



**PEMAKNAAN TAGLINE ‘END BAD GIFTS. TIME TO PICK
THE PERFECT GIFT’ DALAM IKLAN ASUS PERIODE 2015 DI
YOUTUBE**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh :
MAULANA TIHAR

44313010035

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

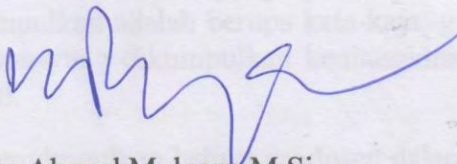
Judul : PEMAKNAAN TAGLINE “END BAD GIFTS, TIME TO PICK THE PERFECT GIFT” DALAM IKLAN ASUS PERIODE 2015 DI YOUTUBE

Nama : Maulana Tihar
NIM : 44313010035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 19 Agustus 2017

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. Ahmad Mulyana M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PEMAKNAAN TAGLINE “END BAD GIFTS, TIME TO PICK THE PERFECT GIFT” DALAM IKLAN ASUS PERIODE 2015 DI YOUTUBE

Nama : Maulana Tihar
NIM : 44313010035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 5 September 2017

1. Ketua Sidang
(SM Niken Restaty, M.Si)



(.....)

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



(.....)

3. Pembimbing
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : PEMAKNAAN TAGLINE “END BAD GIFTS, TIME TO PICK THE PERFECT GIFT” DALAM IKLAN ASUS PERIODE 2015 DI YOUTUBE

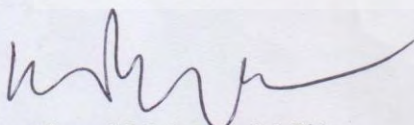
Nama : Maulana Tihar
NIM : 44313010035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

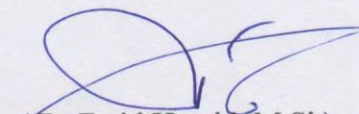
Jakarta, 5 September 2017

Disetujui dan diterima oleh :

Dosen Pembimbing

**Ketua Bidang Studi
Advertising & Marcomm**

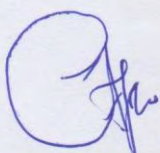

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)


(Ponco Budi Sulisty, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya peneliti dapat menyusun serta menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pemaknaan Tagline ‘End Bad Gift. Time To Pick The Perfect Gift’ dalam Iklan ASUS Periode 2015 di Youtube sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi. Hambatan dan rintangan yang datang seakan terhapus dari diri peneliti dengan terselesainya skripsi ini.

Peneliti juga berterima kasih kepada orang tua, Ijhar dan Suminarti, yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti. Terima kasih banyak atas cinta, perjuangan, doa dan kasih sayang kepada peneliti dalam menempuh pendidikan S1 (Strata satu). Semua perjuangan ini, peneliti dedikasikan teruntuk kalian berdua.

Peneliti menyadari banyak kekurangan dan jauh dari sempurna dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca guna kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan selalu mendukung peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun pihak-pihak tersebut antara lain :

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dosen yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kepala Program Studi Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Si selaku sekretaris Program Studi Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Afrani Sinaga dan Ibu Satrida yang selalu memotivasi dan memberi dukungan materi serta moril sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Mami Danis Annisa Fitri yang selalu memarahi, mengingatkan, memotivasi dan mendoakan kelancaran skripsi ini.
6. Sahabat teman pergadangan Ahmad Naufal, David Firmansyah dan Ipan Supriyadi yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk peneliti.
7. Rekan-rekan “District Pinang” yang selalu mengingatkan peneliti untuk secepatnya menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Serta teman-teman seperjuangan Marketing Communication & Advertising angkatan 2013 yang telah menyemangati peneliti.

Peneliti berharap, penelitian ini dapat menjadi karya tulis ilmiah yang bermanfaat bagi sumbangan ilmu pengetahuan. Peneliti menyadari bahwa sebagai manusia tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, khususnya pada penelitian dan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mohon maaf kepada semua pihak apabila terdapat kesalahan baik itu disengaja ataupun tidak disengaja.

Jakarta, 21 Agustus 2017

Maulana Tihar

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRISPI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Sebagai Proses Pertukaran Tanda dan Makna	7
2.2 Tanda dan Makna Dalam Iklan	10
2.3 Iklan	13
2.4 Strategi Kreatif Iklan	15
2.5 Semiotika	18
2.6 Proses Semiosis Semiotika Charles Sander Pierce	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Tipe Penelitian	22
3.3 Metode Penelitian	23
3.4 Objek Penelitian	24
3.5 Unit Analisis	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6.1 Data Primer	25
3.6.2 Data Sekunder	25
3.7 Teknik Analisis Data	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1 Sejarah Singkat ASUS	28
4.1.2 Visi Misi ASUS	29
4.1.3 Notebook ASUS.....	30
4.1.4 Motherboard ASUS.....	33
4.1.5 Produk ASUS	36
4.1.6 Intel Corporation	38
4.1.7 Jenis-Jenis Intel Processors	38
4.1.8 Keunggulan Intel Processors.....	42
4.1.9 Gambaran Umum Iklan Youtube ASUS Versi End Bad Gifts	44
4.1.10 Analisis Iklan Youtube ASUS	44
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Analisis Segitiga Semiotik Charles Sanders Peirce Pada Iklan	50
4.2.2 Hasil Analisa Tanda Seorang Pria Membawa Gift Box.....	51
4.2.3 Hasil Analisa Tanda Ketika Istri Melihat Hadiah	54
4.2.4 Hasil Analisa Tanda Ketika Suami dan Istri Duduk Bersama di Sofa.	57
4.2.5 Hasil Analisa Pasangan Suami Istri dengan Tagline End Bad Gifts.....	60
4.2.6 Hasil Analisa Kalimat Announcer Tentang Sikap Istri yang Baik	63

4.2.7 Hasil Analisa Kalimat Announcer dengan Tagline End Bad Gifts.....	65
4.3 Pembahasan.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Akademis	78
5.2.2 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	80
RIWAYAT HIDUP	82



DAFTAR TABLE

Table 2.1 Tiga Elemen Table dalam Iklan	11
Table 2.2 Jenis Tanda Menurut Charles Sanders Peirce	20
Table 4.1 Story Board Iklan ASUS Versi End Bad Gifts	45
Table 4.2 Tanda Non Verbal dan Verbal dalam Iklan	67
Table 4.3 Tanda dan Makna Iklan ASUS Versi End Bad Gifts	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Segitiga Semiotik Charles Sanders Peirce	26
-----------------------------------------------------------	----

