



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**MAKNA HOROR DALAM IKLAN BURGER BROSS EDISI
HALLOWEEN TAHUN 2021**



TUGAS AKHIR SKRIPSI

UNIVERSITAS
Disusun Oleh:
FEBY RAHMA RIZKIANA
44319010052
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Rahma Rizkiana
NIM : 44319010052
Program Studi : Advertising & Marcomm
Judul Laporan Skripsi : MAKNA HOROR DALAM IKLAN BURGER BROS
EDISI HALLOWEN TAHUN 2021

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 03 Maret 2023



Feby Rahma Rizkiana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Feby RahmaRizkiana
NIM : 44319010052
Program Studi : Advertising & Marcomm
Judul Laporan Skripsi : MAKNA HOROR DALAM IKLAN BURGER BROS
EDISI HALLOWEN TAHUN 2021

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi. Ilmu Komunikasi., Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dudi Hartono, M.Ikom ()
NIDN : 0320037307
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si ()
NIDN : 0318116602

Jakarta, 03 Maret 2023

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

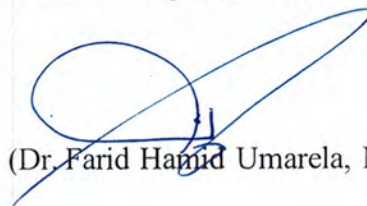
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarela, M Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan segala berkat rahmat dan karunia-Nya, penelitian skripsi ini yang berjudul “MAKNA HOROR DALAM IKLAN BURGER BROS EDISI HALLOWEN TAHUN 2021” dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktunya. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Jurusan Marketing Komunikasi & Periklanan di Universitas Mercu Buana Jakarta.

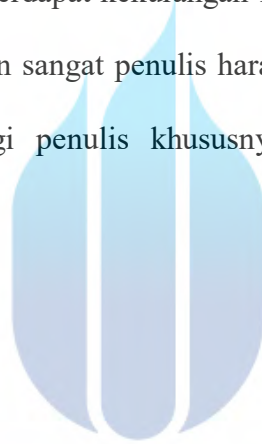
Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dudi Hartono M.Ikom selaku dosen pembimbing penelitian skripsi yang sudah bersedia meluangkan waktu dan pendampingan selama proses penelitian sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Eka Perwitasari, M.Ed, selaku Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi & Periklanan Universitas Mercu Buana yang telah membantu proses skripsi ini dengan memberikan dukungan dan motivasi.
3. Seluruh dosen bidang Studi Divisi Marketing yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, dan pengajaran baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendukung dan mendoakan agar setiap proses berjalan dengan lancar.
5. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana Jakarta, khususnya Siti Nurpuspita, Indriyani, Fredlin, Annisa, Anti yang selalu support penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

6. Sahabat sahabat terdekat Akbar Arif Rizki, Nadya Tasya, Hesti, Ines, Widya, Kikoy, Putri, dan Vivi, yang selalu mendukung dan mendoakan saat pembuatan skripsi ini.
7. Rekan-rekan Markom 2019 dan Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi parapembaca pada umumnya.



Jakarta, Januari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Feby Rahma Rizkiana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Rahma Rizkiana
NIM : 44319010052
Program Studi : Advertising & Marcomm
Judul Laporan Skripsi : MAKNA HOROR DALAM IKLAN BURGER BROS
EDISI HALLOWEN TAHUN 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 03 Maret 2023

Yang menyatakan,



Feby Rahma Rizkiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoristis.....	26
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	26
2.2.1.1 Bauran Pemasaran.....	27
2.2.2 Iklan.....	28
2.2.3 Konsep Kreatif Iklan	30
2.2.4 Unsur Unsur Iklan	30
2.2.4.1 Gambar.....	30
2.2.4.2 Warna	32
2.2.4.3 Tipografi.....	33
2.2.4.4 Copywriting	34
2.2.5 Semiotika.....	35

2.2.5.1 Semiotika Iklan	36
2.2.5.2 Pesan	37
2.2.5.3 Tanda	38
2.2.5.4 Makna.....	39
2.2.6 Semiotika Charles Sanders Peirce	40
2.2.7 Horor.....	46
2.2.8 Halloween.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Paradigma Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Objek Penelitian	49
3.4 Unit Analisa	50
3.5 Tehnik Pengumpulan Data	53
3.5.1 Data Primer.....	53
3.5.2 Data Sekunder	53
3.6 Tehnik Analisi Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Burger Bros	55
4.1.2 Iklan Edisi Halloween	57
4.1.3 Deskripsi Iklan.....	58
4.1.4 Data Penelitian.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Breakdown Iklan Bagian Gambar	60
4.2.2 Breakdown Iklan Bagian Warna	62
4.2.3 Breakdown Iklan Bagian Copywriting	63
4.2.4 Breakdown Iklan Bagian Tipografi	64
4.3 Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72

5.2.1 Saran Akademis.....	72
5.2.2 Saran Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	24
Tabel 2.3 4 Teori Semiotika Charles Sanders Peirce.	42
Tabel 3.1 Unit Analisa.....	52
Tabel 4.1 Breakdown Iklan Bagian Gambar	60
Tabel 4.2 Breakdown Iklan Bagian Warna.....	62
Tabel 4.3 Breakdown Iklan Bagian Copywriting.....	63
Tabel 4.4 Breakdown Iklan Bagian Tipografi	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 karakter Mak Lampir.....	3
Gambar 1.2 Iklan Billboard Burger Bros	5
Gambar 1.3 Gambar tanggapan pengguna twitter terhadap iklan Burger Bros	5
Gambar 1.4 Campign Burger King	10
Gambar 2.1 Tiga unsur konsep Pierce.....	41
Gambar 3.1 Gambar iklan burger bros bertemakan horor dalam edisi halloween	50
Gambar 3.2 Gambar hantu mak lampir dalam iklan Burger Bros	51
Gambar 3.3 Headline iklan Burger Bros.....	51
Gambar 3.4 Warna yang digunakan iklan Burger Bros.....	52
Gambar 4.1 Logo Burger Bros.....	56
Gambar 4.2 Billboard Iklan Burger Bros Edisi Halloween tahun 2021	57
Gambar 4.3 Visual Iklan Burger Bros gambar hantu perempuan membawa Burger Bros	60
Gambar 4.4 Background (warna) yang digunakan Iklan Burger Bros.....	62
Gambar 4.5 Penggunaan copywriting pada Headline iklan Burger Bros	63
Gambar 4.6 Tipografi Iklan Burger Bros.....	64

UNIVERSITAS
MERCU BUANA