



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PEMAKNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DI CHANNEL YOUTUBE
“KOREA ROEMIT”**

(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Ayilia
44316010045

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayilia
NIM : 44316010045
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : **PEMAKNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DI CHANNEL YOUTUBE “KOREA ROEMIT” (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya saya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil studi pustaka yang di dampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data, dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 30 Juni 2020



Ayilia



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PEMAKNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DI
CHANNEL YOUTUBE “KOREA ROEMIT”
(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE
SAUSSURE)

Nama : Ayilia

NIM : 44316010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 17 Juni 2020
Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PEMAKNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DI CHANNEL YOUTUBE “KOREA ROEMIT” (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

Nama : Ayilia

NIM : 44316010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 30 Juni 2020

Ketua Sidang

Yuni Tresnawati, M.Ikom

Penguji Ahhli

Dudi Hartono, M.Ikom

Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PEMAKNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DI CHANNEL YOUTUBE “KOREA ROEMIT” (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

Nama : Ayilia

NIM : 44316010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 30 Juni 2020

Ketua Bidang Studi

Pembimbing

Digital Advertising &
Marketing Communications

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Ayilia

44316010045

Pemaknaan Budaya Korea Selatan di Cahnnel Youtube “Korea Roemit” (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)

Jumlah Halaman : Cover + 94 Halaman + 1 Lampiran

Bibliografi : 32 Acuan, Tahun 2004-2019

ABSTRAK

Budaya adalah sebuah ideologi yang ditanamkan untuk mempertahankan karakter bangsa. Korea Selatan adalah salah satu negara yang berhasil menyebarkan budayanya dan membuat budaya tersebut makin dikenal masyarakat luas. Korea Roemit adalah salah satu akun youtube yang memiliki banyak konten budaya Korea Selatan di dalamnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaknai dua Vlog di youtube Korea Roemit yang bertema budaya Korea selatan.

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Konstruktivis, dengan metode penelitian Kualitatif deskriptif. Analisa data menggunakan pendekatan Semiotika Ferdinand de Saussure yang menekankan pada konsep penanda dan petanda. Objek penelitiannya adalah konten Vlog di youtube Korea Roemit.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa makna budaya Korea Selatan yang ada di youtube Korea Roemit berhubungan dengan budaya masyarakat, kebiasaan, dan juga realitas yang ada di Korea Selatan. makna budaya ini juga berkaitan dengan unsur-unsur budaya dan nilai-nilai budaya.

Kata Kunci: Analisis, Makna, Budaya Korea Selatan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas izin, rahmat, dan karunianya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya serta dengan segenap hati dan pikiran penulis dalam menyusunnya.

Dalam Skripsi yang berjudul “PEMAKNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DI CHANNEL YOUTUBE “KOREA ROEMIT” (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)” ini, penulis mendapatkan masa-masa sulit dalam masa penyusunannya, akan tetapi keberadaan orang-orang terdekat yang selalu memotivasi dan mendukung penulis untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini sangat berarti dan membuat penulis tidak menyerah dengan kesulitan yang penulis hadapi saat menyelesaikan skripsi ini.

Di dalam proses penyusunan skripsi ini penulis merasa masih memiliki banyak kekurangan, baik itu dalam segi pemahaman teori dan lainnya. Oleh sebab itu penulis masih memerlukan bantuan berupa masukan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan dan kritikan bagi penulis, serta arahan dan kesabarannya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak **Ponco Budi Sulisty, M.Com., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Bidang Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu **Yuni Tresnawati, M.Ikom** selaku ketua Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Ibu **Dewi Sad Tanti, S.Sos.,M.Si** Selaku Sekretaris Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication dan juga dosen Pembimbing Akademik Penulis.
6. Seluruh dosen program studi Digital Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Terima Kasih atas semua ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis semasa perkuliahan.
7. Allah SWT, yang selalu memberikan penulis jalan disetiap kesulitan yang penulis hadapi saat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Kedua Orang tua Penulis Bapak Suhendra dan Ibu Assianah yang selalu mensupport penulis baik itu Doa, dukungan, dan juga Motivasi, yang membuat penulis tidak menyerah dalam menghadapi apapun, seperti menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
9. Keluarga Besar dari Ibu Penulis, Mak Enjuh, Bi Uun, Bi Yanih, Bi Minah, yang selalu mendoakan penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan baik.
10. Lambe Curah Genk, Dewi, Khusnul, Eka, Ira, Gita, Hayi yang berbagi masa-masa indah dan masa-masa sulit selama empat tahun perkuliahan.
11. Teman seperjuangan penulis di Kampus, Agus, Vega, Bute, Jeki, Alvina, Lola, Inu terima kasih untuk canda tawanya selama empat tahun ini, dan terima kasih untuk selalu berbagi semangat dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman Marcomm Angkatan 2016, terima kasih atas kebersamaanya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kajian Teoritis	13
2.2.1 Budaya dalam konten Media Sosial.....	13
2.2.2 Budaya.....	14
2.2.3 Fungsi dan Dampak Budaya.....	15
2.2.4 Media Massa Sebagai Pencerita Budaya.....	16
2.2.5 Media Massa	17
2.2.5.1 Karakteristik Media Massa.....	20
2.2.5.2 Jenis-Jenis Media Massa.....	20
2.2.6 New Media.....	21

2.2.7 New Media Dalam Konteks Komunikasi Digital.....	23
2.2.8 New Media Hadir Karena Internet.....	24
2.2.9 Media Sosial.....	26
2.2.9.1 Jenis-Jenis Media Sosial	28
2.2.10 Perancang Konten Youtube.....	29
2.2.11 Semiotika.....	30
2.2.12 Semiotika Ferdinand De Saussure	33
2.2.13 Bahasa dan Makna Dalam Strukturalisme	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Unit Analisis	42
3.3.2 Unsur Picture.....	42
3.3.3 Unsur audio	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Data Primer.....	43
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5. Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1 Tahap Pemilihan Video dan pemilihan Scene.....	45
3.5.2 Tahap Analisis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
4.1.1 Profile Channel Youtube Korea Roemit	46
4.1.2 Tim Produksi dan Konten	47
4.1.3 Profile Youtuber Korea Roemit.....	49
4.2 Hasil Penelitian	53
4.3 Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89

5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran.....	90
5.2.1	Saran Akademis	90
5.2.2	Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	8
Tabel 4.2.1.1.....	54
Tabel 4.2.1.2.....	57
Tabel 4.2.1.3.....	59
Tabel 4.2.1.4.....	62
Tabel 4.2.1.5.....	64
Tabel 4.2.2.1.....	67
Tabel 4.2.2.2.....	70
Tabel 4.2.2.3.....	72
Tabel 4.2.2.4.....	74
Tabel 4.2.2.5.....	77
Tabel 4.2.2.6.....	80



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1	46
Gambar 4.1.2.....	47
Gambar 4.1.3.1	49
Gambar 4.1.3.2.....	51
Gambar 4.1.3.3	52

