MITOLOGI FIGUR HULK DALAM IKLAN LIFEBUOY HANDWASH VERSI CHANGING COLOUR

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

FANI OKTAVIANI
44313010024

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2017

https://lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul	:**MITOLOGI FIGUR HULK DALAM IKLAN LIFEBUOY HANDWASH VERSI CHANGING COLOUR**
Nama	: Fany Oktaviani
Nim	: 44313010024
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 20 Februari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

https://lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Jakarta

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul	:**MITOLOGI FIGUR HULK DALAM IKLAN LIFEBUOY HANDWASH VERSI CHANGING COLOUR**
Nama	: Fany Oktaviani
Nim	: 44313010024
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Februari 2017

Ketua Sidang,

Riswandi, M.Si (.....)

Penguji Ahli,

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

Pembimbing,

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

https://lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercubuana

Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul	:**MITOLOGI FIGUR HULK DALAM IKLAN LIFEBUOY HANDWASH VERSI CHANGING COLOUR**
Nama	: Fany Oktaviani
Nim	: 44313010024
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Februari 2017

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing	Ketua Bidang Studi
(Dr. Farid Hamid, M.Si)	(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi
(Dr. Agustina Zubair, M.Si)	(Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D)

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad untuk Nikmat sehat-Nya yang diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.penulis sungguh berharap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih positif terhadap akademisi dan para profesional.

Selain itu peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang berkontribusi terhadap peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, antara lain :

1. Kepada Bapak Dr. Farid Hamid., M.Si sebagai pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, dan waktu dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Kepada Dr. Farid Hamid., M.Si selaku Kepala Bidang Studi Marcomm and Advertising Mercubuana yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk dapat segera menyelesaikan penelitian ini
3. Kepada kedua orang tua saya, dan juga keluarga besar yang telah menjadi keluarga yang luar biasa dan selalu mendukung dalam segala hal yang saya kerjakan, terima kasih atas cinta dan kasih kalian yang luar biasa.
4. Kepada Rosa Febriyanti Razak dan Suri Tasya Cindar yang telah menemani saya untuk mengurus semua kepentingan dikampus. Dan khususnya buat Muhammad Fajar Hermawan yang telah membantu dan memberi semangatnya untuk menyelesaikan proses akhir skripsi saya.

https://lib.mercubuana.ac.id

5. Kepada seluruh dosen Marcomm and Advertising yang telah membimbing dan memberikan ilmunya sehingga saya dapat memahami dunia Marcomm and Advertising dengan baik dan menjadi profesional di bidang tersebut.

Peneliti sangat berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak terkait.Untuk segala dukungan yang diberikan oleh orang-orang terdekat saya, sekali lagi saya ucapkan rasa terima kasih saya yang begitu besar.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2017

Penulis

Fany Oktaviani

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **i**
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI ..... **iii**
ABSTRAKSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Fokus Penelitian 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Manfaat Akademis 7
1.4.2 Manfaat Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Tanda dalam Komunikasi 9
2.2 Periklanan 10
2.2.1Iklan 10
2.2.2Hakikat Periklanan 12
2.2.3Fungsi Iklan 14
2.3 Periklanan Sebagai Proses komunikasi 15
2.4 Televisi Sebagai Media Periklanan 18
2.5 Iklan dalam Televisi 20
2.6 Tanda dan Makna dalam Iklan 22
2.7 Budaya Populer Amerika dan Superhero 24

https://lib.mercubuana.ac.id

2.8 Semiotika Roland Barthes..... 27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 33

3.1 Paradigma Penelitian 33

3.2 Metode Penelitian 35

3.3 Unit Analisis 37

3.4 Teknik Pengumpulan Data 38

3.4.1 Data Primer 38

3.4.2 Data Sekunder 38

3.5 Teknik Analisis Data 39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 42

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 42

4.1.1 Profil Singkat PT. Unilever Indonesia 42

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 47

4.1.3 Logo Perusahaan 48

4.2 Gambaran Iklan 51

4.3 Objek Penelitian 53

4.4 Hasil Penelitian 53

4.4.1 Pesan Lingustik 53

4.4.2 Ikonik yang Terkodekan 56

4.4.3 Ikonik yang tidak Terkodekan 61

4.5 Pembahasan..... 62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN…… 66

5.1 Kesimpulan…… 66

5.2 Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 69

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 (Logo Perusahaan Unilever)……..... 48

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 (Peta Tanda roland Barthes)……..... 28
Tabel 3.1 (Tiga Perspektif Paradigma Sosial) 35
Tabel 3.2 (Peta Tanda Roland Barthes)……..... 39
Tabel 3.3 (Perbandingan antara Konotasi dan Denotasi)……. 40
Tabel 4.1 (Pesan lingustik)..... 54
Tabel 4.2 (Ikonik yang terkodekan)……..... 57
Tabel 4.3 (Makna Iklan)……. 62

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Unilever
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id