



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS PASCA SARJANA
ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI POLITIK**

ABSTRACT

**ALVIAN ALRASID AJIBULLOH (55213120073)
MAKNA KEWARGANEGARAAN PADA IKLAN “SIAPAKAH INDONESIA”
(Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Pada Iklan Partai Politik PERINDO di
Media Televisi RCTI Periode Tahun 2015)**

(Ix + 160) page.

Bibliography 50 references (1957-2015)

This study tries to discuss the meaning of citizenship on political party advertising PERINDO version of Who Indonesia. We know as a new party discount challenge in conveying the message ideology of the party, one of them promoted through advertising. But the ads created must also comply with the various rules of the Law of the Republic of Indonesia. The purpose of this study that reveal the meaning of the ad PERINDO Who Indonesia, and reveal whether the ad is in violation of the Law of the Republic of Indonesia. The theoretical framework in this study contains concepts and theories about mass communication, mass media, political communication, and semiotics as a platform to reveal the meaning of the ad PERINDO Who Indonesia. The method used in this study is qualitative interpretative approach to the semiotics of Charles S. Pierce as data analysis techniques that analyze icons, indices, and symbols. Based on the results obtained and analyzed by the researchers, who note that the meaning of Indonesia on ads PERINDO through icons, indices, and symbols, has the meaning of submission of party ideology, party positioning, and there were indications of a violation on these fish. Saran, in subsequent studies, in the process of analyzing the science should be diperpadukan with other studies, so that the results of the analysis to be comprehensive.

Keywords: citizenship, semiotics Charles S Pierce, and political communication



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS PASCA SARJANA
ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI POLITIK**

ABSTRAK

ALVIAN ALRASID AJIBULLOH (55213120073)
MAKNA KEWARGANEGARAAN PADA IKLAN “SIAPAKAH INDONESIA”
(Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Pada Iklan Partai Politik PERINDO di Media Televisi RCTI Periode Tahun 2015)

(ix + 160) halaman.
Bibliografi 50 acuan (1957 - 2015)

Penelitian ini mencoba membahas mengenai makna kewarganegaraan pada iklan partai politik PERINDO versi Siapakah Indonesia. Kita ketahui sebagai partai baru memiliki tantangan dalam menyampaikan pesan ideologi partai, salah satunya berpromosi melalui iklan. Akan tetapi iklan yang dibuat juga harus sesuai dengan berbagai aturan Undang-Undang Republik Indonesia. Tujuan penelitian ini yakni mengungkap makna Siapakah Indonesia pada iklan PERINDO, dan mengungkap apakah iklan ini melanggar Undang-Undang Republik Indonesia. Kerangka teori dalam penelitian ini berisikan konsep dan teori mengenai komunikasi masa, media masa, komunikasi politik, dan semiotika sebagai landasan untuk mengungkap makna Siapakah Indonesia pada iklan PERINDO. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif interpretatif dengan pendekatan semiotika Charles S. Pierce sebagai teknik analisis data yang menganalisa ikon, indeks, dan simbol. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dan dianalisa oleh peneliti, diketahui bahwa makna siapakah Indonesia pada iklan PERINDO melalui ikon, indeks, dan simbol, memiliki makna tentang penyampaian ideologi partai, *positioning party*, dan terdapat indikasi pelanggaran pada iklan ini. Saran, pada penelitian selanjutnya, dalam proses penganalisaan sebaiknya dapat diperpadukan dengan ilmu kajian lainnya, sehingga hasil analisis yang diperoleh menjadi komprehensif.

Kata kunci: kewarganegaraan, semiotika Charles S Pierce, dan komunikasi politik.