



REPRESENTASI MURAH DALAM IKLAN PROVIDER

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP IKLAN

KARTU 3 INDIE+ VERSI EKSMUD)

SKRIPSI

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

Komunikasi Bidang Studi Visual And Art Communication

UNIVERSITAS
Disusun oleh :
MERCU BUANA
YURIENE KENYO ASRI AFRIANTO

44411010039

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MURAH DALAM IKLAN
PROVIDER (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES TERHADAP IKLAN 3 INDIE+ VERSI
EKSMUD)**

Nama : Yuriene Kenyo Asri Afrianto

Nim : 44411010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual And Art Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Maret 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MURAH DALAM IKLAN
PROVIDER (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES TERHADAP IKLAN 3 INDIE+ VERSI
EKSMUD)**

Nama : Yuriene Kenyo Asri Afrianto

Nim : 44411010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual And Art Communication

Jakarta, 09 April 2015

Ketua Sidang,

Marwan Mahmudi, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

Pembimbing,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si

(.....)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Visual And Art Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : REPRESENTASI MURAH DALAM IKLAN
PROVIDER (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES TERHADAP IKLAN 3 INDIE+ VERSI
EKSMUD)

Nama : Yuriene Kenyo Asri Afrianto

Nim : 44411010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual And Art Communication

Jakarta, 16 April 2015

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

Pembimbing

MERCU BUANA

(Drs Dadan Iskandar, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Visual Comm.

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Drs Dadan Iskandar, M.Si)

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas rahmat Allah SWT yang telah memberikan banyak kemampuan bagi penulis diberikan keluangan-NYA. Sehingga skripsi yang berjudul **“Representasi Murah Iklan Provider (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan 3 Indie+ Versi Eksmud)”** dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi Visual And Art Communication Fakultas Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca yang memerlukannya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam mendorong dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bpk, Drs Dadan Iskandar, M.Si dan Bpk, Afdal Makkuraga Putra, P, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta tak henti-henti memberikan nasihat dan masukan-masukan yang tentunya sangat

bermanfaat sekali bagi penulisan tentang cara penulisan skripsi ini dengan benar sesuai dengan akademik.

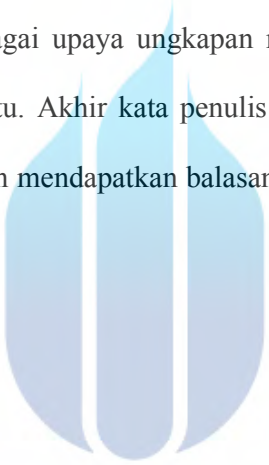
2. Ibu, Dr. Agustina Zubir, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bpk, Drs Dadan Iskandar, M.Si selaku ketua bidang studi Visual Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Kepada seluruh Bapak/ Ibu Dosen Visual Communication yang telah membagi ilmu dan membimbing penulis selama di perkuliahan.
5. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Muhammad Yudi dan Ibu Rina Eviana Dewayani dan kedua adik tersayang Yuvienne Kenyo Ayu Afrianto dan Muhammad Khairul Izzan Afrianto yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materi, serta harapan dan doanya yang selalu mengiringi setiap langkah penulis dalam menjemput kesuksesan.
6. Teman-teman keluarga besar Visual Communication angkatan 2011 yang selalu memberi dukungan baik secara langsung dan tidak langsung. Tidak lupa kepada Nana, Esti, Heni dan Nia yang selalu menemani dan membantu penulis, terima kasih atas segala-galanya dan Indri (Ndut) dan Yanti yang selalu memberi motivasi dan doa kepada penulis. Kebaikan mereka tidak akan pernah penulis lupakan sampai kapanpun.

Atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta doa yang telah diberikan sekali lagi penulis menyampaikan terima kasih dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Kepada semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu namanya, atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Demikian kata pengantar ini penulis buat sebagai maksud dan tujuan penulisan skripsi dan sebagai upaya ungkapan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan dan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Amin.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 09 April 2015

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Sebagai Proses Penciptaan Makna Dan Tanda.....	9
2.2 Iklan Sebagai Proses Tanda.....	13
2.3 Iklan.....	15
2.3.1 Pengertian Iklan.....	15
2.3.2 Tujuan Periklanan.....	16
2.3.3 Jenis-Jenis Iklan.....	18
2.3.4 Pengaruh Iklan.....	22
2.3.6 Strategi Dan Teknik Periklanan.....	31
2.4 Psikologi Harga.....	34
2.4.1 Konseptualisasi Harga.....	34
2.4.2 Diskriminasi Harga.....	36
2.4.3 Kesadaran Harga Konsumen.....	36
2.4.4 Menggunakan Harga Untuk Menarik Konsumen.....	37

2.4.5	Referensi Harga.....	37
2.4.6	Penetapan Harga Psikologis.....	38
2.4.7	Tiga Emosi Penentuan Harga.....	40
2.4.8	Aspek Psikologis Pembayaran Pada Harga.....	41
2.5	Representasi	41
2.6	Analisis Semiotika	41
2.6.1	Semiotika	41
2.6.2	Semiotika Iklan	43
2.6.3	Semiotika Roland Barthes.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Paradigma Penelitian	53
3.2	Metode Penelitian	56
3.3	Unit Analisis	58
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4.1	Data Primer	58
3.4.2	Data Sekunder	58
3.5	Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Produk	60
4.2	Gambaran Iklan 3 Indie+ Versi Eksmud.....	62
4.3	Hasil Penelitian.....	64
4.3.1	Storyboard Iklan Kartu 3 Indie+ Versi Eksmud	64
4.3.2	Storyline Iklan Kartu 3 Indie+ Versi Eksmud.....	72
4.3.3	Analisis Iklan Kartu 3 Indie+ Versi Eksmud	73
4.4	Tabel Unit Analisis “ Murah dalam Iklan Provider Kartu 3 Indie+ Versi Eksmud”.....	74
4.4.1	Pesan Lingustik.....	74
4.4.2	Pesan Ikonik Yang Terkodekan	96
4.4.3	Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	104
4.5	Mitos	106

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	107
5.2	Saran	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

