



Representasi Nilai – Nilai Hidup Modern Pada Iklan Cetak SMS Banking BRI  
(Analisis Semiotika)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Komunikasi Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)

Disusun Oleh

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

NAMA : TEJO ANDRIASTONO  
NIM : 44310110029  
BIDANG STUDI : MARKETING COMMUNICATION AND  
ADVERTISING

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**2013**



**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION AND  
ADVERTISING  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Tejo Andriastono  
NIM : 44310110029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising  
Judul : Representasi Nilai – Nilai Hidup Modern Pada Iklan Cetak SMS  
Banking BRI (Analisis Semiotika)

Jakarta, 23 Desember 2012

Mengetahui

Pembimbing,

Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Nama : Tejo Andriastono  
NIM : 44310110029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising  
Judul : Representasi Nilai – Nilai Hidup Modern Pada Iklan Cetak SMS  
Banking BRI (Analisis Semiotika)

Jakarta, 6 Januari 2013

**Ketua Sidang**

(Drs, Morissan, S.H, M.A)

**Penguji Ahli**

(A. Judhie Setiawan SE.,M.Si).

**Pembimbing**

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)





**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION AND  
ADVERTISING  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Tejo Andriastono  
NIM : 44310110029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising  
Judul : Representasi Nilai – Nilai Hidup Modern Pada Iklan Cetak SMS  
Banking BRI (Analisis Semiotika)

Jakarta, 31 Januari 2013

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmannirrahim. Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini, dan tiada kata yang terucap kecuali puji syukur yang tidak terhingga penulis panjatkan kepada yang maha Esa, pemberi segala kemampuan atas segala nikmat sehat, panjang umur, kekuatan, ketabahan, rahmat dan hidayah yang diberikan kepada penulis selama ini.

Dengan segala daya upaya, usaha serta doa yang tak henti-hentinya akhirnya skripsi yang berjudul “Representasi Nilai – Nilai Hidup Modern Pada Iklan Cetak SMS Banking BRI (Analisis Semiotika)” telah dapat terselesaikan dengan baik, guna memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, bidang studi Marketing Communication and Advertising.

Penulis menyadari penelitian ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak lainnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Bidang Studi Marketing Communication and Advertising yang dengan rela memberikan ilmu, bimbingan, dan meluangkan waktunya untuk membantu, mengingatkan, serta memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Orang tua penulis yang telah memberikan dorongan baik moril serta doa restu yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan penulisan ilmiah ini.
4. Dandis Abi Baruno, adik penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
5. Alessa dan Kayla, *my little angle* yang selalu tersenyum dan memberikan tingkah lucunya untuk menghibur penulis

6. dr. Annisa Nur Aini, terima kasih untuk dukungan, perhatian, doa dan semangat yang telah diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan penelitian ini.
7. Semua pengajar, Ibu / Bapak Dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmunya kepada kami semua khususnya pada peneliti, selama peneliti menempuh perkuliahan dari semester pertama sampai peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Rekan – rekan Divisi MarComm Bank BRI, (Roma, Anthon, Gerry, Aldy), rekan – rekan bagian BCM I, BCM II, MMT, dan MPD, terima kasih atas dukungannya.
9. Management PT. Republika Media Mandiri – Republika Online, atas pengertian dan ijinnya bagi penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
10. Para sahabat-sahabat yang tergabung dalam Tim Caur, MarCom angkatan 17 kelas PKK, dan parasahabat lain yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk Universitas Mercu Buana yang telah memberikan fasilitas selama proses pembelajaran ini dan hingga akhirnya penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ilmiah ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karenanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian akan penulis terima dengan tangan terbuka.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, amin.

*Wassalammualaikum WR. WB*

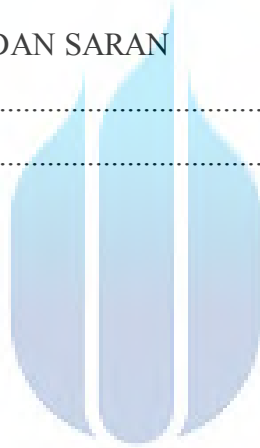
Jakarta, Januari 2013

**T. Andriastono**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Akademis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Tanda dan Makna Dalam Iklan.....	7
2.2 Semiotika Sebagai Metode Analisis Tanda Dalam Iklan.....	11
2.3 Warna .....	13
2.4 Tipografi .....	17
2.5 Representasi.....	19
2.6 Teori Semiotika Pierce .....	24
2.7 Nilai Hidup Modern .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Objek Penelitian .....	41

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.2 Data Primer.....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.5 Fokus penelitian.....	42
3.6 Metode Analisa Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat Bank BRI.....	48
4.1.2 Gambaran Umum SMS Banking BRI.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.3 Pembahasan Penelitian.....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pembagian Interpretant Menurut Pierce .....	27
Tabel 2.2 Klasifikasi Tanda versi Charles S. Peirce .....	30
Tabel 3.1 Klasifikasi Tanda Yang Utama .....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Segitiga Makna Peirce .....	28
Gambar 3.1 Hubungan Segitiga Makna Pierce .....	45
Gambar 4.1 Iklan cetak “SMS Banking BRI” .....	51

