



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PEMAKNAAN KONSUMERISME PADA WANITA DI IKLAN KARTU
KREDIT BCA**

(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)

SKRIPSI

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

Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

VINY NURULITA

44309110073

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA

2014



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **PEMAKNAAN KONSUMERISME PADA WANITA
DI IKLAN KARTU KREDIT BCA
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)**

Nama : **Viny Nurulita**

NIM : **44309110073**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Marketing Communication & Advertising**

Jakarta, Desember 2014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR KELULUSAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **PEMAKNAAN KONSUMERISME PADA WANITA
DI IKLAN KARTU KREDIT BCA
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)**

Nama : **Viny Nurulita**

NIM : **44309110073**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Marketing Communication & Advertising**

Jakarta, Desember 2014

Menyetujui,

1. Ketua Sidang,

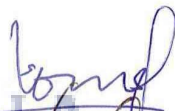
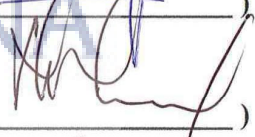
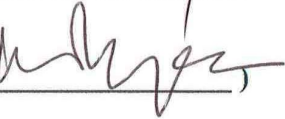
Dr. Yoyoh Hereyah. M.Si

2. Penguji Ahli

Morissan. MA

3. Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana. M.Si

()
()
()



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

**Judul : PEMAKNAAN KONSUMERISME PADA WANITA
DI IKLAN KARTU KREDIT BCA
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)**

Nama : Viny Nurulita

NIM : 44309110073

Fakultas : Ilmu Komunikasi

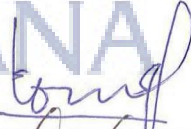
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Desember 2014

Menyetujui,

1. Ketua Sidang,

Dr. Yoyoh Hereyah. M.Si

()

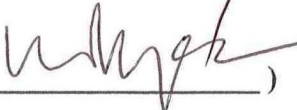
2. Penguji Ahli

Morissan. MA

()

3. Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana. M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul : PEMAKNAAN KONSUMERISME PADA WANITA
DI IKLAN KARTU KREDIT BCA
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)**

Nama : Viny Nurulita

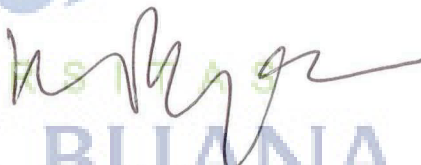
NIM : 44309110073

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Desember 2014

Mengetahui,
Pembimbing,



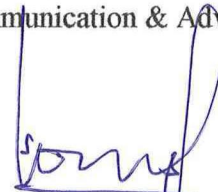
Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Agustina Zubair M.Si

Ketua Bidang Studi Marketing
Communication & Advertising



Dr. Yoyoh Hereyah M.Si.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah puji syukur segala rahmat dan karunia-Nya yang telah meridhoi segala upaya peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul Pemaknaan Konsumerisme Pada Wanita di Iklan Kartu Kredit BCA (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce).

Atas ridho Allah SWT, dan berkat kegigihan yang dicanangkan oleh peneliti, doa, semangat, bimbingan serta bantuan yang peneliti terima baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, sehingga pada akhirnya peneliti pun dapat menyelesaikan penulisan skripsi tersebut.

Dimata peneliti keberkahan ini adalah sebuah anugerah yang selalu memotivasi agar terus bergerak maju karena apa yang sudah menjadi prinsip peneliti, **“Hidup itu harus bergerak, Diam berarti kematian”**.

Tidak lupa ucapan terima kasih yang tiada taranya peneliti sampaikan untuk Mama, Papa, serta adik-adik tercinta dan terkasih yang selalu ada untuk peneliti dalam doa, dukungan baik spiritual maupun moral, serta materi untuk peneliti yang tak terhingga besarnya dan tak terukur oleh apapun. Serta seluruh keluarga peneliti yang tak luput mendukung penuh dalam menjalankan segala aktivitas ini.

Berhasilnya penelitian ini tak luput berkat bantuan dari banyak pihak. Melalui kesempatan ini, dengan hormat peneliti untuk menyampaikan terima kasih yang tak terhingga dan tak terukur, serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Agustina Zubair M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku dosen pembimbing peneliti pada skripsi ini, yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan, arahan, semangat, serta ilmu-ilmu yang berharga kepada peneliti selama ini.
3. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan, yang telah memberikan ilmunya, izin penelitian serta kemudahan-kemudahan lainnya dalam penelitian.
4. Ibu Mira, selaku Dosen Riset Advertising & Marketing Communication, yang telah memberikan pengarahan materi di awal.
5. Bapak Indiwani, selaku Dosen Seminar Advertising & Marketing Communication, yang telah memberikan motivasi untuk terus memperbaiki tulisannya.
6. Papa, Mama, Vicki, dan Fathir yang merupakan semangat utama peneliti untuk tetap bertahan melanjutkan perjalanan sekolah terusan ini.
7. Muzakkir Yahya yang selalu menjadi ojek pribadi dari semester tiga hingga kini.
8. Mochamad Iqbal, Anggi Saputra, Faizal Riza, dan Rina Elva Manurung selaku rekan sejawat yang tetap bertahan hingga akhir, serta Dini Fadillah, Yeldi, Ilyas, Piganta, Vey, Nova, Hana Asih, Fitria Farhana, dan seluruh rekanan satu angkatan yang akan selalu ada dihati.
9. Rini Dwi Lestari yang selalu sabar menjawab pertanyaan dari awal penelitian hingga akhir.
10. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberi dukungan, arahan serta bantuan-bantuannya kepada peneliti.

Peneliti menyadari skripsi masih jauh dari kesempurnaan, baik dari materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat pada siapapun yang membaca dan mempelajarinya.

Jakarta, Desember 2014

Peneliti

Viny Nurulita



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR KELULUSAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	13
1.2 Fokus Penelitian	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Akademis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	19

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi sebagai pertukaran tanda dan makna	20
2.2 Semiotika.....	21
2.2.1 Semiotika Charles Sanders Pierce	24
2.3 Iklan.	29
2.3.1 Tipografi	30
2.3.2 Komposisi Warna	32
2.3.3 Tanda dan makna dalam pesan iklan	34
2.4 Citra Wanita Dalam Iklan	37
2.5 Konsumerisme	39
2.5.1 Asal mula konsumerisme	39
2.5.2 Wanita dan Konsumerisme	43

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma.....	45
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Subyek Penelitian	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder	48
3.5 Teknik Analisis Data	48

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah Perusahaan Bank Central Asia	50
4.1.2 Profil Produk Kartu Kredit Bank Central Asia	52
4.2 Hasil Penelitian	56
4.3 Pembahasan Penelitian	61

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA