



**MITOLOGI PELANGGENGAN IRASIONAL DALAM
IKLAN DJARUM76 VERSI “KONTES JIN”**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

Disusun Oleh :

RIRIN SETYANINGRUM

44317120050

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ririn Setyaningrum

NIM : 44317120050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir dengan judul "**Mitologi Pelanggengan Irasional Dalam Iklan Djarum76 Versi "Kontes Jin"**" 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 terpublikasi maupun tidak terpublikasi, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

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

Jakarta, 26 Desember 2020

Yang membuat pernyataan

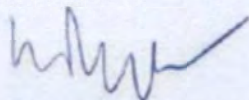
MERCUBUANA



(Ririn Setyaningrum)

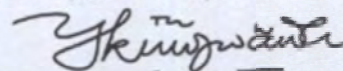
Mengetahui,

Pembimbing,



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

Ketua Bidang Studi,



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



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Mitologi Pelanggengan Irasional Dalam Iklan Djarum76 Versi “Kontes Jin”**

Nama : Ririn Setyaningrum

NIM : 44317120050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 26 Desember 2020

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Mitologi Pelanggengan Irasional Dalam Iklan Djarum76 Versi
"Kontes Jin"**

Nama : Ririn Setyaningrum

NIM : 44317120050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 26 Desember 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

Marketing Communication & Advertising




(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)



(Yuni Tresnawati, M.Ikom.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Ririn Setyaningrum
NIM : 44317120050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*
Judul : **Mitologi Pelanggengan Irasional Dalam Iklan Djarum76 Versi
“Kontes Jin”**

Jakarta, 26 Desember 2020

Ketua Sidang:
Melly Ridaryanthi, Ph.D



(.....)

Penguji Ahli:
Nindyta Aisyah D., M.Si



(.....)

Pembimbing:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.



(.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Ririn Setyaningrum

44317120050

Mitologi Pelanggengan Irasional Dalam Iklan Djarum76 Versi “Kontes Jin”

Bibliografi: 5 Bab 72 hal + Lampiran + 30 Buku + 8 Penelitian Ilmiah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan landasan-landasan mitologi perilaku korupsi dan perokok yang menjadi acuan berkembangnya di masyarakat yang tertuang ke dalam iklan Djarum76 versi “Kontes Jin”. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif interpretatif, dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pesan dalam iklan menurut Roland Barthes ada 2 tingkatan yang dikenal dengan *Order of Significations*. Teori ini diaplikasikan dengan tujuan mengungkapkan makna denotasi, konotasi dan mitos di masyarakat. Data penelitian diperoleh dari menganalisa video iklan rokok Djarum76 versi “Kontes Jin” dan artikel-artikel, jurnal dan penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan dan menggambarkan bahwa mitologi-mitologi yang terbentuk terkait dengan budaya atau ideologi yang berkembang di masyarakat Indonesia.

Mitologi pada kasus korupsi dan merokok mempunyai karakteristik yang sama terjadi di masyarakat. Perilaku korupsi dan merokok tercermin dengan perilaku berulang menjadikan suatu yang irasional menjadi langgeng dan biasa dilakukan sehingga terlihat menjadi rasional. Perilaku-perilaku irasional yang terjadi dan berkembang ini menjadi terwajarkan dalam kehidupan di masyarakat.

Keyword: Mitologi, irasional, korupsi, Djarum76.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, ridho dan karunia-Nya yang tiada henti sehingga penulisan tugas akhir yang berjudul “Makna Pesan Iklan Djarum76 versi “Kontes Jin” (Analisis Semiotika Roland Barthes)” dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi dengan bidang studi *Digital Advertising & Marketing Communication*, Universitas Mercubuana.

Selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mendapat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini, yang sudah memberikan masukan, motivasi dan bimbingan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Dr. Yuni Tresnawati, S.Sos.,M.I.Kom. selaku Ketua Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku Sekretaris 1 Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Bapak / Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Segenap staf pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis selama ini.

7. Orang tua dan Suami saya tercinta dan tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan semangat sehingga penyusunan tugas akhir dapat diselesaikan.
8. Seluruh teman – teman yang telah lulus selalu membantu dan memberikan semangat Risty Mandasari, Dewi Lestari dan Bagus Adi Prasetyo.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu selama penyelesaian tugas akhir dan memberikan doanya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis, sehingga saran dan kritik yang berguna bagi perbaikan penulisan di masa yang akan datang sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat memberikan tambahan wawasan dan bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 26 Desember 2020



Ririn Setyaningrum

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kajian Teoritis	14
2.2.1. Iklan	14
2.2.2. Iklan Televisi	16
2.2.3. Iklan Sebagai Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.4. Mitologi dalam kehidupan sosial budaya.....	24
2.2.5. Tradisi Semiotika Sebagai Sebuah Studi Tentang Tanda	24
2.2.6. Teori Semiotika Roland Barthes	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Paradigma Penelitian	33
3.2. Metode Penelitian	34

3.3.	Unit Analisis	34
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
4.4.1.	Data Primer	35
4.4.2.	Data Sekunder	35
3.5.	Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2.	Hasil Penelitian	39
4.3.	Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP		49
5.1.	Kesimpulan	49
5.1.	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN.....		56



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Dua Tahap Signifikasi Roland Barthes

Gambar 2 Teori *Triangle Fraud*



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pengguna Tembakau Di Indonesia

Tabel 2 Daftar Penelitian Terdahulu

Tabel 3 Skema Analisis Cobley And Jansz Dalam Sobur

Tabel 4 Skema Analisis Cobley And Jansz Dalam Sobur

Tabel 5 Makna Denotasi, Konotasi Dan Mitos Pada Tayangan Iklan Djarum76 Versi
“Kontes Jin”



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Peningkatan Kasus Korupsi Di Indonesia

Grafik 2. Peningkatan Konsumsi Rokok Di Indonesia

