

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya skripsi yang berjudul “Makna Dewasa dalam Iklan Three Indie+ (Analisis Semiotika Iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi)” dapat terselesaikan. Sepenuhnya disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan pengetahuan dan kemampuan yang masih terbatas. Harapan akan saran serta kritik yang bersifat membangun dan menjadikan karya berikutnya lebih baik.

Dalam mengerjakan skripsi ini membutuhkan energi yang positif baik dari dalam diri pribadi maupun dari lingkungan sekitar. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu menulis, dalam memberikan dukungan maupun materil, kepada:

1. Rektor Universitas Telkom, Bapak Prof. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom, Bapak Dr. Jafar Sembiring.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Siska Noviaristanti, S.Si., M.T.
4. Dosen pembimbing, Ibu Ratih Hasanah Sudrajat, S.Sos., M.Si, yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, meluangkan waktu serta pikiran dalam memberikan petunjuk dan kritik serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Jajaran dosen dan staf karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Maman Kusmanto dan Ibu Lilis Heryani yang terus memberikan do’a serta dukungan materil dan moral yang luar biasa sehingga penulis hingga saat ini dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang merupakan tahap akhir dari pendidikan sarjana. Serta kepada adik penulis, Yunia Kusmayanti yang dapat menjadi adik sekaligus teman yang dapat menghibur penulis sehingga memberi semangat baru bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.

7. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2010, Universitas Telkom.
8. Sahabat terdekat penulis Monita Mustika, Utami Febria, Dila Fadillah, dan Ahmad Fitriadi, yang selalu bertukar dukungan serta semangat untuk dapat menyelesaikan perkuliahan bersama-sama. Karena rasa kebersamaan dari kalian sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan penyelesaian skripsi.
9. Adik kelas penulis, Afifah Ihsani W dan Gilar Dwitresna yang telah memberikan bantuan dalam kelancaran pelaksanaan seminar proposal sehingga dapat berjalan dengan maksimal.
10. Teman sejak SMP dan satu kontrakan semenjak awal perkuliahan, Ivan Arifin yang menemani penulis ketika mengalami kejenuhan penyusunan skripsi di kontrakan.
11. Keluarga besar yang berada di Ciamis, teman-teman dari SMP – SMA dan teman-teman yang ada di sekitar penulis yang memotivasi proses penyelesaian skripsi dengan pertanyaan yang selalu mereka lontarkan mengenai kapan penulis akan wisuda.
12. Serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritik serta saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun untuk pembaca.

Bandung, April 2014

Penulis

Ricki Hermanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Fokus Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Tahapan Penelitian	8
1.7 Waktu Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori	25
2.2.1 Komunikasi Sebagai Pertukaran Makna	25
2.2.2 Televisi	27
2.2.3 Televisi Sebagai Komunikasi Massa	28
2.2.4 Iklan	29
2.2.5 Elemen Iklan Televisi	30
2.2.6 Strategi Kreatif Iklan	31
2.2.7 Komunikasi Verbal	34
2.2.8 Komunikasi Nonverbal	35
2.2.9 Tanda dan Makna.....	37
2.2.10 Ekspresi Wajah.....	39
2.2.11 Kontak Mata.....	40

2.2.12 Bahasa Tubuh	41
2.2.13 Pakaian.....	41
2.2.14 Psikologi Warna	42
2.2.15 Pengambilan Gambar	44
2.2.16 Masa Dewasa	48
2.2.17 Semiotika	50
2.2.18 Semiotika Roland Barthes	51
2.2.20.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotatif)	52
2.2.20.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotatif)	53
2.2.20.3 Mitos	56
2.3 Kerangka Berfikir	59

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	60
3.2 Metode Penelitian	61
3.3 Objek Penelitian	61
3.4 Definisi Konsep	64
3.5 Unit Analisis	65
3.6 Pengumpulan Data	72
3.7 Teknik Keabsahan Data	73
3.8 Teknik Analisis Data	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Data.....	75
4.1.1 Data	75
4.2 Hasil Analisis dan Interpretasi Data.....	76
4.2.1 <i>Scene</i> Pertama	79
4.2.1.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi).....	80
4.2.1.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi)	81
4.2.1.3 Mitos <i>Scene</i> Pertama.....	83
4.2.2 <i>Scene</i> Kedua.....	86
4.2.2.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi).....	87

4.2.2.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	88
4.2.2.3	Mitos <i>Scene</i> Kedua.....	89
4.2.3	<i>Scene</i> Ketiga	92
4.2.3.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	93
4.2.3.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	94
4.2.3.3	Mitos <i>Scene</i> Ketiga.....	95
4.2.4	<i>Scene</i> Keempat	97
4.2.4.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	98
4.2.4.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	99
4.2.4.3	Mitos <i>Scene</i> Keempat.....	101
4.2.5	<i>Scene</i> Kelima	103
4.2.5.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	104
4.2.5.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	105
4.2.5.3	Mitos <i>Scene</i> Kelima.....	106
4.2.6	<i>Scene</i> Keenam	108
4.2.6.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	108
4.2.6.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	109
4.2.6.3	Mitos <i>Scene</i> Keenam.....	110
4.2.7	<i>Scene</i> Ketujuh.....	112
4.2.7.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	113
4.2.7.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	113
4.2.7.3	Mitos <i>Scene</i> Ketujuh	114
4.2.8	<i>Scene</i> Kedelapan.....	116
4.2.8.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	117
4.2.8.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	117
4.2.8.3	Mitos <i>Scene</i> Kedelapan	118
4.2.9	<i>Scene</i> Kesembilan.....	120
4.2.9.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	121
4.2.9.2	Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi).....	121
4.2.9.3	Mitos <i>Scene</i> Kesembilan	123
4.2.10	<i>Scene</i> Kesepuluh	125
4.2.10.1	Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)	126

4.2.10.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi)	127
4.2.10.3 Mitos <i>Scene</i> Kesepuluh.....	128
4.2.11 <i>Scene</i> Kesebelas.....	129
4.2.11.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi).....	130
4.2.11.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi)	131
4.2.11.3 Mitos <i>Scene</i> Kesebelas.....	132
4.2.12 <i>Scene</i> Kedua Belas.....	134
4.2.12.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi).....	135
4.2.12.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi)	137
4.2.12.3 Mitos <i>Scene</i> Kedua Belas	138
4.2.13 <i>Scene</i> Ketiga Belas	140
4.2.13.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi).....	140
4.2.13.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi)	141
4.2.13.3 Mitos <i>Scene</i> Ketiga Belas	142
4.2.14 <i>Scene</i> Keempat Belas.....	143
4.2.14.1 Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi).....	144
4.2.14.2 Sistem Pemaknaan Tingkat Kedua (Konotasi)	145
4.2.14.3 Mitos <i>Scene</i> Keempat Belas	146

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	148
5.2 Saran.....	153

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Three Indie+ Menjadi Topik Pembicaraan di Dunia Maya ...	5
Gambar 2.1 Ekspresi Wajah.....	39
Gambar 2.2 Peta Tanda Roland Barthes	51
Gambar 2.3 Mitologi Roland Barthes	57
Gambar 3.1 Potongan Scene Iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok	63
Gambar 4.1 Peta Tanda Scene Pertama	84
Gambar 4.2 Peta Tanda Scene Kedua.....	89
Gambar 4.3 Peta Tanda Scene Ketiga.....	96
Gambar 4.4 Peta Tanda Scene Keempat.....	101
Gambar 4.5 Peta Tanda Scene Kelima.....	106
Gambar 4.6 Peta Tanda Scene Keenam	111
Gambar 4.7 Peta Tanda Scene Ketujuh	115
Gambar 4.8 Peta Tanda Scene Kedelapan	118
Gambar 4.9 Peta Tanda Scene Kesembilan	123
Gambar 4.10 Peta Tanda Scene Kesepuluh	128
Gambar 4.11 Peta Tanda Scene Kesebelas	133
Gambar 4.12 Peta Tanda Scene Kedua Belas	138
Gambar 4.13 Peta Tanda Scene Ketiga Belas.....	142
Gambar 4.14 Peta Tanda Scene Keempat Belas	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Penelitian	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Unit Analisis Iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok.....	66
Tabel 4.1 Unit Analisis <i>Scene</i> Pertama	79
Tabel 4.2 Unit Analisis <i>Scene</i> Kedua	86
Tabel 4.3 Unit Analisis <i>Scene</i> Ketiga.....	92
Tabel 4.4 Unit Analisis <i>Scene</i> Keempat	98
Tabel 4.5 Unit Analisis <i>Scene</i> Kelima.....	103
Tabel 4.6 Unit Analisis <i>Scene</i> Keenam	108
Tabel 4.7 Unit Analisis <i>Scene</i> Ketujuh.....	112
Tabel 4.8 Unit Analisis <i>Scene</i> Kedelapan	116
Tabel 4.9 Unit Analisis <i>Scene</i> Kesembilan	120
Tabel 4.10 Unit Analisis <i>Scene</i> Kesepuluh	126
Tabel 4.11 Unit Analisis <i>Scene</i> Kesebelas	129
Tabel 4.12 Unit Analisis <i>Scene</i> Kedua Belas	135
Tabel 4.13 Unit Analisis <i>Scene</i> Ketiga Belas	140
Tabel 4.14 Unit Analisis <i>Scene</i> Keempat Belas	144

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Tahapan Penelitian.....	9
Bagan 2.1 Kerangka Berfikir	52