



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PEMAKNAAN SENSUALITAS PADA IKLAN CETAK ES KRIM HAAGEN-  
DAZS VERSI “WAITING ONLY MAKES IT SWEETER” (ANALISIS  
SEMOTIK FERDINAND DE SAUSSURE)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)**

**Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**RANDY ANGGA ISLAMY**

**44311120065**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2014**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **PEMAKNAAN SENSUALITAS PADA IKLAN CETAK ES  
KRIM HAAGEN-DAZS VERSI 'WAITING ONLY MAKES  
IT SWEETER'**  
(ANALISIS SEMIOTIK FERDINAND DE SAUSSURE)

Nama : Randy Angga Islamy  
NIM : 44311120065  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 Agustus 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

**Dekan Fakultas Komunikasi**

Dr. Agustina Zubair.,M.Si.

**Ketua Bidang Studi**

Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI ADVERTISING & MARCOMM**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PEMAKNAAN SENSUALITAS PADA IKLAN CETAK ES  
KRIM HAAGEN-DAZS VERSI 'WAITING ONLY MAKES  
IT SWEETER'**  
(ANALISIS SEMIOTIK FERDINAND DR SAUSSURE)

Nama : Randy Angga Islamy

NIM : 44311120065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

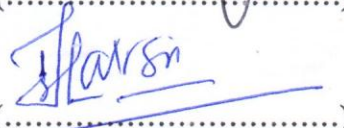
**MERCU BUANA**

Jakarta, 09 Agustus 2014

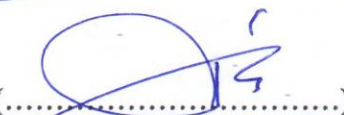
Ketua Sidang,  
Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si

  
(.....)

Penguji Ahli,  
Dadan Iskandar.,M.Si

  
(.....)

Pembimbing I,  
Dr. Farid Hamid.,M.Si

  
(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI ADVERTISING & MARCOMM**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **PEMAKNAAN SENSUALITAS PADA IKLAN CETAK ES  
KRIM HAAGEN-DAZS VERSI 'WAITING ONLY MAKES  
IT SWEETER'**  
(ANALISIS SEMIOTIK FERDINAND DE SAUSSURE)

Nama : Randy Angga Islamy

NIM : 44311120065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising dan Marketing Communication

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Agustus 2014

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PEMAKNAAN SENSUALITAS PADA IKLAN CETAK ES KRIM HAAGEN-DAZS VERSI 'WAITING ONLY MAKES IT SWEETER' (ANALISIS SEMIOTIK FERDINAND DR SAUSSURE)". Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercubuana.

Skripsi ini merupakan hasil observasi, pengamatan langsung dan pengolahan data selama penulis melakukan penelitian analisis semiotik pada iklan cetak es krim Haagen-Dazs. Skripsi ini disusun untuk mengidentifikasi tanda-tandan dan mengetahui pemaknaan sensualitas pada iklan es krim Haagen-Dazs.

Proses penyusunan skripsi ini, mulai dari proses observasi sampai pada tahap akhir penulisan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah dengan ikhlas membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid M,Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan berupa arahan, saran dan kritik kepada penulis.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair M,Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

3. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M,Si. selaku ketua bidang studi Advertising and Marketing Communication Universitas Mercubuana.
4. Kedua orang tua tercinta atas segala kasih sayang dan cinta, dukungan moril dan materil, bimbingan dan dorongan semangat yang telah diberikan serta senantiasa berdoa dengan tulus ikhlas dan tiada henti.
5. Bang Vino dan Kak Icha, Kak Gina dan Bang Gery, Bang Ryan, Rezel, Nay, Lana dan Vania terima kasih atas doa, perhatian dan dukungannya.
6. Suci Septiani yang selalu memberikan doa, perhatian, saran, dorongan, semangat serta sebagai teman diskusi selama ini.
7. Teman-teman Markom angkatan 20 yang telah memberikan bantuan, kerjasama, kebersamaan dan kekompakan selama ini.
8. Seluruh staff Universitas Mercubuana serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan skripsi. Namun diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penilai.

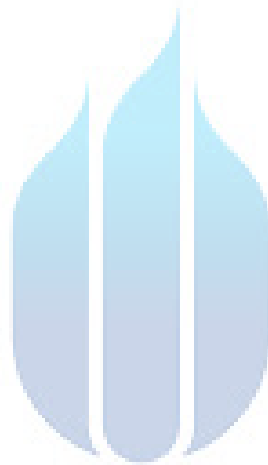
Jakarta, Agustus 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2. Iklan Sebagai Sarana Penyampaian Pesan.....	11
2.2.1. Definisi Iklan.....	11
2.2.2. Fungsi Periklanan.....	12
2.2.2. Jenis-jenis Iklan.....	14
2.2.4. Pesan Pada Iklan.....	17
2.3. Pesan dan Makna.....	20
2.4. Semiotika.....	24
2.4.1 Model Analisis Semiotik Ferdinand Saussure.....	28
2.4.2 Tanda dan Makna.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1. Paradigma.....	38
3.2. Metode Penelitian.....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5. Unit Analisa.....	43
3.7. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1. Gambaran Umum Haagen-Dazs.....	47

4.2.	Deskripsi Iklan Cetak Haagen-Dazs “Waiting Only Makes It Sweeter” .....	49
4.3.	Hasil Penelitian.....	50
4.4.	Pembahasan.....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>85</b>
5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>88</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Denotasi dan Konotasi Arthur Asa Berger.....	28
-------------------------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Semiotik Saussure.....	32
Gambar 2. Iklan Cetak Es Krim Haagen-Dazs.....	51

