



## **PEMAKNAAN RAMAH LINGKUNGAN PADA POSTER IKLAN**

### **AIR MINERAL ADES**

(Analisis Semiotik Pada Poster Iklan Air Mineral Ades versi

“Langkah Kecil Memberikan Perubahan”)

### **SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun Oleh :

**Rendya Fachmi Lavian**

44308010059

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**  
**2012**



**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**

## **LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : Pemaknaan Ramah Lingkungan Pada Iklan Air Mineral Ades  
Nama : Rendia Fachmi Lavian  
Nim : 44308010059  
Jurusan : Marketing Communication & Advertising  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

**Mengetahui**

**Pembimbing**

**(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)**



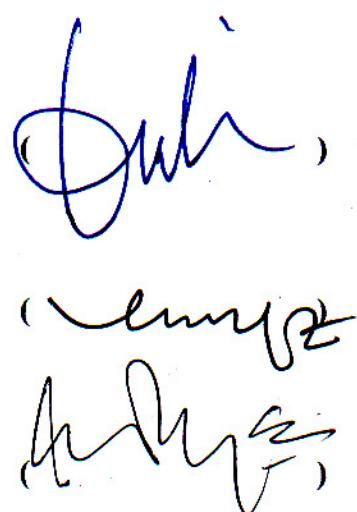
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

### **LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Nama : Rendia Fachmi Lavian  
Nim : 44308010059  
Jurusan : Marketing Communication & Advertising  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : Pemaknaan Ramah Lingkungan Pada Iklan Air Minereal Ades

Jakarta, Desember 2012

1. Ketua Sidang  
**Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si**
2. Pengaji Ahli  
**Feni Fasta, M.Si**
3. Pembimbing  
**Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**



The image contains three handwritten signatures in black ink. The first signature, associated with item 1, is a stylized name that appears to begin with 'D'. The second signature, associated with item 2, is a stylized name that appears to begin with 'F'. The third signature, associated with item 3, is a stylized name that appears to begin with 'A'.



**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**

## **LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Rendia Fachmi Lavian

Nim : 44308010059

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul : Pemaknaan Ramah Lingkungan Pada Iklan Air Minoreal Ades

Jakarta, Desember 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Disetujui dan Diterima Oleh :

Penguji Ahli

(Feni Fasta, M.Si)

Ketua Sidang

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**

### **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Rendia Fachmi Lavian

Nim : 44308010059

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul : Pemaknaan Ramah Lingkungan Pada Iklan Air Minereal Ades

Jakarta, Desember 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Disetujui dan Diterima Oleh :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani , M.Si)

Ketua Program Studi Marcomm & Ads

(Dra. Tri Diah Canyowati, M.Si)

## KATA PENGANTAR

***Bismillahirrahmanirrahim***

Alhamdulillahirobb'l'alamin. Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pemaknaan Ramah Lingkungan Pada Poster Iklan Air Mineral Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan”. Sholawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan panutan dan jalan yang benar bagi umatnya.

Skripsi ini bagi saya sangat penting karena sebagai salah satu syarat mutlak untuk mendapatkan gelar sarjana strata (S-1). Peneliti juga mendapat pengalaman ilmiah yang bisa dijadikan bekal wawasan untuk aktifitas di dunia kerja nanti khususnya dalam ranah komunikasi pemasaran & periklanan yang menjadi konsentrasi peneliti di perkuliahan. Arti pentingnya tugas ini dalam konteks ilmu paling tidak memberikan informasi yang cukup dan dapat membuka wawasan pembaca mengenai dampak periklanan.

Mengingat hanya Allah SWT-lah yang maha sempurna, peneliti menyadari bahwa penelitian dan penulisan skripsi ini masih jauh sempurna. Untuk itu peneliti sadari penelitian ini jauh dari sempurna karena ada banyak kekurangan dalam skripsi yang penulis teliti. Dengan demikian peneliti sangat membuka diri untuk segala kritik dan saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini lebih baik lagi. Terselesaikannya

penelitian ini tidak lepas 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. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, salam hormat dan terima kasih atas peran pentingnya sebagai dosen pembimbing skripsi, serta telah meluangkan waktu dan ilmu kepada peneliti.
2. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising. dan Selaku ketua siding skripsi. Terima kasih untuk ajaran ilmu pengetahuan serta dukungan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini kepada peneliti.
3. Feni Fasta, M.Si, selaku Dosen Penguji Ahli Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas motivasi yang diberikan kepada peneliti.
4. Kedua orang tuaku Ibu. Munirah dan Bpk. Achmad Saichu, mereka adalah semangat dan inspirasi terbesar dalam hidupku. Terima kasih untuk doa luar biasa yang selalu mengiringi perjalananku. Semoga selalu dalam lindungan-Nya dan diberi umur panjang.
5. Adik Kandungku Pradia Nada Elparha yang selalu mewarnai keceriaan keluarga kami. Jadilah anak yang cerdas adik ku.
6. Seluruh dosen Jurusan Marketing Communication & Advertising yang telah dengan baik dan sabar memberi bimbingan serta kontribusi pengetahuannya terkait ilmu pemasaran dan periklanan.

7. Segenap jajaran Staff Tata Usaha Fikom dan seluruh karyawan Univ. Mercu Buana yang telah membantu dan memberikan pelayanan yang baik selama masa perkuliahan.
8. Kepada para mahasiswa satu perjuangan skripsi tentang semiotika yaitu Sdr. Mujiono, Alvian Alrasid Ajibulloh, Ian Hermansyah, yang selalu menyediakan waktu untuk berdiskusi dan saling memberikan motivasi.
9. Para sahabat sks, skripsi, sarjana dan seperjuangan Marcom & Advertising angkatan 2008, yang tidak bisa saya sebutkan secara keseluruhan, terima kasih kalian semua sudah mau menyediakan luang dan waktunya untuk memberikan masukan serta dukungan dan hiburan kepada peneliti agar segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Imron, Muklis, Faisal dan bang Edi, terima kasih atas hiburan dan semangatnya kepada peneliti.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak tersebut di atas, dan semoga hasil tugas ini dapat memberikan sumbangan dan mafaat bagi bidan ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang berkenan membacanya.

Jakarta, Oktober 2012

Peneliti

## . DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7

<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	8
2.1	Periklanan Sebagai Bentuk Komunikasi.....	8
2.2	Kreativitas Dalam Iklan.....	12
2.3	Lambang Verbal Dan Visual Dalam Iklan.....	15
2.4	Semiotika.....	18
2.3.1	Semiotika Charles S. Peirce.....	21
2.3.2	Makna Visual Dan Tipografi Dalam Iklan.....	25
2.5	Iklan Media Cetak.....	35
2.6	Ramah Lingkungan.....	38
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	40
3.1	Tipe Penelitian.....	40
3.2	Metode Penelitian.....	41
3.3	Unit Analisis.....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Data Primer.....	42
3.4.2	Data Sekunder.....	43
3.5	Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	43
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47

4.2	Identifikasi Dan Klasifikasi Tanda.....	51
4.3	Hasil Penelitian.....	53
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Klasifikasi Tanda Versi Charles S. Peirce ..... 24

Table 4.1 Identifikasi dan Klasifikasi Tanda ..... 52