



**REPRESENTASI KETANGGUHAN TEMPO MEDIA  
DALAM IKLAN TEMPO VERSI “BADAI”  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**KANDHY SWASTIKA RAHAYU  
44310120002**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Representasi Ketangguhan Tempo Media Dalam Iklan  
Tempo Versi "Badai"  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Nama : **Kandhy Swastika Rahayu**

NIM : **44310120002**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Program Studi : **Marketing Communication and Advertising**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Juni 2013

**Mengetahui,  
Pembimbing**



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

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Representasi Ketangguhan Tempo Media Dalam Iklan  
Tempo Versi “Badai”  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Nama : **Kandhy Swastika Rahayu**

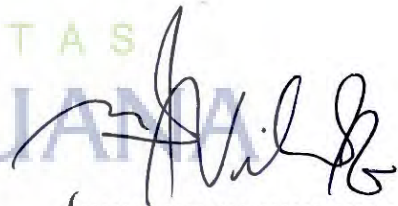
NIM : **44310120002**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Program Studi : **Marketing Communication and Advertising**

Jakarta, 28 Juni 2013

Ketua Sidang,  
SM Niken R, MSi



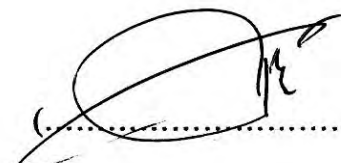
(.....)

Penguji Ahli  
Nindyta AD, Msi



(.....)

Pembimbing I  
Dr. Farid Hamid, S.Sos M.Si



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Representasi Ketangguhan Tempo Media Dalam Iklan  
Tempo Versi “Badai”  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Nama : **Kandhy Swastika Rahayu**

NIM : **44310120002**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Program Studi : **Marketing Communication and Advertising**

Jakarta, 25 Agustus 2013

UNIVERSITAS Disetujui dan di terima oleh,

**Pembimbing**

MERCU BUANA

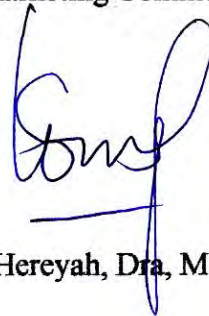


(Dr. Farid Hamid, S.Sos M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi    Ketua Bidang Marketing Communication



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)



(Yoyoh Hereyah, Dra, M.Si)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Representasi Ketangguhan Tempo Media Dalam Iklan  
Tempo Versi “Badai”  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Nama : **Kandhy Swastika Rahayu**

NIM : **44310120002**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Program Studi : **Marketing Communication and Advertising**

Jakarta, 25 Agustus 2013

Disetujui dan di terima oleh,


**Pembimbing**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



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

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi    Ketua Bidang Marketing Communication



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Yoyoh Hereyah, Dra, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Bismillaahir Rohmaanir Rohiim

Assalamu'alaikum Wr Wb

Dalam kesempatan yang berbahagia ini peneliti ingin mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Judul Skripsi peneliti adalah "*Representasi Ketangguhan Tempo Media Dalam Iklan Tempo Versi "Badai"*". Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat mutlak yang harus diselesaikan sebagai syarat Akademik untuk memperoleh *Gelar Sarjana Strata-1 di Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana*.

Saat peneliti menyusun skripsi ini, tidak dapat dipungkiri bantuan, dorongan, doa serta bimbingan dari berbagai pihak sangat membantu terhadap peneliti. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ditujukan kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid, S.Sos M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaganya atas saran, koreksi dan kritik yang membangun dalam pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Yoyoh Hereyah, Dra, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan dosen riset seminar untuk menentukan judul yang baik untuk skripsi ini



3. Seluruh dosen yang telah memberikan semangat untuk terus belajar kepada penulis
4. Keluarga besar yang tercinta atas doa, restu dan dukungannya yang tidak pernah putus.
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan pertemanan yang luar biasa, Nabilla Irawan Putri, Kristiyana Shintawati, Rizki Aulia, Januari Dara Mustika, Mirna Wijayanti, Irawan Amanko dan Tatri Susana. Terima kasih atas supportnya selama ini
6. Seluruh staff dosen pengajar yang telah memberikan dan membagi ilmunya pada peneliti selama menjadi mahasiswa di Universitas Mercu Buana.
7. Kepada semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu persatu.

Secara sadar bahwa penelitian skripsi ini jauh dari yang sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari siapapun yang membaca tulisan ini. Semoga hasil penelitian skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi yang mempelajarinya. Amin

Wassalammu 'alaikum Wr Wb

Jakarta, Agustus 2013

Peneliti

Kandhy Swastika Rahayu

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xi
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Akademis .....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>
2.1. Komunikasi Sebagai Proses Penciptaan Makna .....	11
2.2. Iklan Sebagai Susunan Tanda-Tanda ( <i>Sign</i> ) .....	15
2.3. Iklan Sebagai Media Pembangkit Makna .....	20
2.4. Kreatifitas Dalam Beriklan .....	22
2.5. Semiotika .....	31
2.6. Semiotika Roland Barthes .....	35
2.7. Mitologi Roland Barthes .....	40
2.7.1. Mitos Sebagai Tipe Wicara ( <i>Type of Speech</i> ).....	42
2.7.2. Mitos sebagai Sistem Semiologi .....	43
2.7.2.1. Bentuk .....	45
2.7.2.2. Konsep .....	46



	2.7.2.3. Pemaknaan .....	47
	2.7.2.4. PembacaandanPenguraianMitos.....	48
	2.7.3. Fashion .....	51
	2.7.4. Camera .....	52
	2.8. Ideologi.....	54
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
	3.1. Sifat Penelitian .....	58
	3.2. Metode Penelitian.....	59
	3.3. Fokus Penelitian .....	64
	3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	65
	3.5. Teknik Analisis Data .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan	
	4.1.1. Sejarah Perusahaan Tempo Media .....	68
	4.1.2. Gambaran Perusahaan Tempo Media .....	71
	4.1.3. Gambaran Umum Iklan Tempo Versi Badai .....	73
	4.2. Hasil Penelitian .....	74
	4.2.1. Analisis Iklan Televisi Tempo Media versi Badai	
	4.2.1.1. Storyline .....	75
	4.2.1.2. Storyboard .....	76
	4.2.1.3. Representasi Iklan Tempo .....	80
	4.3. Pembahasan .....	111
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	5.1. Kesimpulan .....	120
	5.2. Saran .....	121

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

Storyboard

Surat Keterangan Pengambilan Iklan Tempo versi “Badai”

## DAFTAR TABEL

1.1. Tabel Elemen-Elemen Pengambilan Gambar .....	19
1.2. Tabel Psikologi Warna .....	26
1.3. Tabel Makna Lama dan Makna Baru .....	108



## DAFTAR BAGAN

1.1. Bagan Peta Tanda Roland Barthes .....	36
1.2. Bagan Tingkatan Tanda dan Makna Barthes .....	39
1.3. Bagan Analisis Iklan .....	112

