



**ANALISIS SEMIOTIK MAKNA PESAN IKLAN SATU  
INDONESIA PT ASTRA INTERNATIONAL Tbk VERSI  
“MENJAGA IBU PERTIWI” 2020 DI MEDIA TELEVISI**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**Disusun Oleh :**

**ANISA CHUSNUL CHOTIMAH DIAN RACHMADANI**

**(44216010108)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani  
NIM : 44216010108  
BIDANG STUDI : Public Relations  
ALAMAT : Komplek Kimia Farma Hankam, Jl. Kemuning,  
Blok D 1, No. 9, Parung Serab, Ciledug,  
Tangerang, Banten. 15153  
NO. HP : 085888700347

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **ANALISIS SEMIOTIK MAKNA PESAN IKLAN SATU INDONESIA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK VERSI “MENJAGA IBU PERTIWI”** 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 sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, 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, 05 Oktober 2020



Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**JUDUL** : **ANALISIS SEMIOTIK MAKNA PESAN IKLAN SATU  
INDONESIA VERSI “MENJAGA IBU PERTIWI” 2020 DI MEDIA  
TELEVISI**

**NAMA** : Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani

**NIM** : 44216010108

**FAKULTAS** : Ilmu Komunikasi

**BIDANG STUDI** : *Public Relations*

Jakarta, 05 Oktober 2020

Mengetahui,

**PEMBIMBING**

(Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.I.Kom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**JUDUL** : **ANALISIS SEMIOTIK MAKNA PESAN IKLAN SATU  
INDONESIA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK VERSI  
“MENJAGA IBU PERTIWI” 2020 DI MEDIA TELEVISI**

**NAMA** : Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani

**NIM** : 44216010108

**FAKULTAS** : Ilmu Komunikasi

**BIDANG STUDI** : Public Relations

Jakarta, 27 Mei 2020

Mengetahui,


**Ketua Sidang**

( Anindita, M.Ikom )

  
(.....)


**Penguji Ahli**

( Dr. Farid Hamid, M.Si.)

  
(.....)

**Pembimbing**

( Enjang Pera Irawan, S. Sos., M.I.Kom )

  
(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

JUDUL : ANALISIS SEMIOTIK MAKNA PESAN IKLAN SATU  
INDONESIA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK VERSI “  
MENJAGA IBU PERTIWI” 2020 DI MEDIA TELEVISI

NAMA : Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani

NIM : 44216010108

FAKULTAS : Ilmu Komunikasi

BIDANG STUDI : Public Relations

Jakarta, 05 Oktober 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.Ikom

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

Dr. Elly Yuliawati, M.Si

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

Ponso Budi Sulistyono, M.Comn, Ph. D

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

Dr. Farid Hamid, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

NAMA : Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani  
NIM : 44216010108  
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi  
BIDANG STUDI : Public Relations  
JUDUL : ANALISIS SEMIOTIK MAKNA PESAN IKLAN SATU INDONESIA  
PT ASTRA INTERNATIONAL Tbk VERSI “MENJAGA IBU  
PERTIWI” 2020 DI MEDIA TELEVISI  
BIBLIOGRAFI : 203 halaman + Lampiran + 24 buku + 5 jurnal + 7 data website

### ABSTRAK

Iklan CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan bagian dari praktik PR yang dipahami sebagai iklan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat untuk mengatasi dan menyelesaikan suatu masalah isu global yang ada di lingkungan yang di iklan kan melalui media televisi. Demikian juga dengan iklan SATU Indonesia PT ASTRA International Tbk versi “menjaga Ibu Pertiwi”2020, merupakan salah satu bentuk iklan CSR yang diproduksi oleh PT ASTRA International Tbk. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui makna apa yang terkandung dalam iklan SATU Indonesia PT ASTRA International Tbk versi “Menjaga Ibu Pertiwi” di Media Televisi Tahun 2020

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Semiotika yang dikembangkan oleh Ferdinand Saussure, dimana teori ini menjelaskan bahwa tanda memiliki unsur yang saling berhubungan yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda yakni bunyi atau coretan bermakna, dan petanda yakni gambar atau konsep sesuatu dari penanda. Hubungan antara kedua konsep tersebut disebut *signification*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis pendekatan semiotik bersifat interpretatif kualitatif, maka secara umum teknis analisis datanya menggunakan alur yang lazim digunakan dalam metode penulisan kualitatif, yakni mengidentifikasi objek yang diteliti untuk dipaparkan, dianalisis dan kemudian ditafsirkan maknanya.

Setelah melakukan analisis terhadap iklan SATU Indonesia versi “menjaga Ibu Pertiwi”, maka dapat disimpulkan bahwa PT ASTRA International Tbk ingin memberikan suatu informasi mengenai keadaan perairan Indonesia yaitu lautan Pulau Pramuka yang sudah tercemar oleh sampah, dan memberikan edukasi kepada khalayak mengenai bagaimana cara mengurangi penggunaan sampah plastic sekali pakai, serta menjaga suatu lingkungan.

**Kata kunci:** *PT ASTRA International Tbk, iklan SATU Indonesia, Semiotik.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat dan kasih sayangNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul *“Analisis Semiotik Makna Pesan Iklan SATU Indonesia PT ASTRA International Tbk Versi “Menjaga Ibu Pertiwi” 2020 DI Media Televisi”*.

Skripsi ini dibuat bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulisan Skripsi ini melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Untuk itu disini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Enjang Pera Irawan, S.Sos, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang karena dukungan dan arahannya peneliti dapat menyusun proposal skripsi ini hingga selesai.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations yang selama masa kuliah serta penulisan proposal skripsi ini telah banyak memberikan ilmu-ilmunya kepada peneliti.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi ilmu Komunikasi yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan izinnya dalam proses penelitian guna memenuhi tugas akhir ini.
5. Staf TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu peneliti dalam proses memenuhi data serta form-form pelengkap tugas akhir ini.

6. Orang Tua peneliti Bapak Tommy Hermanto dan Ibu Nugati Sudiani atas dukungannya selama ini hingga saat sekarang peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada teman – teman peneliti yang terkasih Nabilah Ramadhanti, Arvia Nur Vianhani, Syifa Fitriani, Cipta Dewi, Yuanita Fransisca, Cipta Dewi Indriani, Elva Nita dan lainnya yang telah dengan tulus ikhlas menemani peneliti dalam proses terselesaikannya penelitian ini.
8. Kepada seluruh keluarga besar HIMA PR yang telah berbagi ilmu dan pengalaman dalam berbagai hal terkhusus bidang organisasi.
9. Kepada lingkup pertemanan peneliti (*HIMA PR 2016, Geng Ngee Sidang September, Bercanda DPD, dsb.*) yang selama masa karantina bersama ini selalu menemani peneliti dalam mengisi waktu di tengah penyelesaian tugas akhir ini;
10. Serta semua pihak yang telah membantu peneliti dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan khususnya bidang Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 14 September 2020



Anisa Chusnul Chotimah Dian Rachmadani



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS TUGAS AKHIR SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Iklan.....	26
2.2.1 Fungsi dan Tujuan Iklan .....	30
2.2.2 Sifat Periklanan.....	35
2.2.3 Bentuk – Bentuk Iklan .....	36
2.2.4 Penciptaan Iklan.....	37
2.2.5 Stimulasi Iklan .....	39
2.2.6 Periklanan Sebagai Bentuk Komunikasi .....	43
2.2.7 Iklan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Strategi Komunikasi dalam Public Relations .....	46
2.3 Semiotika .....	47
2.3.1 Semiotika Ferdinand De Saussure .....	50
2.3.2 Kode.....	56

2.4 Teknik Pengambilan Gambar.....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	67
3.2 Metode Penelitian.....	68
3.3 Unit Analisis .....	70
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.5 Teknik Analisis Data.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	74
4.1.1 Sejarah PT ASTRA International Tbk.....	74
4.1.2 Filosofi PT ASTRA International Tbk .....	77
4.1.3 Visi dan Misi PT ASTRA International Tbk.....	77
4.1.4 Struktur Organisasi PT ASTRA International Tbk .....	78
4.1.5 Arti Logo PT ASTRA International Tbk.....	79
4.1.6 Iklan SATU Indonesia PT ASTRA International Tbk versi “menjaga Ibu Pertiwi” Tahun 2020 .....	81
4.1.7 Narasi Iklan SATU Indonesia PT ASTRA International Tbk versi “menjaga Ibu Pertiwi” Tahun 2020.....	83
4.2 Hasil Penelitian .....	84
4.3 Pembahasan.....	164
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>174</b>
5.1 Kesimpulan .....	174
5.2 Saran.....	179
5.2.1 Saran Akademis .....	179
5.2.2 Saran Praktis .....	180
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>182</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>185</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Unsur Makna Saussure .....	48
Gambar 2. Unsur Makna Saussure.....	69
Gambar 3. Struktur Organisasi Divisi Corporate PT ASTRA International.....	79
Gambar 4. Logo Perusahaan PT ASTRA International Tbk	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1. Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 4.2.1. Analisis Tanda dan Makna (Scene 1) .....	17
Tabel 4.2.2. Analisis Tanda dan Makna (Scene 2) .....	88
Tabel 4.2.3. Analisis Tanda dan Makna (Scene 3) .....	91
Tabel 4.2.4. Analisis Tanda dan Makna (Scene 4) .....	94
Tabel 4.2.5. Analisis Tanda dan Makna (Scene 5) .....	97
Tabel 4.2.6. Analisis Tanda dan Makna (Scene 6) .....	99
Tabel 4.2.7. Analisis Tanda dan Makna (Scene 7) .....	17
Tabel 4.2.8. Analisis Tanda dan Makna (Scene 8) .....	106
Tabel 4.2.9. Analisis Tanda dan Makna (Scene 9) .....	109
Tabel 4.2.10. Analisis Tanda dan Makna (Scene 10) .....	111
Tabel 4.2.11. Analisis Tanda dan Makna (Scene 11) .....	115
Tabel 4.2.12. Analisis Tanda dan Makna (Scene 12) .....	117
Tabel 4.2.13. Analisis Tanda dan Makna (Scene 13) .....	120
Tabel 4.2.14. Analisis Tanda dan Makna (Scene 14) .....	123
Tabel 4.2.15. Analisis Tanda dan Makna (Scene 15) .....	125
Tabel 4.2.16. Analisis Tanda dan Makna (Scene 16) .....	128
Tabel 4.2.17. Analisis Tanda dan Makna (Scene 17) .....	130
Tabel 4.2.18. Analisis Tanda dan Makna (Scene 18) .....	133
Tabel 4.2.19. Analisis Tanda dan Makna (Scene 19) .....	135
Tabel 4.2.20. Analisis Tanda dan Makna (Scene 20) .....	138
Tabel 4.2.21. Analisis Tanda dan Makna (Scene 21) .....	141
Tabel 4.2.22. Analisis Tanda dan Makna (Scene 22) .....	144
Tabel 4.2.23. Analisis Tanda dan Makna (Scene 23) .....	147
Tabel 4.2.24. Analisis Tanda dan Makna (Scene 24) .....	150
Tabel 4.2.25. Analisis Tanda dan Makna (Scene 25) .....	153
Tabel 4.2.26. Analisis Tanda dan Makna (Scene 26) .....	155
Tabel 4.2.27. Analisis Tanda dan Makna (Scene 27) .....	158
Tabel 4.2.28. Analisis Tanda dan Makna (Scene 28) .....	161

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae .....	185
------------------------------------	-----