



**ANALISIS MAKNA PESAN VERBAL DAN NONVERBAL DALAM
IKLAN ICHI OCHA VERSI 'INSTAGRAM BOYFRIEND' DI YOUTUBE**
(Analisis Semiotika Peirce)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

Shamira Andalusia 44318120023

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shamira Andalusia

NIM : 44318120023:

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul *Analisis Makna Pesan Verbal dan Nonverbal dalam Iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' di YouTube* adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi, yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 9 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Mengetahui,

Pembimbing


(Melly Ridaryanthi, Ph. D)

UNIVERSITAS

Ketua Bidang Studi

MERCU BUANA


(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shamira Andalusia
NIM : 44318120023
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : *Analisis Makna Pesan Verbal dan Nonverbal dalam Iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' di YouTube (Analisis Semiotika Peirce)*



UNIVERSITAS

Jakarta, 5 Januari 2021

MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Melly Ridaryanthi, Ph. D)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Shamira Andalusia
NIM : 44318120023
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : *Analisis Makna Pesan Verbal dan Nonverbal dalam Iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' di YouTube (Analisis Semiotika Peirce)*

Jakarta, 5 Januari 2021

Pembimbing : Melly Ridaryanthi, Ph. D (.....)

Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom (.....)

Ketua Sidang : Dr. Farid Hamid, M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS MAKNA PESAN VERBAL DAN NONVERBAL
DALAM IKLAN ICHI OCHA VERSI 'INSTAGRAM
BOYFRIEND' DI YOUTUBE** (Analisis Semiotika Peirce)

Nama : Shamira Andalusia

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

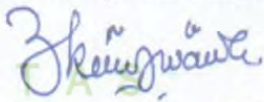
Jakarta, 5 Januari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


Ketua Bidang Studi Marcomm

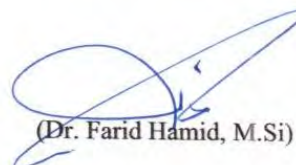

(Melly Ridaryanthi, Ph. D)


(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Ph. D)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan ridho-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Makna Pesan Verbal dan Nonverbal dalam iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' di YouTube sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah membagikan ilmu, memberikan pengarahan dan solusi atas permasalahan dan kesulitan selama proses penyusunan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom, selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dewi Sad Tanti M.Ikom, selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid. Hamid, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi bekal masa depan selama perkuliahan.

7. Kedua orangtua, almarhum Ir Mohammad Budiman dan Tri Sukmawati yang selalu memberikan doa dan dukungan serta semangat selama penyusunan skripsi.
8. Teman seperjuangan, Lia dan Zahra yang selalu membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi.
9. Rina, Tray, Luthfia, Amel, Trias, Irma, Endah, Ica dan Laras yang telah memberikan dukungan selama penyusunan skripsi.
10. Seluruh temn-teman pada Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
11. Seluruh staf dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan kepada peneliti.

Peneliti menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, namun peneliti telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti dengan rendah hati menerima segala saran dan masukan guna penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Desember 2020

Penyusun

Shamira Andalusia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Makna Pesan dalam Iklan.....	16
2.2.2 Periklanan.....	21
2.2.3 Semiotika dalam Periklanan	26
2.2.4 Konteks <i>Gender</i> dalam Iklan.....	30
2.2.5 YouTube sebagai Media Iklan.....	34
2.2.6 Instagram di Kalangan Anak Muda	37
2.2.7 Analisis Semiotika Charles S. Peirce.....	38
BAB III	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian	47

3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Unit Analisis	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Data Primer.....	55
3.4.2 Data Sekunder.....	55
3.5 Teknik Analisis Data	56
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Gambaran tentang PT Indofood.....	59
4.1.2 Gambaran tentang Produk Ichi Ocha.....	60
4.1.3 Gambaran tentang Iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’ di YouTube	60
4.1.4 Analisis Iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’ di YouTube.....	62
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 Analisis Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’	68
4.3 Pembahasan.....	119
4.3.1 Pesan Verbal dalam iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’	119
4.3.2 Pesan Nonverbal dalam iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’	123
4.3.3 Makna Pesan Verbal dan Nonverbal Secara Menyeluruh dalam iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’	127
BAB V	138
KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	139
5.2.1 Secara Akademis.....	139
5.2.2 Secara Praktis.....	140
DAFTAR PUSTAKA.....	142
CURRICULUM VITAE.....	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.2. Trikotomi Charles Sanders Peirce.....	43
Tabel 2.2.3 Jenis Tanda	44
Tabel 3.5 Penjabaran dari Segitiga Makna	57
Tabel 4.1 Storyboard Iklan Ichi Ocha versi ‘Instagram Boyfriend’	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1 Segitiga Makna Charles Sanders Peirce	42
Gambar 3.5 Segitiga Makna Charles Sanders Peirce	56





Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Shamira Andalusia
44318120023

Analisis Makna Pesan Verbal dan Nonverbal dalam Iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' di YouTube

Bibliografi: 7 Bab 148 hal + 43 Buku + 16 Internet

ABSTRAK

Iklan digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai informasi produk yang dapat dilihat dari tanda verbal dan nonverbal. Di dalam iklan terdapat pesan yang tersembunyi dan dapat dimaknai berdasarkan tanda verbal dan nonverbal. Salah satunya, konteks *gender* yang merupakan konstruksi sosial yang dibangun oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna pesan verbal dan nonverbal dalam iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' di YouTube.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode semiotika Peirce yang berfokus pada logika dan penalaran dalam menganalisis tanda verbal dan nonverbal di dalam sebuah iklan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada setiap *scene* iklan Ichi Ocha versi 'Instagram Boyfriend' sesuai dengan unit analisis yang telah ditentukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara pesan verbal, pacar 'Instagram Boyfriend' terpaksa untuk memfoto pacar perempuannya dan tidak terima dengan peran baru yang didapat sebagai 'Instagram Boyfriend'. Untuk pesan nonverbal, pacar perempuan dengan sesuka hati meminta difoto agar dapat meningkatkan *likes* dan *followers* pada konten Instagram-nya sedangkan pacar lelaki menderita selama memfoto pacar perempuannya. Kesimpulan dari penelitian ini, secara pesan verbal pacar lelaki merasa maskulinitas yang dimiliki ternodai dengan peran baru sebagai 'Instagram Boyfriend' dan untuk pesan nonverbal pacar lelaki sebenarnya tidak mau memfoto pacarnya namun ia tidak bisa menolak permintaan pacarnya tersebut.

Kata Kunci: Semiotika, Makna, Verbal, Nonverbal, 'Instagram Boyfriend'



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Advertising & Marketing Communication Major
Shamira Andalusia
44318120023

Analysis of the Meaning of Verbal and Nonverbal Message on Ichi Ocha
'Instagram Boyfriend' Advertisement in YouTube
Bibliography: 7 Chapter 148 Pages + 43 Books + 16 Internet

ABSTRACT

Advertisement is used to deliver product messages which can be seen through verbal and nonverbal signs. In the advertisement, there is hidden message which can be interpreted based on its verbal and nonverbal signs. One of those signs is in regards to gender that is socially constructed. This research aims to analysing the meaning of verbal and nonverbal message on Ichi Ocha 'Instagram Boyfriend' advertisement in YouTube.

This research applied constructivism paradigm with qualitative approach. Peirce's Semiotic is employed as method in this research, focused on logic and reasoning in analysing both verbal and nonverbal signs in the advertisement. Data collection was gathered by conducting observation technique towards each scene on Ichi Ocha 'Instagram Boyfriend' advertisement according to the determined unit of analysis.

The results of this research show that verbally, the 'Instagram Boyfriend' is forced to take a photo of his girlfriend and he, in that sense, does not accept his new role as an 'Instagram Boyfriend'. In nonverbal message, his girlfriend willingly asks to be photographed by him in order to increase likes and followers on her Instagram content. Meanwhile, her boyfriend is seen suffering during taking photos of her. The conclusion of this research is verbally the boyfriend feels that his masculinity is ruined by the role he perceived as an 'Instagram Boyfriend' and for nonverbal message, the boyfriend is actually does not want to take his girlfriend's pictures however he cannot refuse the command.

Keywords: Semiotics, Meaning, Verbal, Nonverbal, 'Instagram Boyfriend'