



**REPRESENTASI SENSUALITAS DALAM IKLAN TOP WHITE
COFFEE VERSI RALINE SHAH**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

NAMIRA FITRIA

44312010029

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Namira Fitria
NIM : 44312010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : REPRESENTASI MAKNA SENSUALITAS IKLAN
TOP WHITE COFFEE VERSI RALINE SHAH

Jakarta, 8 April 2016

Mengetahui,

Pembimbing

(DAHLIA ARDHANA, S.ikom, M.ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MAKNA SENSUALITAS IKLAN
TOP WHITE COFFEE VERSI RALINE SHAH**

Nama : Namira Fitria

NIM : 44312010029

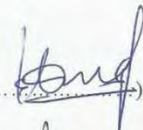
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 8 april 2016

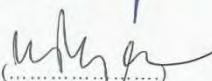
1. KETUA SIDANG

Dr. Yoyoh Hereyah, M.si

()

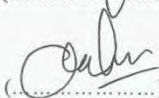
2. PENGUJI AHLI

Dr. Ahmad Mulyana, M.si

()

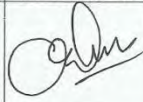
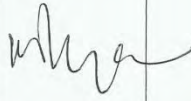
3. PEMBIMBING SKRIPSI

Dahlia Ardhana, S.Ikom, M.Ikom

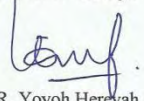
()

	LEMBAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA		
	No. Dokumen	040.751.4.30.00	

Nama Mahasiswa : Namira Fitria
 NIM : 44312010029
 Bidang Studi : Advert & Marcomm
 Tahun Akademik : Genap 2015-2016

No	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	HASIL PERBAIKAN	BAB / HALAMAN	TTD PERSETUJUAN PERBAIKAN
1.	Dahlia Ardhana, S.Ikom, M.Ikom	1. Dijabarkan unsur sensualitasnya	Sudah diperbaiki	Bab 1	
2.	Dr.Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si	1. Rumusan masalah 2. Tujuan penelitian 3. Hal 9-29 di take out 4. Cover, CV 5. Teknik penulisan 6. Daftar pustaka 7. Abstrak	Sudah diperbaiki	Bab 1-5	
3.	Dr. Ahmad Mulyana, M,Si	1. Tambahkan sensualitas. 2. Jelaskan target market produk. 3. Masukan teori pierce di LBM	Sudah diperbaiki	Bab 1& 2	

Diperiksa & disetujui



(DR. Yoyoh Hereyah.,M.Si)
 Ketua Bidang Studi
 Tanggal : 10 Juni 2016



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MAKNA SENSUALITAS IKLAN
TOP WHITE COFFEE VERSI RALINE SHAH**

Nama : Namira Fitria

NIM : 44312010029

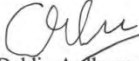
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 8 April 2016

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing


(Dahlia Ardhana, M.ikom)

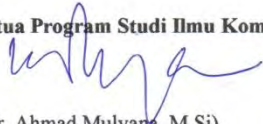
Ketua Bidang Studi Marcomm and Advertising


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamuuaalaikum wr.wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat, hidayah, dan anugrahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulisan skripsi yang berjudul **“Representasi Makna Sensualitas Iklan Top White Coffee Versi Raline Shah”: Analisis Semiotika** ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan yang harus dilengkapi dalam memperoleh gelar sarjana strata 1 (S-1) komunikasi bidang studi Marketing Communication and Advertising.

Dalam menyusun skripsi ini, peneliti mendapat banyak saran, bimbingan, dan arahan baik dari segi moril maupun materi serta dorongan semangat dari berbagai pihak yang sangat berguna bagi peneliti.

Secara khusus saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

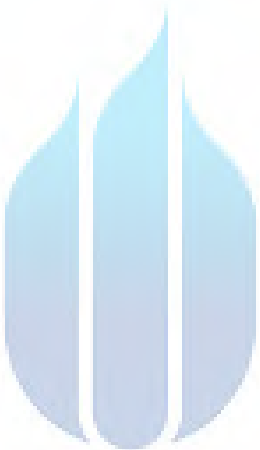
1. Ibu Dahlia Ardhana, S.Ikom, M.Ikom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan pengajaran yang luar biasa selama peneliti mengerjakan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku kabid Studi Marketing Communication and Advertising.
3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku dekan fakultas ilmu komunikasi
4. Seluruh dosen dan Staf pengajar yang telah mendidik dan membimbing dari semester awal hingga akhir sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan di kampus dengan luar biasa.
5. Kepada orang tua ku tercinta , Bpk Drs. H. Eddy Hermawan, MBA dan Ibu Hj. Laksmi Diniarti yang tidak hentinya memberikan semangat dan doa kepada saya.
6. Kepada kedua Kaka ku tercinta, Agus Maulana, S.H.,M.H dan Annisa Fitria, S.H, M.H, M,kn atas inspirasinya.

7. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan fakultas ilmu komunikasi 2012, khususnya sahabat saya yaitu Keffe Rabbani, S.ikom dan Lusi Rahmawati.
8. Kepada seluruh keluarga besar karyawan perpustakaan dan TU Fikom.

Bagi semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih untuk doa nya semoga ALLAH SWT membalas kebaikan kalian, amin.

Jakarta, April 2016

Namira Fitria



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	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

2.1. Sensualitas	9
2.2. Iklan Sebagai Proses Tanda dan Makna.....	12
2.3. Tanda Dalam Iklan Televisi.....	14
2.4. Representasi	17
2.5. Semiotik.....	20
2.6. Charles Sander Pierce.....	21

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma	26
3.2. Tipe Penelitian	27
3.3. Metode Penelitian.....	28
3.4. Fokus Penelitian	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	31

3.5.1 Data Primer	31
3.5.2. Data Sekunder	31
3.6. Teknik Analisis Data	31

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum	33
4.1.1. Profil Perusahaan	33
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	33
4.1.3. Wings	34
4.2. Gambaran Iklan Top White Coffee	
4.2.1. Profil Iklan	40
4.2.2. Storyboard	43
4.2.3. Storyline	46
4.3. Hasil Penelitian	48
4.3.1. Identifikasi dan Klasifikasi Tanda	48
4.3.2. Makna Tanda-tanda	51
4.4. Pembahasan	58

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63
5.2.1. Saran Akademis	63
5.2.2. Saran Praktis	64

Daftar Pustaka

CV

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Teori Semiotika Charles Sander Pierce	30
Tabel 4.1 Storyboard.....	43
Tabel 4.2 Jenis Tanda.....	49
Tabel 4.3 Tipe Ikon.....	51
Tabel 4.4 Tipe Indeks.....	52
Tabel 4.5 Tipe Simbol.....	55

