pembimbing II : Oni Tarsani, S.Sos.,M.I.kom

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Ravky Allaam Karono

NIM : 180900052

STUDY PROGRAM : Communication Studies

REQUIRECMENT : Advertising

Representation of social class in meikarta version " I want to move to meikarta " on youtube media

Number of page : xi +96 Pages + Attachment

Bibliography : 17 Books, 6 Journal

ABSTRACT

This study discusses the construction of social class carried out by the media. The purpose of this study was to determine the representation of social class in the Meikarta advertisement version of "I Want to Move to Meikarta" on Youtube media.

The theory used in this study is the theory of media reality construction, how the media process in constructing a person's point of view by seeing the world of reality that they experience subjectively.

This study uses John Fiske's semiotic analysis with a qualitative approach, constructivism paradigm. The subject of this research is the version of the Meikarta advertisement "I Want to Move to Meikarta" with the object of research, namely the pictures on the advertisement that give a sign of the element of social class in the advertisement.

The results obtained by the author through scenes that show elements of social class using John Fiske's television code.

The conclusion in this study is that the element of social class is used by the media to gain profits without thinking about the side effects of using the element of social class itself.

Keywords : *Representation, advertising, media reality construction, social class*

Mentor I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

Mentor II : Oni Tarsani ., S.Sos, M.Ikom