



**PEMAKNAAN ASI PADA IKLAN SUSU FORMULA S26
PROCAL GOLD VERSI JADIKAN PINTARNYA BERSINAR**
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
NUKE WULANDARI
55215110045

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**PEMAKNAAN ASI PADA IKLAN SUSU FORMULA S26
PROCAL GOLD VERSI JADIKAN PINTARNYA BERSINAR
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk -Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

MERCU BUANA

NUKE WULANDARI

55215110045

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan ridho-NYA, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26 Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar dengan baik. Tidak lupa, penulis haturkan shalawat disampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW dan keluarga serta para sahabat yang telah memberi suri tauladan kepada umatnya untuk menuju kehidupan yang lurus demi tercapainya kebahagiaan dunia dan akhirat.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan orang-orang yang terlibat dari awal proses pembuatan. Untuk itu dengan segala hormat dan ketulusan serta segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang terlibat. Rasa terima kasih tak terhingga peneliti hantarkan kepada:

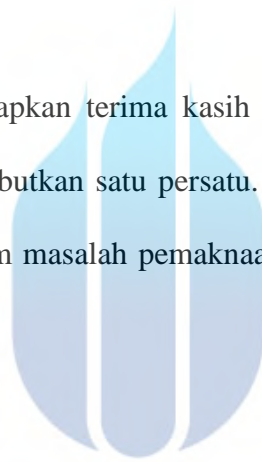
1. **Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.**, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana University.
2. **Bapak Afdal Makkuraga Putra, M.Si**, selaku Pembimbing yang sudah dengan sabar memberikan arahan dan penjelasan hingga penelitian ini menjadi sebuah karya tulis yang berbobot.

3. **Ibu Henni Gusfa, SS.,Msi**, selaku penguji seminar proposal dan penguji sidang sekaligus dosen mata kuliah *Writing Course* yang selalu memberikan semangat dan masukan yang berharga agar penelitian ini selesai tepat pada waktunya.
4. **Bapak dan Ibu Dosen** Mercu Buana University khususnya Meruya, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu dan cara pandang yang luar biasa dalam proses saya menjadi seorang Master
5. **Seluruh Staf Administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi**, yang membantu proses berkas-berkas saya agar layak sidang.
6. **Dr. Rahmat Edi Irawan, M.Ikom**, selaku dosen serta atasan saya di Bina Nusantara University yang membuka pikiran saya untuk mengambil langkah menjadi master serta selalu mendukung apapun kegiatan selama proses menempuh S2.
7. **Mama, Papa, Tita dan Cinta** yang selalu mendukung dan mendoakan apapun keputusan yang saya ambil, yang selalu menguatkan ketika saya ragu dalam melangkah, dan tempat yang selalu dituju ketika tersesat.
8. **Fariz Camaru S.Ikom, M.Ikom**, selaku suamiku tersayang yang selalu berjuang dan bekerjakeras untuk istri dan Baby Green Bean, yang selalu ada untuk menguatkan, menyemangati dan memberi pelukan ketika saya lelah.

9. **Geng Julitters**, Sheila, Anggi, Mega, Mak Oji, Taufiq, dan Restu. Yang selalu julit, yang selalu berisik dan yang membuat saya semangat untuk pergi kuliah di setiap sabtu ataupun hari lainnya cuma untuk latihan nari.

10. **Teman-teman seperjuangan Media, Politik, Corcom**, Khususnya Mikom 2015 yang selalu kompak dan tidak pelit untuk berbagi pengalaman dan ilmu. Menyenangkan berada di angkatan ini karena kalian semua.

Akhirnya penulis ucapkan terima kasih untuk semua orang yang terlibat tetapi tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pemaknaan ASI khususnya pada iklan susu formula di Indonesia.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Mei 2017

Nuke Wulandari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1.1 Penelitian Sebelumnya (<i>State of The Art</i>)	12
2.1.2 Kajian Teori	22
2.1.2.1 Komunikasi Massa	22
2.1.2.2 Media Massa	24
2.1.2.3 Iklan	25
2.1.2.4 Bahasa Sebagai Realitas Sosial Iklan.....	29
2.1.2.5 Industri Budaya	30
2.1.2.6 Analisis Semiotika	31
2.1.2.7 Model Analisis Semiotika Roland Barthes	33
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian/ Pengkajian Akademis	43
3.2 Paradigma Penelitian	44

3.3 Metode Penelitian	48
3.4 Definisi Konsep	53
3.5 Unit Analisis Data	55
3.6 Teknik Pengumpulan Data	56
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Tahap Pemilihan Adegan	57
3.7.2 Tahap Analisis.....	58
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1 Sinopsis	67
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 <i>Scene</i> Anak Sedang Belajar di Bidang Berbeda	68
4.2.2 <i>Scene</i> Ibu Membuat Susu	75
4.2.3 <i>Scene</i> Anak Menjadi Kebanggaan Keluarga.....	83
4.2.4 <i>Scene</i> Awal dan Akhir Anak Yang Berprestasi	92
4.2.5 Mitologi.....	98
4.3 Pembahasan.....	101
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan dan Manfaat ASI	3
Gambar 1.2 Persentase Anak Umur 0-23 Bulan Yang Diberi Makanan Prelakteal 4	
Gambar 1.3 Cakupan Bayi Mendapat Susu Formula Tahun 2013	5
Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	36
Gambar 2.2 Dua Sudut Artikulasi Barthes.....	37
Gambar 2.3 Tingkatan Tanda dan Makna Barthes.....	38
Gambar 4.1 Opening Iklan S26 Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar....	62
Gambar 4.2.1.1 <i>Scene 2 Shot 1</i>	68
Gambar 4.2.1.2 <i>Scene 2 Shot 2</i>	69
Gambar 4.2.1.3 <i>Scene 3 Shot 1</i>	69
Gambar 4.2.1.4 <i>Scene 3 Shot 2</i>	69
Gambar 4.2.2.1 <i>Scene 4 Shot 1</i>	75
Gambar 4.2.2.2 <i>Scene 4 Shot 2</i>	75
Gambar 4.2.2.3 <i>Scene 5 Shot 1</i>	76
Gambar 4.2.2.4 <i>Scene 5 Shot 2</i>	76
Gambar 4.2.3.1 <i>Scene 6 Shot 1</i>	83
Gambar 4.2.3.2 <i>Scene 6 Shot 2</i>	83
Gambar 4.2.3.3 <i>Scene 7 Shot 1</i>	83
Gambar 4.2.3.4 <i>Scene 8 Shot 1</i>	84
Gambar 4.2.3.5 <i>Scene 8 Shot 2</i>	84
Gambar 4.2.3.6 <i>Scene 8 Shot 3</i>	84
Gambar 4.2.4.1 <i>Scene 9 Shot 1</i>	91
Gambar 4.5 Model dari Hasil Penelitian.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Tiga Perspektif/ Paradigma Ilmu Sosial.....	45
Tabel 3.2 Perbedaan Epistemologi, Ontologi, Aksiologi dan Metodologi	46
Tabel 3.3 Transkrip Video	58
Tabel 4.1 <i>Scene</i> Anak Sedang Belajar di Bidang yang Berbeda.....	68
Tabel 4.2 <i>Scene</i> Ibu Membuat Susu.....	76
Tabel 4.3 <i>Scene</i> Anak Menjadi Kebanggaan Keluarga.....	84
Tabel 4.4 <i>Scene</i> Awal dan Akhir Anak yang Berprestasi	91



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26 Versi
Jadikan Pintarnya Bersinar
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Nuke Wulandari

NIM : 55215110045

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 20 Juni 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 20 Juni 2017





UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

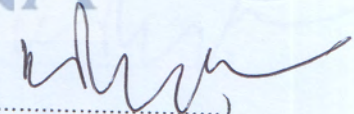
1. Judul : Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26
Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar
(Analisis Semiotika Roland Barthes)
2. Nama : Nuke Wulandari
3. NIM : 55215110045
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 20 Juni 2017

Jakarta, 20 Juni 2017

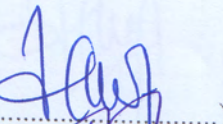
Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

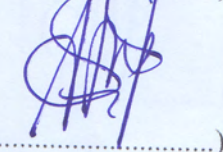
1. Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, SS., Msi

()

3. Pembimbing
Dr. Afdal Makkuraga, M.Si

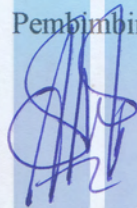
()

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul : Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26
Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar
(Analisis Semiotika Roland Barthes)
2. Bentuk Tesis : Penelitian
3. Nama : Nuke Wulandari
4. NIM : 55215110045
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Tanggal : 20 Juni 2017

Mengesahkan,

Pembimbing,



Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si

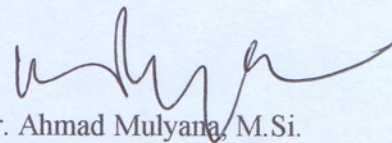
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Didik J Rachbini



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Nuke Wulandari
2. NIM : 55215110045
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
6. Judul : Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26
Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Juni 2017

Pembimbing,

Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26
Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar
(Analisis Semiotika Roland Barthes)
2. Nama : Nuke Wulandari
3. NIM : 55215110045
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 20 Juni 2017

Jakarta, 20 Juni 2017

Mengetahui,

- UNIVERSITAS
MERCU BUANA
1. Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si
 2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, SS., Msi
 3. Pembimbing
Dr. Afdal Makkuraga., M.Si

(.....)

(.....)

(.....)