



**MAKNA POSTER PROMOSI FILM PINTU TERLARANG
(ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah

Satu syarat untuk memperoleh Gelar sarjana Strata 1(S-1)

Komunikasi Bidang Studi Advertising &Marketing Communications

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

Gita Barkah

44311120074

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2014



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Gita Barkah
N.I.M : 44311120074
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising dan Marketing Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Pernjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 25 Oktober 2014



Gita Barkah



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **MAKNA POSTER PROMOSI FILM PINTU TERLARANG
(ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE)**

Nama : Gita Barkah

N.I.M : 44311120074

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising dan Marketing Komunikasi

Jakarta, 25 Oktober 2014

Mengetahui,
pembimbing

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Dewi Sad Tanti S.Sos., M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **MAKNA POSTER PROMOSI FILM PINTU TERLARANG
(ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE)**

Nama : Gita Barkah

N.I.M : 44311120074

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising dan Marketing Komunikasi

Jakarta, 25 Oktober 2014

Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid., M.Si

Penguji Ahli
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si

Dosen Pembimbing
Dewi Sad Tanti S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Handwritten signature)

(Handwritten signature)

(Handwritten signature)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **MAKNA POSTER PROMOSI FILM PINTU TERLARANG
(ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE)**

Nama : Gita Barkah

N.I.M : 44311120074


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising dan Marketing Komunikasi

Jakarta, 25 Oktober 2014

Mengetahui,
pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Dewi SadTanti S, Sos., M.Si

Dekan Fakultas Komunikasi



Dr. Agustina Zubair., M.Si

Ketua Bidang Studi



Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si

KATA PENGANTAR

Jutaan rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "MAKNA PROMOSI FILM PINTU TERLARANG (ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE)".

Skripsi ini ditulis sebagai 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 poster film Pintu Terlarang. Skripsi ini disusun untuk mengidentifikasi tanda-tanda yang ada dalam iklan cetak tersebut serta untuk mengetahui maknanya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, mulai dari proses observasi sampai pada tahap akhir penulis mendapatkan banyak sekali bantuan dari teman, rekan, orang tua, dan para civitas akademika Universitas Mercubuana. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dewi S. Tanti, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran 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. Papa dan mama yang berada di Bengkulu, walaupun jauh tapi yakin berkat doa-doa dari merekalah yang selalu menguatkan penulis hingga akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini
7. Randy dan uci, yang membuat saya terpacu untuk terus menyelesaikan skripsi ini, makasih boi!
8. Teman-teman Markom angkatan 20 yang telah memberikan bantuan, kerjasama, kebersamaan dan kekompakan selama ini.
9. Seluruh staff Universitas Mercubuana serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, skripsi ini pasti ada kekurangan dan kelebihan dan jauh dari kata 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,25 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Periklanan dan Pengertiannya	7
2.2.1. Pengertian Periklanan.....	7
2.2.2. Tujuan Periklanan.....	10
2.2. Jenis Iklan	10
2.3. Poster Sebagai Salah Satu Media Advertising	13
2.4. Media Poster.....	15
2.4.1 Pengertian Poster.....	15
2.4.2 Jenis Poster.....	16
2.4.3. Elemen-Elemen Visual Dalam Poster Film.....	17
2.4.3.1 Keseimbangan (<i>balancing</i>).....	17
2.4.3.2 Ilustrasi.....	18
2.4.3.3 Titel Kredit (<i>Credit Title</i>).....	20
2.4.3.4 Tipografi.....	21

2.4.3.5	Warna.....	24
2.4.3.6	Layout.....	26
2.5.	Semiotika dan Makna Pesan.....	28
2.5.1	Semiotika Charles S. Peirce.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1.	Paradigma Penelitian	36
3.2.	Metode Penelitian.....	38
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Data Primer.....	38
3.3.2	Data Sekunder.....	39
3.4.	Objek Penelitian.....	39
3.5.	Unit Analisis.....	40
3.6.	Teknis Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN		44
4.1.	Gambaran Umum Film Pintu Terlarang	44
4.2.	Profil Poster Film Pintu Terlarang	46
4.3.	Deskripsi Iklan Poster Film Pintu Terlarang	49
4.4.	Deskripsi Analisis Iklan Poster Film Pintu Terlarang	50
4.5.	Hasil Penelitian.....	49
4.6.	Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		67
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2.	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Teori Segitiga Makna.....	41
Tabel 3. 2. Analisis Semiotika Poster Film Pintu Terlarang.....	42 -43
Tabel 4.1. Makna pesan promosi dengan Teori Semiotika Peirce.....	55-58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model Semiotik Segitiga Makna Peirce.....	35
Gambar 3.1	Poster Film Pintu Terlarang.....	40
Gambar 4.1.	Poster Film Pintu Terlarang.....	47

