



ANALISIS MAKNA SLOGAN PERHUMAS INDONESIA
#IndonesiaBicaraBaik



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

RIZKY ALIEFKA

(44217010145)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rizky Aliefka
NIM : 44217010145
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Analisis Makna Slogan PERHUMAS Indonesia
#IndonesiaBicaraBaik**

Jakarta, 21 Juni 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Suraya

(Dr. Suraya, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Rizky Aliefka
NIM : 44217010145
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Analisis Makna Slogan PERHUMAS Indonesia
#IndonesiaBicaraBaik**

Jakarta 21 Juni 2021

Mengetahui,

Ketua Sidang
(Anindita, M. Ikom)

(.....)

Penguji Ahli
(Dr. Farid Hamid, M. Si)

(.....)

Pembimbing 1
(Dr. Suraya, M.Si)

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Nama : Rizky Aliefka
NIM : 44217010145
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul : **Analisis Makna Slogan PERHUMAS Indonesia
#IndonesiaBicaraBaik**

Jakarta, 21 Juni 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing **Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Dr. Suraya, M.Si)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.IKom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizky Aliefka
NIM : 44217010145
Jurusan : *Public Relations*
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Analisis Makna Slogan PERHUMAS Indonesia
#IndonesiaBicaraBaik**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil endiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah di tetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang di sajikan dapat di periksa akan kebenarannya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak di paksakan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Juni 2021



Rizky Aliefka



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rizky Aliefka
44217010145

Analisis Makna Slogan PERHUMAS Indonesia #IndonesiaBicaraBaik

Bibliografi : 5 Bab 112 hal +15 Buku + 10Jurnal +8 Internet

ABSTRAK

Belum berimbangya pemberitaan yang beredar di digital mengenai hal-hal yang terkait dengan Indonesia baik secara sosial, budaya, ekonomi dan politik membuat adanya pihak-pihak yang cenderung menyebarkan pemberitaan yang provokatif negatif sehingga menciptakan sentimen negatif terhadap reputasi Indonesia di digital, lalu kurangnya pemahaman masyarakat akan pentingnya untuk melakukan pemahaman atas berita yang beredar serta melakukan pemeriksaan kembali terhadap isi konten sebelum memberikan tanggapan ataupun menyebarkan berita atau sebuah informasi, dan juga kurangnya pemahaman masyarakat terkait aturan dan etika dan kesantunan bahasa dalam bersosialisasi di digital, sehingga memunculkan perilaku yang negatif di digital membuat PERHUMAS Indonesia hadir dengan Slogan #IndonesiaBicaraBaik yang merupakan suatu perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan suatu maksud dan tujuan mengedukasi terutama dalam hal bertutur kata.

Penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka yang mendukung diantaranya teori Semiotika, Semiotika Charles Sanders Peirce, Public Relations, Slogan, makna, dan tanda.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan analisis konsep dan teori semiotika dari Charles Sanders Peirce. Objek penelitian ini adalah teks Slogan #IndonesiaBicaraBaik sebagai unit analisis, dan dengan teknik analisis data observasi terhadap berita dan foto dari PERHUMAS Indonesia.

Hasil penelitian menyatakan makna teks Slogan #IndonesiaBicaraBaik tentang sikap dari PERHUMAS Indonesia untuk memberikan pesan yang bermuatan sikap positif dan memberikan optimisme kepada masyarakat Indonesia agar bertutur kata dengan baik pada media sosial serta mengajak masyarakat untuk menerapkan #IndonesiaBicaraBaik.

Kata kunci : Makna Teks Slogan, Kesantunan Berbahasa, Semiotika Charles Sanders Peirce



Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Public Relations
Rizky Aliefka
44217010145

Analysis the Meaning of Slogan PERHUMAS Indonesia #IndonesiaBicaraBaik

Bibliografi : 5 Chapters 112 Pages +15 Books + 10 Journals +8 Internet

ABSTRACT

The unbalanced news circulating in digital regarding matters related to Indonesia socially, culturally, economically and politically makes there are parties who tend to spread negative provocative news so as to create negative sentiments towards Indonesia's reputation in digital, and a lack of public understanding. the importance of understanding the circulating news and re-examining the content before responding or spreading news or information, as well as the lack of public understanding regarding rules and ethics and language politeness in socializing on digital, thus giving rise to negative behavior in digital made PERHUMAS Indonesia come up with the slogan #IndonesiaBicaraBaik which is an interesting, striking, and easy-to-remember short word or sentence to explain a purpose and purpose of educating, especially in terms of speaking.

This study uses a literature review that supports the theory of Semiotics, Charles Sanders Peirce's Semiotics, Public Relations, Slogans, meanings, and signs.

This study uses a descriptive qualitative method with an analysis of the concept and theory of semiotics from Charles Sanders Peirce. The object of this research is the text of the slogan #IndonesiaBicaraBaik as the unit of analysis, and the data analysis technique is observation of news and photos from PERHUMAS Indonesia.

The results of the study stated the meaning of the text of the #IndonesiaBicaraBaik slogan about the attitude of PERHUMAS Indonesia to provide messages that contained a positive attitude and gave optimism to the Indonesian people to speak well on social media and invite people to apply #IndonesiaBicaraBaik.

Key words : *Meaning of Slogan Text, Unity of Language, Semiotics Charles Sanders Peirce*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “**Analisis Makna Slogan PERHUMAS Indonesia #IndonesiaBicaraBaik**”. Sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi bidang studi *Public relations*.

Dalam proses penyelesaian Proposal Skripsi ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan berharga dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung khususnya kepada :

1. Ibu Dr. Suraya, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.IKom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh Dosen dan Staff Sekretariat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan wawasan, pengetahuan, dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Kedua Orang Tua, Bapak Santoso dan Ibu Euis Kodariah yang telah memberikan semangat, doa, motivasi yang luar biasa serta bantuan moril dan material yang tak terhingga.

7. Kepada yang terkasih Taufik Hidayatulloh yang telah memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Mendalami dunia *Public Relations* merupakan suatu kenikmatan, kebermanfaatan serta menggali potensi bagi peneliti dalam proses manjadi seorang professional praktisi *Public Relations*.

Namun demikian peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembacanya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Juni 2021



Rizky Aliefka

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.4.3 Manfaat Sosial.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Kajian Teoritis.....	26
2.2.1 Slogan Sebagai Tanda.....	26
2.2.2 Komunikasi Sebagai Pertukaran Tanda dan Makna.....	28
2.2.3 Public Relations.....	28
2.2.4 Aktivitas Public Relations	29
2.2.4.1 Pengertian Aktivitas Public Relations.....	29

2.2.4.2	Macam-macam Aktivitas Public Relations.....	30
2.2.5	Semiotika	32
2.2.6	Semiotika Menurut Charles Sanders Pierce	33
2.2.7	Makna	37
2.2.7.1	Makna Tagar	41
2.2.7.2	Makna Warna.....	44
2.2.7.3	Makna Huruf.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		50
3.1	Paradigma Penelitian.....	50
3.2	Metode Penelitian.....	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3.1	Data Primer	52
3.3.2	Data Sekunder.....	53
3.4	Unit Analisis.....	54
3.5	Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.1.2	Visi Misi PERHUMAS Indonesia.....	61
4.1.3	Tujuan PERHUMAS indonesia.....	61
4.1.4	Struktur Organisasi.....	62
4.1.5	Gambaran Umum Slogan #IndonesiaBicaraBaik.....	66
4.2	Hasil penelitian	68
4.2.1	Pesan Verbal.....	69
4.2.2	Pesan Non Verbal.....	72
4.3	Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran.....	91

5.2.1	Secara Akademis	91
5.2.2	Secara Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN.....		97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Triangle Meaning	35
Gambar 4. 1 Logo PERHUMAS Indonesia.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Perbandingan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Teori Semiotika Charles Sanders Peirce.....	55
Tabel 4. 1 Analisa Pesan Verbal	70
Tabel 4. 2 Analisa Pesan Non Verbal	73

