



**MAKNA BAKAT ANAK  
DALAM IKLAN ANCHOR BONEETO  
VERSI “ADA BAKAT DI TIAP ANAK 2020”**

**(Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1)  
Komunikasi bidang studi Marketing Communication and Advertising

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**LIA ASTI LIANI**

**44318120028**

**MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2021**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Lia Asti Liani  
NIM : 44318120028  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan ini dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul Makna Bakat Anak Dalam Iklan Acor Boneeto Versi "Ada akat di Tiap Anak 2020" (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikas 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 mana telah saya cantumkan sebagai mana intestinya

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiasme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukakan kembali semua prose penyusunan skripsi dari awal

Jakarta, 3 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Mengetahui,

Pembimbing

  
(Dudi Hartono, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

  
(Yuni Tresnawati S.Sos, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lia Asti Liani  
NIM : 44318120028  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : Makna Bakat Anak Dalam Iklan Ancor Boneeto Versi  
"Ada Bakat di Tiap Anak 2020" (Analisis Semiotika  
Ferdinand de Saussure)

Jakarta, 03 Februari 2021

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
*Dudi Hartono*  
MERCU BUANA

Pembimbing

(Dudi Hartono, M. Ikom)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Lia Asti Liani  
NIM : 44318120028  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : *Makna Bakat Anak Dalam Iklan Ancor Boneeto Versi "Ada Bakat di Tiap Anak 2020" (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*

Jakarta, 3 Februari 2021

**Pembimbing**

Dudi Hartono, M.Ikom

  
(.....)

**Penguji Ahli**

Nindyta Aisyah, M. Ikom

  
(.....)

**Ketua Sidang**

Dewi Sad Tanti, M. Ikom

  
(... ..)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : MAKNA BAKAT ANAK DALAM IKLAN ANCOR BONEETO  
VERSI “ADA BAKAT DI TIAP ANAK 2020” (Analisis  
Semiotika Ferdinand de Saussure)

Nama : Lia Asti Liani

NIM : 44318120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 3 Februari 2021


Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Marcomm**



(Dudi Hartono, M. Ikom)



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

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Makna Bakat Anak Dalam Iklan Anchor Boneeto Versi “Ada Bakat di Tiap Anak”** sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta.

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

1. **Bapak Dudi Hartono, M. Ikom**, selaku dosen pembimbing yang telah membagikan ilmu, memberikan pengarahan dan solusi atas permasalahan dan kesulitan selama proses penyusunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
2. **Ibu Yuni Tresnawati, M. IKom.**, selaku Ketua Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
3. **Bapak Dr. Farid Hamid**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. **Bapak Ponco Budi Sulisty, M. Comm, Ph.D.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu

Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. **Ibu Dewi Sad Tanti, M. IKom.**, selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir Program Studi *Advertising & Marketing Communication* 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, **Saiful Hidayat** dan **Hindatun**, keluarga dekat **Eddy Supriadi** dan **Junaedah**, serta saudara kandung saya **Rian Farhan Hidayat** yang selalu memberikan doa dan dukungan serta semangat selama penyusunan skripsi.
8. Teman dekat, **Rizky Rezha Fauzi**, yang selalu membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi.
9. **Shamira, Luthfia, Sandra, Trias, Nurfajerin, Ria**, dan **Aisyah** 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 penulis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima segala saran dan masukan guna penyempurnaan penelitian

ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Jakarta, 3 Januari 2021

Penyusun

Lia Asti Liani





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	9
2.3 Semiotika .....	10
2.3.1 Tanda dan Makna Dalam Semiotika.....	14
2.3.2 Teori Semiotika Ferdinand de Saussure .....	15
2.3.3 Semiotika Iklan.....	18
2.4 Iklan.....	19
2.4.1 Iklan Televisi .....	19
2.4.2 Elemen Iklan Televisi .....	20
2.4.3 Iklan Sebagai Susunan Tanda dan Makna .....	22
2.5 Khalayak Anak dan Aturan Pemeran Anak Berdasarkan Etika Pariwara ..	26
2.6 Warna.....	27
2.6.1 Symbolisme Warna Pada Iklan.....	29
2.7 Bahasa Sebagai Pesan.....	32
2.8 Bakat dan Potensi Pada Anak .....	34
2.7 Gestur.....	35
2.7.1 Jenis-Jenis Gestur.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Unit Analisis .....	42

3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4.1 Data Primer .....	45
3.4.2 Data Sekunder.....	45
3.5 Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	48
4.1.2 Konsep Produk Anchor Boneeto .....	50
4.1.3 Motto Produk Anchor Boneeto.....	52
4.1.4 Logo Produk Anchor Boneeto .....	52
4.1.5 Varian Produk Anchor Boneeto .....	53
4.2 Sinopsis Iklan Anchor Boneeto Versi Ada Bakat di Tiap Anak 2020 .....	54
4.2.1 Narasi dan Lirik Lagu Latar Belakang Iklan Anchor Boneeto Versi Ada Bakat di Tiap Anak 2020 .....	55
4.3 Analisis Iklan Susu Anchor Boneeto Versi “Ada Bakat di Tiap Anak 2020” .....	55
4.4 Hasil Penelitian.....	61
4.5 Pembahasan .....	70
<b>BAB V SARAN DAN KESIMPULAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran .....	78
5.2.1 Saran Akademis .....	78

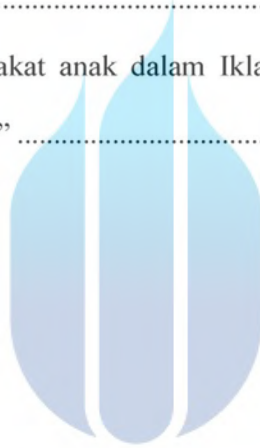
5.2.2 Saran Praktis .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80
<b>LAMPIRAN</b> .....	82



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Contoh <i>signifier</i> dan <i>signified</i> .....	16
<b>Tabel 2.2</b> Unsur-unsur dalam iklan .....	24
<b>Tabel 2.3</b> Elemen pengambilan gambar .....	25
<b>Tabel 4.1</b> <i>Storyboard</i> Iklan Anchor Boneeto versi “Ada Bakat di Tiap Anak 2020” .....	56
<b>Tabel 4.2</b> Pemaknaan bakat anak dalam Iklan Anchor Boneeto versi “Ada Bakat di Tiap Anak 2020” .....	61



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Model Semiotika Saussure .....	16
<b>Gambar 4.1</b> Nutrisi A-Force Produk Anchor Boneeto.....	50
<b>Gambar 4.2</b> Logo Produk Anchor Boneeto.....	53
<b>Gambar 4.3</b> Varian Produk Anchor Boneeto dari kiri; susu bubuk <i>box</i> , susu bubuk <i>sachet</i> , dan susu UHT cair.....	54



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Lia Asti Liani  
44318120028

Makna Bakat Anak Dalam Iklan Susu Anchor Boneeto Versi “Ada Bakat di Tiap Anak 2020”

Jumlah Halaman : xvi + 82 Halaman + Lampiran  
Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 1972-2015

## ABSTRAK

Iklan adalah bentuk komunikasi persuasif dari perusahaan terhadap konsumen atau calon konsumen agar melakukan tindakan sesuai strategi perusahaan. Pesan yang tersampaikan lewat sebuah iklan dapat dilihat maknanya melewati tanda verbal dan non-verbal. Pesan yang dimaksud, salah satunya adalah konteks bakat anak yang merupakan sesuatu yang adanya menjadi keinginan anak sendiri dan orangtua pada umumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna pesan verbal dan non-verbal dalam Iklan Susu Anchor Boneeto versi “Ada Bakat di Tiap Anak 2020” di Instagram. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif, menggunakan Metode Semiotika berdasarkan Teori Semiotika Ferdinand de Saussure yang berfokus pada dikotomi penanda dan petanda dalam sebuah tanda. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada sebagian *scene* Iklan Susu Anchor Boneeto versi “Ada Bakat di Tiap Anak 2020” sesuai unit analisis yang telah ditentukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara verbal dan non-verbal makna bakat anak dapat ditemukan memiliki antusiasme yang tinggi, *awareness* akan kebutuhan dirinya sendiri, tahu dan senang akan pilihannya, mengetahui apa yang menjadi keinginannya dan berani menggapainya, berani berkespresi, kreatif dan berani berkreas, memiliki daya pikir yang aktif, dapat mengapresiasi hasil karyanya sendiri, dan memiliki hal-hal hebat dalam dirinya yang siap ditunjukkan pada dunia; energi, antusiasme, kekuatan, intelektual, dan kreativitas. Serta tidak ditemukan pelanggaran oleh iklan berdasarkan Etika Pariwara 2020 di bawah pasal-pasal terkait khalayak anak dan pemeran anak.

**Kata kunci:** Semiotika, Makna, Verbal, Non-verbal, ‘Susu Anchor Boneeto’



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Advertising & Marketing Communication Major  
Lia Asti Liani  
44318120028

Meaning of Children's Talent in Anchor Boneeto Milk Advertisement "There Is Talent in Every Child 2020" Version

Total Page Number : xvi + 82 Pages + Attachments  
Bibliography : 27 Reference, during the years of 1972-2015

### *ABSTRACT*

Advertising is a form of communication from the company to consumers or prospective consumers to act according to the company's strategy. The message conveyed through an advertisement can be seen through verbal and non-verbal signs. The message in question, one of which is the context of the child's talent which is something that is the desire of the child themselves and the parents in general.

This study aims to analyze the meaning of verbal and non-verbal messages in Anchor Boneeto Milk Ads version of "There is Talent in Every Child 2020" on Instagram. This research uses constructivist paradigm with qualitative attachment, using Semiotics Method based on Ferdinand de Saussure Semiotics Theory which focuses on dichotomy of markers and markers in a sign. Data collection is calculated through observation in some scenes of Anchor Boneeto Milk Ads version of "There is Talent in Every Child 2020" according to the predetermined analysis unit.

The results of this study showed that verbally and non-verbally the meaning of children's talents can be found to have a high enthusiasm, awareness of their own needs, know and be happy about their choices, know what they want and dare to reach them, dare to express, be creative and dare to create, have an active mind, can appreciate their own work, and have great things in them that are ready to be shown to the world; energy, enthusiasm, strength, intellectual, and creativity. As well as not found violations by advertising based on Advertising Ethics 2020 under the articles related to the audience of children and child actors.

**Keywords:** Semiotic, Meaning, Verbal, Non-Verbal, 'Anchor Boneeto Milk'