



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Renata Primastuti
44314010064

Simbolisasi Parodi Jokowi Dalam Iklan Shopee versi Jokowi Bagi – Bagi Sepeda Gratis (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Jumlah Halaman : xvi + 117 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 20 buku, 7 jurnal, dan 12 Artikel Internet

ABSTRAK

Berkembangnya industrialisasi dan komersialisasi terhadap iklan di Indonesia memberi dampak pada produksi iklan yang kadang sengaja mengesampingkan etika beriklan. Khalayak terkadang disuguhkan sebuah iklan dengan asumsi yang sebenarnya kurang sesuai dan melebihi realitas dari produk yang ditawarkan. Justru bukan hanya sekedar menawarkan sebuah produk, melainkan menawarkan ideologi, gaya hidup, dan imaji yang sering digambarkan melalui tanda dan bahasa. Pembuat iklan dituntut kreatif sehingga pesan diterima oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Penelitian ini untuk mengetahui pesan, tanda, makna dan gambar apa saja yang digunakan dalam iklan Shopee versi “Parody Jokowi Bagi- Bagi Sepeda Gratis” di media televisi dalam mempresentasikan Parodi yang menggunakan tiruan Jokowi yang mengacu berdasarkan dengan realitas aslinya dimana bapak Jokowi kerap membagikan sepeda kepada masyarakat di setiap kunjungannya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes Metode yang digunakan sebagai pendekatan dalam menganalisis data adalah analisis semiotik/semiologi-signifikasi Roland Barthes, yakni pemaknaan tanda melalui dua tahapan, dimana tanda yang terdiri atas Denotasi dan Konotasi. Menggunakan paradigma Kritis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa merupakan lambang parodi baru yang Mitos terkini adalah soal Jokowi yang ternyata memiliki fetish dimana Jokowi memiliki kekuatan tertentu untuk menyihir orang lain dan memunculkan suatu benda sehingga menimbulkan pengaruh magis yang dianggap Jokowi adalah seorang magician dan Jokowi menjadi solusi dalam memecahkan permasalahan yang tengah terjadi di masyarakat.

Kata kunci: Pemaknaan simbol parodi dalam Iklan. Analisis Roland Barthes.



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Study Advertising & Marketing Communication

Renata Primastuti
44314010064

Symbolization Parody Of Jokowi In Shopee Adversitement Version Jokowi Gives Free Bike (Analysis Semiotics of Roland Barthes)

Number of pages : xvi + 117 Pages + Apendix

Bibliography : 20 Books, 7 Journal, and 14 internet articles

ABSTRACT

The development of industrialization and commercialization of advertising in Indonesia has an impact on the production of advertisements that sometimes deliberately override advertising ethics. Audiences are sometimes presented with advertisements with assumptions that are actually not appropriate and overstate the reality of the products offered. It is not just merely offering a product, but offering ideology, lifestyle, and images that are often portrayed through signs and language. Advertisers are demanded to be creative so that messages are received by consumers.

This study uses Roland Barthes' Semiotics theory. This research is to find out what messages, signs, meanings and images used in Shopee ads "Parody Jokowi gives Free Bicycles" in the television media in presenting Parody that uses Jokowi's imitation based on the original reality where Mr. Jokowi often gives bicycles to the community at each he visit.

This study uses qualitative research methods based on Roland Barthes' semiotic analysis. The method used as an approach in analyzing data is semiotic / semiology-significance of Roland Barthes's analysis, namely the meaning of signs through two stages, where the sign consists of Denotation and connotation. Using the Critical paradigm.

The results showed that it was a symbol of a new parody The latest myth is about Jokowi who turns out to have a fetish where Jokowi has certain powers to conjure other people and bring up an object that gives rise to magical influences which Jokowi is considered a magician and Jokowi is a problem solving in the middle happening in the community.

Keywords: *Interpretation of Relationship in Advertising, Analysis Semiotics of Roland Barthes*