



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**KOMODIFIKASI NILAI-NILAI KELUARGA PADA  
IKLAN PEPSODENT VERSI “GANTIAN DONK!”  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Oleh:

**Dani Siswardhani Wahjono**

**55211110106**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
2013**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCARSARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Dani Siswardhani Wahjono  
NIM : 55211110106  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Industry and Business  
Judul : Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga Pada Iklan  
Pepsodent Versi “Gantian Donk!” (Analisis  
Semiotika Roland Barthes)

Jakarta, 20 Juli 2013

Pembimbing,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga Pada Iklan  
Pepsodent Versi “Gantian Donk!” (Analisis  
Semiotika Roland Barthes)

Nama : Dani Siswardhani Wahjono  
NIM : 55211110106  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Industry and Business  
Tanggal : 29 Juli 2013

Jakarta, 29 Juli 2013


Mengetahui,

1. Ketua Sidang:  
Juwono Tri Atmodjo, M.Si



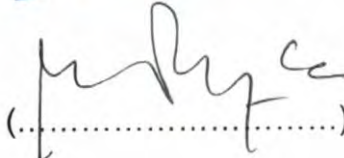
(.....)

2. Penguji Ahli:  
Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)

3. Pembimbing:  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga Pada Iklan  
Pepsodent Versi “Gantian Donk!” (Analisis  
Semiotika Roland Barthes)

Nama : Dani Siswardhani Wahjono  
NIM : 55211110106  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Industry and Business  
Tanggal : 16 Agustus 2013

Jakarta, 16 Agustus 2013

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:  
Juwono Tri Atmodjo, M.Si



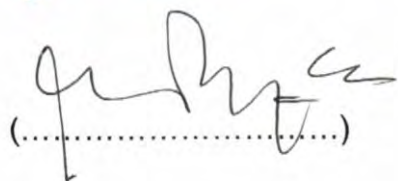
(.....)

2. Penguji Ahli:  
Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)

3. Pembimbing:  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCARSARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Judul : Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga Pada Iklan  
Pepsodent Versi “Gantian Donk!” (Analisis  
Semiotika Roland Barthes)

Nama : Dani Siswardhani Wahjono  
NIM : 55211110106  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Industry and Business  
Tanggal : 16 Agustus 2013

Jakarta, 16 Agustus 2013  
Disetujui dan diterima oleh,

Direktur Program Pascasarjana




UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

## PERNYATAAN

Judul : Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga Pada Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!” (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Nama : Dani Siswardhani Wahjono

NIM : 55211110106

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media Industry and Business

Tanggal : 20 Juli 2013

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 20 Juli 2013



METERAI  
TEMBAL  
290FFABF745686444  
6000 DJP

Dani Siswardhani Wahjono

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, petunjuk, kemudahan dan ketabahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Tesis ini disusun sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Lepas dari bentuk sekarang ini, penulis yakin bahwa ada kekurangan didalamnya, oleh karena itu penyempurnaan dari pembaca atas tesis ini sangat diharapkan demi kemajuan penelitian.

Penyelesaian tesis ini semoga tetap membawa manfaat kepada teman-teman mahasiswa pascasarjana Universitas Mercu Buana, juga kepada pengamat periklanan, pengamat media, dan juga seluruh lapisan masyarakat. Meski demikian, penulis sangat menghargai proses yang berlangsung sebelum ataupun selama tulisan ini disusun dan diujikan.

Banyak pihak dan individu yang mendukung dalam penulisan tesis ini baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua, ayahanda R. Siswawahjono Soedjono dan almarhumah ibunda Tien Herawati, yang selalu memberikan semangat dalam hidup dan motivasi untuk selalu belajar.
2. Istriku Dian Ekawati Siswardhani tercinta, dan kedua anakku Dianda Calista Querida Siswardhani dan Dianda Callia Quinnara Siswardhani yang tersayang dan selalu menghibur dengan senyumannya dikala sedang jenuh dengan penulisan tesis ini.
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi, Dr. Farid Hamid, M.Si. terima kasih atas ilmu-ilmu dan pengetahuan serta pencerahan-pencerahan yang sudah diberikan saat di dalam kelas ataupun diluar kelas.

4. Pembimbing utama yang terhormat, Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. yang telah banyak sekali memberikan masukan-masukan, pengarahan, pengetahuan-pengetahuan, dan tentunya bimbingan yang luar biasa sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
5. Dr. Heri Budianto, Dr. Irwansyah, Prof. Dr. Burhan Bungin, Dr. Umaimah Wahid, Juwono Tri Atmodjo, M.Si, dan seluruh dosen-dosen Universitas Mercu Buana Program Pascasarjana yang penulis pernah ikuti kelasnya dari perkuliahan semester pertama hingga perkuliahan semester akhir.
6. Kakak-kakakku tercinta, Renny Hendrawati dan Dini Sri Rejeki yang selalu mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan penulisan tesis ini.
7. Teman-teman seangkatan di kelas Sabtu Menteng, Mustika Ranto Gulo yang sudah berhasil memprovokasikan teman-teman agar selalu semangat terus dari awal hingga akhir semester, mba Yanti, mba Dindin, Ucup, Agus, pak Leo, kang Andri, Sandy, Qiqi, Raynin, Sari, pak Adhi, Yudie, pak Widayatmoko, Nico, mas Gun, mas Roso, Mila, mba Aci yang selalu memberikan ide-ide dan inspirasi, Ahmad, Apriles dan Daniel yang sudah berdiskusi di Freedom Institute.

Kepada semua pihak atau individu yang penulis tidak sempat sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya dan hormat bagi semuanya yang sudah membantu tesis ini.

Akhir kata puji syukur kepada Allah SWT atas kesempatan belajar yang diberikan pada penulis, dan salam sejahtera bagi kita semua yang mau belajar dan terus belajar tanpa henti.

20 Juli 2013,

Dani Siswardhani Wahjono



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	v
ABSTRACT.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Akademis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>8</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	8
2.1.1. Beberapa Kajian Semiotika Terdahulu.....	8
2.1.2. Ekonomi Politik Media.....	18
2.1.3. Komodifikasi.....	20
2.1.4. Semiotika Roland Barthes.....	22
2.1.5. Iklan Sebagai Bentuk Komunikasi.....	32
2.2. Kerangka Pemikiran.....	40

<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1. Objek Penelitian.....	42
3.2. Paradigma Penelitian.....	43
3.3. Metode Penelitian.....	44
3.3.1. Pendekatan Kualitatif .....	45
3.3.2. Analisis Semiotika .....	47
3.4. Unit Analisis.....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1. Data Primer.....	54
3.5.2. Data Sekunder.....	55
3.6. Teknik Analisa Data.....	55
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1. Sejarah Singkat PT Unilever Indonesia Tbk.....	57
4.1.2. Pepsodent Sebagai Produk PT Unilever Indonesia Tbk.....	62
4.1.3. Deskripsi Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!”.....	62
4.2. Hasil Penelitian.....	67
4.2.1. Pesan Linguistik pada Iklan Pepsodent.....	68
4.2.2. Pesan Ikonik Yang Terkodekan pada Iklan Pepsodent.....	73
4.2.3. Pesan Ikonik Tak Terkodekan pada Iklan Pepsodent.....	88
4.3. Pembahasan.....	91
4.3.1. Mitos dan Ideologi Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!” ....	91
4.3.2. Komodifikasi Nilai-Nilai Keluarga.....	94
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel II.2. Peta Tanda Roland Barthes.....	25
Tabel II.3. Mitos Roland Barthes.....	27
Tabel III.1. Mitos Roland Barthes.....	50
Tabel IV.1. Denotasi dan Konotasi pada Pembukaan Iklan.....	68
Tabel IV.2. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-1.....	68
Tabel IV.3. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-2.....	69
Tabel IV.4. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-3.....	69
Tabel IV.5. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-4.....	69
Tabel IV.6. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-5.....	70
Tabel IV.7. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-6.....	70
Tabel IV.8. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-7.....	70
Tabel IV.9. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-8.....	71
Tabel IV.10. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-9.....	71
Tabel IV.11. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-10.....	71
Tabel IV.12. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-11.....	72
Tabel IV.13. Denotasi dan Konotasi pada Dialog Ke-12.....	72
Tabel IV.14. Denotasi dan Konotasi pada Penutupan.....	72
Tabel IV.15. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Pembuka....	73
Tabel IV.16. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-1.....	74
Tabel IV.17. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-2.....	75
Tabel IV.18. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-3.....	76
Tabel IV.19. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-4.....	77
Tabel IV.20. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-5.....	78
Tabel IV.21. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-6.....	79
Tabel IV.22. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-7.....	80
Tabel IV.23. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-8.....	81
Tabel IV.24. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-9.....	82
Tabel IV.25. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-10.....	83
Tabel IV.26. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-11.....	84
Tabel IV.27. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Penutup.....	85
Tabel IV.28. Tabel Mitos Roland Barthes Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!”.....	91

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram II.1. Dua Tatahan Pertandaan Roland Barthes.....	31
Diagram II.2. Kerangka Pemikiran.....	41
Diagram IV.1. Skema Temuan Penelitian.....	98



## DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1. Unit Analisis Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!”.....	52
Gambar IV.1. Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!”.....	63
Gambar IV.2. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Pembukaan.....	73
Gambar IV.3. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-1.....	74
Gambar IV.4. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-2.....	75
Gambar IV.5. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-3.....	76
Gambar IV.6. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-4.....	77
Gambar IV.7. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-5.....	78
Gambar IV.8. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-6.....	79
Gambar IV.9. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-7.....	80
Gambar IV.10. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-8.....	81
Gambar IV.11. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-9.....	82
Gambar IV.12. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-10.....	83
Gambar IV.13. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Bagian Ke-11.....	84
Gambar IV.14. Denotasi dan Konotasi Non-Verbal pada Penutup.....	85
Gambar IV.15. Posisi Awal Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!”.....	88
Gambar IV.16. Posisi Akhir Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!”.....	89

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01. Adegan Iklan Pepsodent Versi “Gantian Donk!” .....	107
Lampiran 02. Riwayat Hidup.....	114

