



**PEMAKNAAN PESAN IKLAN AIR MINUM ADES VERSI
“LANGKAH KECIL MEMBERIKAN PERUBAHAN”
DI TELEVISI**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Hasbiallyh

44407010013

Visual and Art Communication

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2013



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Hasbialloh
Nim : 44407010013
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul skripsi : Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Ades versi "Langkah Kecil Memberikan Perubahan" Di Televisi

Jakarta, 26 April 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Hasbialloh

Nim : 44407010013

Bidang Studi : Visual and Art Communication

Judul skripsi : Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Ades versi “Langkah Kecil
Memberikan Perubahan” Di Televisi

Disetujui dan diketahui oleh :

1. Ketua Sidang
Suryaning Hayati, MM
2. Penguji Ahli
Dadan Iskandar, M.Si
3. Pembimbing
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si


(.....)

(.....)

(.....)

Jakarta, 6 Juni 2013



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Hasbialloh
Nim : 44407010013
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul skripsi : Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Adesversi "Langkah
Kecil Memberikan Perubahan" Di Televisi

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.si)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Visual and Art Communication

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Hasbiallyh
Nim : 44407010013
Bidang Studi : Visual and Art Communication
Judul skripsi : Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Ades versi "Langkah Kecil Memberikan Perubahan" Di Televisi

No	Nama Penguji	Usulan Perbaikan	Hasil Perbaikan	BAB / Halaman	TTD. Persetujuan Sidang
1	Suryaning Hayati, MM	Efek Komunikasi Melalui iklan Ades dijelaskan (LBM) Kaitkan dengan unsur iklan yg diteliti		Bab / 1 1 s/d 7	
2	Dadan Iskandar, M.Si	Analisis Stop Motion jelaskan maknanya, Analisis diperbaiki, elemen-elemen yg dievaluasi lebih diperbaiki		Bab / IV 46 s/d 80	
3	Drs. Ahmad Mulyana, M.Si	Penjelasan kata-kata "Remukan"		Bab / IV 81 s/d 90	

Diperiksa & disetujui oleh,

Ketua Bidang Studi
Tanggal :

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'aalamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul : "Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Ades versi "Langkah Kecil Memberikan Perubahan" Di Televisi" dengan baik. Arti pentingnya skripsi ini dalam konteks ilmu komunikasi paling tidak memberikan informasi yang cukup bermanfaat dan dapat membuka wawasan pembaca mengenai komunikasi visual pada media elektronik.

Mengingat hanya Allah SWT-lah yang Maha Sempurna, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan demi perbaikan pemikiran dan penyusunan yang lebih baik lagi.

Terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang banyak memberikan sumbangan yang sangat berarti baik moril maupun materil. Untuk itu dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Visual Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan selaku pembimbing yang telah memberikan waktu diantara kesibukannya dan selalu sabar untuk memberikan bimbingan, masukan dan semangat

yang cukup berarti untuk segera menyelesaikan skripsi ini kepada penulis.

2. Ibu Dra. Diah Wardhani Msi selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Kedua orang tuaku tercinta “KH.Tohari (Alm) & Hj. Rodiah” atas doa, dukungan dan kasih sayang tak ternilai yang telah diberikan selama ini.
4. Istri tercinta “Dita Pertiwi & anakku Siti Azkia Azahra” atas dukungan dalam hal apapun, doa dan kasih sayang yang tiada henti dalam setiap langkahku, kepada keponakanku yang cantik-cantik, juga kepada kakak, ade, ipar dan semuanya yang telah membantu memberikan dukungan moril dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen yang telah memberi ilmu dan bimbingan kepada saya selama mengikuti perkuliahan di FIKOM Universitas Mercu Buana.
6. Sahabat-sahabatku “Deni Sutresna (Gembul)” Indra Permana” , Ade Priyansyah (Sinyo)” Tedy Samsyudin”, Aria Walpres “, Agung Laksana”, Jamal Nur Lail”, Tri Yoga “ Fahji (Otoy) ”, Dini Septiani “, Siska Hendrayani ” , Dias Ramadhani “, Frela “, Stepahanie (Cici) “, Nanda “, Dahlia ” Riza. dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Rekan – rekan Visual And Art Communication Angkatan 2004 Sampai 2011
8. Seluruh Karyawan, Staf Sekretariat / Tata Usaha Fikom Universitas Mercu Buana yang selalu bersedia melayani kebutuhan administrasi penulis dalam kegiatan perkuliahan maupun proses penyelesaian skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak tersebut di atas, dan semoga penelitian

dalam skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi bidang ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang berkenan membacanya. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang akan membantu serta berguna bagi penulis untuk lebih maju dimasa yang akan datang.

Jakarta, 10 Juni 2013

Penulis





ABSTRAKSI

Hasbiallyh (44407010013)

Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” Di Televisi

xi + 95 halaman ; lampiran

Bibliografi : 20 Acuan (1996-2008)

Iklan (*advertisement*), sebagai sebuah objek semiotika, mempunyai perbedaan mendasar dengan desain yang bersifat tiga dimensional, khususnya desain produk. Iklan, mempunyai fungsi komunikasi langsung (*direct communication function*), sementara sebuah desain produk mempunyai fungsi komunikasi yang tidak langsung (*indirect communication function*). Iklan di televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan iklan media cetak, yakni memungkinkan diterimanya tiga kekuatan yaitu narasi, suara dan visual ketiganya kemudian membentuk sebuah sistem pertandaan yang bekerja untuk mempengaruhi penontomnya. Demikian juga dengan iklan air minum Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” yang ditayangkan pada media televisi diharapkan dapat memberikan pesan secara visualisasi terhadap masyarakat tentang produk yang nantinya akan mendukung pencitraan produk yang baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan pesan yang terkandung dalam iklan air minum Ades Versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” di televisi.

Dalam analisis data penelitian penulis menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Saussure yakni *Signifier* (penanda) adalah bunyi atau coretan bermakna, dan *signified* adalah gambar mental atau konsep sesuatu dari *Signifier* (penanda). Hubungan antara keberadaan fisik tanda atau konsep mental tanda tersebut dinamakan *signification*. Dengan kata lain *signification* ada upaya member makna terhadap dunia.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisa semuologi komunikasi. Penelitian ini hanya memaparkan situasi atau wacana, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, sehingga data bersifat kategori substansif yang kemudian diinterpretasikan dengan rujukan, acuan, dan referensi – referensi ilmiah.

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan, makna pesan dari iklan air minum Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” adalah memberikan kesan kepada masyarakat bahwa Ades sangat peduli kepada lingkungan. Kesan yang ditanam dari pesan iklan Ades ini dari pandangan penulis dinilai sangat bermanfaat karena mengajak masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dengan suatu langkah kecil. Namun dalam iklan ini kurang sedikit spesifikasi dalam penyampaian isi pesan iklan terutama tentang manfaat dari perubahan yang nantinya didapat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II : KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi sebagai Intuisi Tanda dan Makna	10
2.2. Iklan pada Media Televisi	11
2.3. Semiotika	22
2.3.1. Semiotika Komunikasi Visual.....	22
2.3.2. Kode.....	30

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian.....	36
3.3. Objek Penelitian	37
3.4. Tehnik Pengumpulan Data	37
3.4.1. Data Primer	37
3.4.2. Data Sekunder.....	38
3.5. Tahapan Analisa Data	38
3.6. Tehnik Analisis Data.....	39

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1 Deskripsi Air Minum Dalam Kemasan Ades.....	42
4.1.2. Iklan Air Minum dalam Kemasan Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” di televisi	44
4.1.3. Pemaknaan Pesan Iklan Air Minum Ades Versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” di televisi	47
4.2. Pembahasan	81

BAB V : KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	<i>Scene Iklan Air Minum Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” Di Televisi.....</i>	46
Gambar 4.2.	Seorang pria yang sedang berjalan	48
Gambar 4.3.	Seorang pria yang sedang memegang botol minuman.....	51
Gambar 4.4.	Botol air minum kemasan Ades	53
Gambar 4.5.	Seorang pria yang akan membuka botol kemasan Ades	55
Gambar 4.6.	Seorang pria yang sedang meminum minuman Ades	58
Gambar 4.7.	Seorang pria yang memegang botol minuman Ades	60
Gambar 4.8.	Seorang pria dan botol kemasan Ades.....	62
Gambar 4.9.	Seorang pria sedang meremukan / meremas botol plastik	64
Gambar 4.10.	Seorang pria yang sedang menunjukkan botol plastik Ades yang telah diremukan atau telah diremas.....	66
Gambar 4.11.	Seorang pria yang memegang poster Langkah Kecil.....	69
Gambar 4.12.	Seorang pria yang memegang poster Langkah Kecil	

Memberikan	71
Gambar 4.13. Seorang pria memegang poster Langkah Kecil	
Memberikan Perubahan	73
Gambar 4.14. Botol dan logo Ades	75
Gambar 4.15. Botol Ades yang telah diremukkan atau diremas dan logo Ades	77
Gambar 4.16. Botol Ades yang diremukkan atau diremas muncul tanaman dan logo Ades	79

