



**KRITIK SOSIAL TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME MELALUI
KARTUN BENNY & MICE DI HARIAN KOMPAS
– SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

Disusun oleh:

CHERLY ANITA OSA REBO

44310110050

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



**Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : KRITIK SOSIAL TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME
MELALUI KARTUN BENNY & MICE DI HARIAN
KOMPAS – SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES

Nama : Cherly Anita Osa Rebo

NIM : 44310110050


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 16 Februari 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Skripsi



(Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si.)



**Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : KRITIK SOSIAL TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME
MELALUI KARTUN BENNY & MICE DI HARIAN
KOMPAS – SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES
Nama : Cherly Anita Osa Rebo
NIM : 44310110050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 16 Februari 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Skripsi



(Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi



(Dr. Agustina, M.Si)



(Dra. Yoyoh Hereyah M.Si)



**Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : KRITIK SOSIAL TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME
MELALUI KARTUN BENNY & MICE DI HARIAN
KOMPAS – SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES

Nama : Cherly Anita Osa Rebo

NIM : 44310110050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 16 Februari 2013

1. Ketua Sidang

(Novi Erlita M.A)


(.....)

2. Penguji Ahli

(Dra. Tri Diah Cahyawati, M. Si)


(.....)

3. Pembimbing

(Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si.)


(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan Kristus Yesus atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Suatu pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Tentunya dalam proses tersebut penulis banyak menemui kesulitan. Walaupun skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna, peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk hasil yang terbaik. Usaha yang penulis lakukan tidak terlepas dari dorongan orang-orang yang telah banyak memberikan inspirasi, motivasi, perhatian dan kasih sayang. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si
2. Bpk. Cornelis Osa (Alm)
3. Ibu Maria Caroline Rebo (Alm)

Semoga TYME memberikan balasan kebaikan yang tak terhingga kepada mereka semua. Amin.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan saran serta masukannya. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan sumbangan dalam perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, dan khususnya dalam bidang studi semiotika komunikasi.

Jakarta, 26 Januari 2013

Cherly Anita Osa Rebo

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	6
1.2	Perumusan Masalah	9
1.3	Tujuan Penelitian	9
1.4	Kegunaan Penelitian	9
1.4.1	Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2	Kegunaan Akademis	10
1.4.3	Kegunaan Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi Sebagai Pertukaran Tanda dan Makna.....	11
2.1.1	Komunikasi Massa	12
2.1.2	Media Massa	13
2.2	Surat Kabar.....	16
2.3	Kartun	17
2.4	Kritik.....	19
2.5	Budaya Konsumerisme.....	20
2.6	Analisis Semiotika.....	28
2.7	Pendekatan Roland Barthes.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	42
3.2	Metode Penelitian	43
3.3	Unit Analisis	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5	Fokus Penelitian.....	47
3.6	Teknik Analisis Data.....	47

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Profil Kompas	49
4.1.2	Profil Benny & Mice	50
4.2	Hasil Penelitian	53
4.2.1	Kartun Benny & Mice di Harian Kompas	55
4.2.2	Pesan Linguistik.....	56
4.2.3	Pesan Ikonik Yang Terkodekan.....	61
4.2.4	Pesan Ikonik Yang Tak Terkodekan.....	66
4.2.5	Mitologi.....	69
4.2.6	Ideologi.....	74
4.3	Pembahasan	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN