



**Representasi Gaya Hidup Sehat dalam Iklan SOYJOY versi “Cut
Karbo” (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising dan Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

TASYA SAKINAH

44313010037

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Representasi Gaya Hidup Sehat Dalam Iklan SOYJOY
versi “Cut Karbo” (Analisis Roland Barthes)**

Nama : Tasya Sakinah

NIM : 44313010037

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Representasi Gaya Hidup Sehat dalam Iklan SOYJOY
versi "Cut Karbo"**

Nama : Tasya Sakinah

NIM : 44313010037

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

MERCU BUANA

Jakarta, 11 April 2017

Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid U, M,si

Penguji Ahli,
Dr. Yoyoh Hereyah, S,Pd, M,si

Pembimbing I
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Representasi Gaya Hidup Sehat Dalam Iklan SOYJOY versi “Cut Karbo” (Analisis Roland Barthes)**

Nama : Tasya Sakinah

NIM : 44313010037

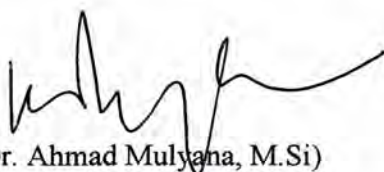
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, April 2017

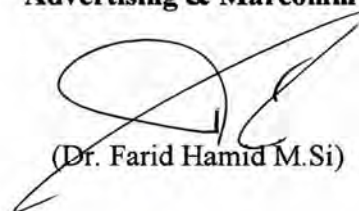
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

**Ketua Bidang Studi
Advertising & Marcomm**




(Dr. Farid Hamid M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa shalawat beriring salam peneliti haturkan kehadiran junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sang tauladan mulia umat Islam, karena dengan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Skripsi ini berjudul **“Representasi Gaya Hidup Sehat Dalam Iklan SOYJOY versi “Cut Karbo” (Analisis Semiotika Roland Barthes)** ini dibuat guna memenuhi sebagian syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penyelesaian skripsi ini tidak dengan mudah peneliti raih tanpa diiringi kerja keras dan tanpa adanya doa, bantuan, support baik secara moril maupun materil dari semua pihak yang terkait. Untuk itu peneliti menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa tenaga, pikiran maupun doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini pula peneliti setulusnya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan pengetahuannya kepadapeneliti.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran dan Ketua Sidang Skripsi, terima kasih atas masukan-masukannya guna memperbaiki penelitian ini.

3. Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si selaku Dosen Penguji Sidang Skripsi, terima kasih atas masukan-masukannya guna memperbaiki penelitian ini.
4. Seluruh dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana.
5. Staf dan karyawan Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana.
6. Orang tua tercinta Papa dan Ibu, serta Adik-adik saya terima kasih atas doa, dukungan moril, material dan kasih sayangnya yang besar kepada peneliti.
7. Kekasih saya, Muhammad Hairuddin yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta pengertiannya kepada saya.
8. Teman-teman seperjuangan Jurusan Advertising & Marcomm angkatan 2013 yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi masing-masing.
9. Semua pihak yang tidak sempat peneliti sebutkan satu-persatu, peneliti ucapkan terima kasih atas dukungan dan motivasinya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Atas segala kelemahan dan kekurangannya, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar nantinya skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak.

Jakarta, Maret 2017

Tasya Sakinah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABLE	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Fokus Penelitian	7
1.3	Tujuan Penelitian	7
1.4	Manfaat Penelitian	8
1.4.1	Manfaat Akademik	8
1.4.2	Manfaat Sosial	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi sebagai Realitas Tanda dan Makna	9
2.2	Periklanan	12
2.3	Iklan Televisi (TVC)	14
2.4	Daya Tarik Rasional dalam Iklan	15
2.5	Ekonomi Politik	17
2.5.1	Komodifikasi	18
2.6	Iklan sebagai Alat Ideologis	21
2.7	Iklan sebagai Budaya Massa	24
2.8	Semiotika sebagai Ilmu	27
2.8.1	Semiotika Ferdinand de Saussure	29
2.8.2	Semiotika Roland Barthes	30
2.9	Representasi	34
2.10	Konsep Gaya Hidup (Gaya Hidup Sehat)	37
2.10.1	Diet Karbohidrat sebagai Konsep Kecantikan	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	43
3.2	Tipe Penelitian.....	45
3.3	Metode Penelitian	45
3.4	Unit Analisis.....	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.1	Data Primer	47
3.5.2	Data Sekunder	47
3.6	Teknik Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.2	VISI dan MISI PERUSAHAAN	50
4.1.3	Logo Perusahaan	54
4.1.4	Gaya Hidup Sehat sebagai Mainstream pada Era Posmodernisme .	54
4.2	Objek Penelitian	56
4.2.1	Gambaran Iklan SOYJOY versi “Cut Karbo”.....	56
4.3	Hasil Penelitian.....	58
4.3.1	Pesan Linguistik	58
4.3.2	Pesan Ikonik Terkodekan.....	60
4.3.3	Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	64
4.4	Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69
5.2.1	Saran Akademis.....	69
5.2.2	Saran Praktis.....	70

LAMPIRAN

CV

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Peta Tanda Roland Barthes	32
Gambar 2.3 Dua Sudut Artikulasi Barthes	32
Gambar 4.1 Logo PT. Amerta Indah Otsuka	50
Gambar 4.2 Logo SOYJOY	52
Gambar 4.3 Varian Rasa SOYJOY	53
Gambar 4.4 Logo Otsuka	54



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Tiga paradigma ilmu sosial.....	44
Table 3.2 Perbandingan antara Konotasi dan Denotasi	49
Table 4.1 Pesan Linguistik	59
Table 4.2 Pesan Ikonik Terkodekan	59
Table 4.3 Perubahan Makna lama dan Makna baru	65

