



**REPRESENTASI NILAI-NILAI KAPITALISME
DALAM IKLAN COCA COLA VERSI “SI KABAYAN”**

(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 :

Mirna Agustiana

44305010025

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : REPRESENTASI NILAI-NILAI KAPITALISME
DALAM IKLAN COCA COLA VERSI “SI KABAYAN”
(analisis Semiotika Roland Barthes)

Nama : Mirna Agustiana

Nim : 44305010025

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Mei 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : REPRESENTASI NILAI-NILAI KAPITALISME
DALAM IKLAN COCA COLA VERSI “SI KABAYAN”
(analisis Semiotika Roland Barthes)

Nama : Mirna Agustiana
Nim : 44305010025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Mei 2010

1. Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si (_____)

2. Penguji Ahli

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (_____)

3. Pembimbing

Dr. Farid Hamid Umarella, M.S (_____)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : REPRESENTASI NILAI-NILAI KAPITALISME
DALAM IKLAN COCA COLA VERSI “SI KABAYAN”
(analisis Semiotika Roland Barthes)

Nama : Mirna Agustiana
Nim : 44305010025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Mei 2010

Disetujui dan di terima oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. Farid Hamid Umarella, M.S

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB,

Ketua Bidang Studi Marcomm&Advertising

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

“Setiap bencana yang menimpa di bumi dan yang menimpa dirimu sendiri, semuanya telah tertulis dalam kitab (Lauh Mahfuz) sebelum kami mewujudkannya. Sungguh, yang demikian itu mudah bagi Allah. Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu, dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong dan membanggakan diri”

(al-Hadid : 21-22)

Skripsi ini tercipta untuk kalian yang selalu menyelimutiku dengan jubah gaib....

Bak & Umak – Edy Amin & Surma Hayati

Juga kakak-kakakku tercinta Kakak Eko, Ayuk Ira & Ayuk tie

Juga 3 keponakan termanis dalam hidupku... Clara, Andini & Dimas

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran ALLAH SWT karena atas ijin Nya lah skripsi dengan judul Representasi Nilai- nilai Budaya Multinasional dalam Budaya Lokal (Sunda Jawa-Barat) (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Coca-cola Versi “Si Kabayan”) ini dapat rampung, juga karena saya masih diberikan masa untuk merasakan proses menyelesaikan skripsi dengan berbagai rintangan dan tantangan yang ternyata pada akhirnya saya harus melawan diri saya sendiri.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Proses dalam menyelesaikan skripsi ini, tak pernah lepas dari bantuan orang-orang disekeliling penulis yang memberikan dorongan secara material dan spiritual. Dan penulsin mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, sebagai pembimbing, untuk kesabaran Bapak dalam menghadapi penulis,
2. Kepada dua sosok terhebat dalam hidupku Bak & Umak (Edy Amin & Surma Hayati), yang bersatu dalam dua aliran yang berbeda, membuatku tumbuh menjadi sosok yang menarik, mandiri, dan belajar dewasa sendiri . Aku akan berjuang untuk membahagiakan kalian. Apapun caranya.
3. Untuk kakak-kakak ku tersayang Kakak Eko, Ayuk Ira, Ayuk Risti yang selalu melindungi dan mau perduli. Juga kepada keponakan-keponakan manis (Clara, Andini& Dimas)
4. Untuk semua saudaraku di Pagar Alam-Palembang, terimakasih telah mengikatku dalam jenis pertalian sodara yang sangat menarik, penuh kelucuan, canda tawa dan kekonyolan, selalu rindu pulang kampung berkumpul bersama dengan semua.
5. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta dan juga selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Jurusan Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

7. Semua dosen pengajar Marketing communication and Advertising 2005, terima kasih untuk ilmu yang di berikan, kepada Pak Yayat, Pak Farid, Pak Perdana, Bu Ratih, dll.
8. Semua teman-teman Adv 2005 yang telah menemani dan memberi banyak pengajaran pada penulis tentang persahabatan dan hidup. Alex, roy,bobi, janu, nyit-nyit,ambi,shera,jamet,ceni,wigih,elisa,siti,doni,nurman,eman,dika,farid,engko h,tama,bojong,botem,bandrek,bowo,bocil,wage,aris,oo,didu, dll (beni, kak yuyun,dll) Khususnya buat Cindy (oneng), Dian (suketi) yang mau tak mau membuat penulis menjadi orang yang ceria dan bahagia dan belajar banyak tentang hidup. Semangat semuanya!! Kita pasti jadi orang sukses!
9. Semua anak-anak Komvis yang telah menjadi sandaran lain disaat bosan dan jenuh terutama komvis 2005 alvin (more special), pmen, aleq,aji,gembul,jemi,nano,candra,vani,iman,abid,dll (yang lupa tersebut), telah mau menjadi teman walaupun berbeda jurusan, dan banyak pemikiran dan pemahaman yang diberikan tentang apapun. Bersyukur mengenal kalian. Kalian tau? Kalian orang-orang hebat, asahlah apa yang benar2 kalian sukai! Maka kalian akan sukses dan bahagia kawan!
10. Anak-anak Teater Confeito, Teater Air, dan Teater Dosila yang telah sangat membahagiakan dan menjadi ajang ku menjadi apapun yang ku mau. Khususnya untuk winda, najel, isni, aci, karina, kak riska, mbah, nana, indah, fitri, nur, Sandra, dll juga kepada pelatih yang super hebat dan super sabar Heri Purwoko juga pak toto,dan teman2 alumni lenong!
11. Kostan melati...! Yeaahhh!! Gina, nita, sila, yuli, enong, silvi,cihuy,kak ruth, kak berthia, dll yang banyak banget! Rame terus ya!!
12. Alumnus SDN 04, SLTPN 176 dan SMAN 33!!

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun, sehingga skripsi ini mampu memberi ilmu lain dan juga dapat berguna untuk semua khalayak. Amin.

Jakarta, Juni 2010

Mirna Agustiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN TANDA LULUS SIDANG	iii
HALAMAN PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SALAM	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademik	16
1.4.2 Manfaat sosial	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Sebagai Proses Pencetakan Makna	17
2.2 Semiotika	23
2.3 Iklan sebagai media pembangkit makna	24
2.4 Representasi Budaya Oleh Iklan	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Definisi Konsep	38
3.4 Unit Analisis	39
3.5 Metode Pengumpulan Data	40
3.5.1 Pengumpulan Data Primer	40
3.5.2 Pengumpulan Data Sekunder	40
3.6 Teknik Analisis Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Analisis Iklan Coca-cola Versi “Si Kabayan”	46
4.1.1.1 Story Board iklan Coca-Cola versi “si Kabayan”	46
4.1.1.2 Story line iklan Coca-Cola versi “si Kabayan”	49
4.2 Hasil penelitian	50
4.2.1 Pesan Linguistik	51
4.2.2 Ikonik Terkodekan	74
4.2.3 Pesan ikonik tak terkodekan	102
4.3 Pembahasan	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	112

