



**Konstruksi Realitas Kedaulatan Pangan Pada Iklan Televisi
(Analisis Semiotika Pierce pada Iklan PDIP versi Tumpeng)**

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

Disusun Oleh:
Elisabeth Belianty
44312120076

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING
JAKARTA
2014**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Elisabeth Belianty

NIM : 44312120076

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Jakarta, 4 Juli 2015



Elisabeth Belianty
44312120076



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR SIDANG PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : KONSTRUKSI REALITAS KEDAULATAN PANGAN PADA
IKLAN TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA IKLAN
PDIP VERSI TUMPENG)
Nama : Elisabeth Belianty
NIM : 44312120076
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 4 Juli 2015

UNIVERSITAS Mengetahui,

MERCU BUANA Pembimbing


(DR. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

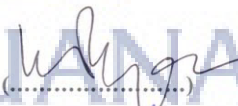
Judul : KONSTRUKSI REALITAS KEDAULATAN PANGAN PADA
IKLAN TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA IKLAN
PDIP VERSI TUMPENG)
Nama : Elisabeth Belianty
NIM : 44312120076
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 11 Juli 2015

UNIVERSITAS
Mengetahui,

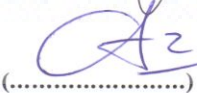
1. KETUA SIDANG

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(.....)

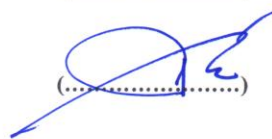
2. PENGUJI AHLI

(Rahmadya Putra, M.Si)


(.....)

3. PEMBIMBING SKRIPSI

(Dr. Farid Hamid, M.Si)


(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : KONSTRUKSI REALITAS KEDAULATAN PANGAN PADA
IKLAN TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA IKLAN
PDIP VERSI TUMPENG)
Nama : Elisabeth Belianty
NIM : 44312120076
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 11 Juli 2015

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing


(DR. Farid Hamid, M.Si)


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(DR. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	----------

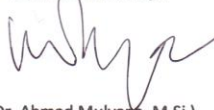
No. Dokumen		Distribusi	All
Tgl. Efektif			

Nama Mahasiswa : Elisabeth Belianty
NIM : 44312120076
Bidang Studi : Advertising & Marcomm
Tahun Akademik : Genap, 2014-2015


NO	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN
1	Rahmadya Putra, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilkan viewer iklan politik yang lain sebagai pembanding - LBM masih lemah. Tambahkan sumber – sumber buku - Tambahkan konsep kedaulatan pangan - Tambahkan konsep konstruksi iklan (dari buku) - Teknik penulisan harus diperbaiki
2	Dr. Ahmad Mulyana, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Alasan peneliti mengambil iklan PDI-P belum ada - Alasan jumlah viewer kurang relevan - Abstraksi diperbaiki - Cari alasan lain selain viewer - Daftar pustaka sangat kurang - CV sesuai format universitas
3	Dr. Farid Hamid, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Konteks politik ditambahkan terkait dengan iklan politik - Taat asas, interpretasi berdasar makna budaya & alasan yang mendukung

MERCU BUANA

Diperiksa & Disetujui



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

	LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	----------


No. Dokumen		Distribusi	All
Tgl. Efektif			

Nama Mahasiswa : Elisabeth Belianty
 NIM : 44312120076
 Bidang Studi : Advertising & Marcomm
 Tahun Akademik : Genap, 2014-2015

NO	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	HASIL PERBAIKAN	BAB/ HALAMAN	TTD PERSETUJUAN PERBAIKAN
1	Rahmadya Putra, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilkan viewer iklan politik yang lain sebagai pembanding - LBM masih lemah. Tambahkan sumber – sumber buku - Tambahkan konsep kedaulatan pangan - Tambahkan konsep konstruksi iklan (dari buku) - Teknik penulisan harus diperbaiki 	Lampiran	Bab 1, Bab 2.	
2	Dr. Ahmad Mulyana, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> - Alasan peneliti mengambil iklan PDI-P belum ada - Alasan jumlah viewer kurang relevan - Abstraksi diperbaiki - Cari alasan lain selain viewer - Daftar pustaka sangat kurang 	Lampiran	Bab 1, Bab2.	

		- CV sesuai format universitas			
3	Dr. Farid Hamid, M.Si	-Konteks politik ditambahkan terkait dengan iklan politik -Taat asaz, intepretasi berdasar makna budaya & alasan yang mendukung	Lampiran	Bab 1.	

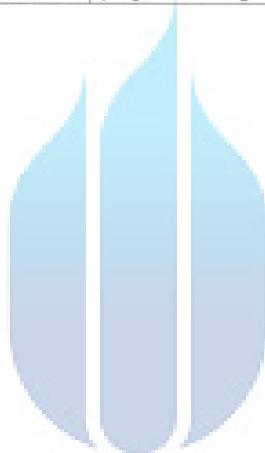
Diperiksa & Disetujui



DR. Yoyoh Hereyah, M.Si

Ketua Bidang Studi

Tanggal : 4 Juli 2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FORMULIR DATA ALUMNI

Data Pribadi

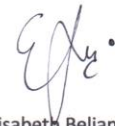
Nama Lengkap : Elisabeth Belianty
Nama Panggilan : Eli
NIM : 44312120076
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Tahun Masuk Kuliah : 2013
Tahun Lulus Kuliah : 2015
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 12 Agustus 2015
Agama : Kristen
Alamat : Pademangan Barat, Jakarta Pusat. Jakarta.
Telp : 085775 362660
E-mail : ebelianty@yahoo.com

Data Pekerjaan

Bidang Pekerjaan : IT Consultant | Digital Mobile | Adobe DPS Partner
Terhitung Mulai : 2014 - Sekarang
Nama Perusahaan : PT. Digimag Solution | 2Creatives Media
Alamat Perusahaan : Jl. Tasikmalaya No. 9, Menteng. Jakarta 10310, Indonesia.
Telp : (021) 3155 971

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Juli 2015



Elisabeth Belianty

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur di dalam Nama Tuhan Yesus Kristus, karena hanya dengan Kasih dan Kuasanya-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku dosen pembimbing, terima kasih untuk ilmu beserta perhatiannya kepada penulis.
2. Kepala Bidang Studi Advertising& Marketing Communication, Dra. Yoyoh Hereyah, M. Si yang selalu memberikan nasehat dan saran-saran yang baik bagi penulis.
3. Papa Alex Maleakhye terkasih yang sudah beristirahat dengan tenang bersama Bapa di surga, aku akan membuatmu bangga dan Mama Titik Sumarwanti yang memberi motivasi untuk selalu berdiri di atas kaki sendiri.
6. Simbah Kakung Somo Wiyoto dan Simbah Putri Saliyem yang selalu memberi kasih dan doa yang luar biasa dalam hidup saya.
7. Kedua Adikku Daniel Belianto yang selalu mendoakanku setiap secara diam – diam dan Maria Ade Belianty yang sangat saya sayangi.
8. Kedua sahabatku Happy Lady dan Resinta Dewi, sahabat seperjuangan yang tidak pernah bosan memberi semangat dan memberikan energi positif.
9. Teman – teman 2creativesmedia yang setiap hari memberikan sindiran untuk cepat menyelesaikan skripsi, *thankyou so much*.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat menyadari masih banyak kekurangannya. Oleh karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, maka penulis membuka pintu yang selebar-lebarnya kepada semua pihak untuk memberikan masukan, kritik, serta saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat terutama untuk diri peneliti sendiri, para akademika, serta kepada para pembaca pada umumnya.

Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, kiranya Kasih Tuhan Yesus Kristus menyertai kita semua dari sekarang sampai selamanya. Salam dan Terimakasih.

Jakarta, 10 Juli 2015

Elisabeth Belianty



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Hasil Karya Sendiri	ii
Lembar Persetujuan Skripsi	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iv
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.3 Manfaat Sosial	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Periklanan	9
2.1.1 Pengertian Periklanan	9
2.1.2 Iklan Politik	12
2.1.3 Televisi Sebagai Media Periklanan	14
2.1.4 Konstruksi Iklan	16
2.3 Konstruksi Realitas	23
2.4 Analisa Semiotika Pierce	26

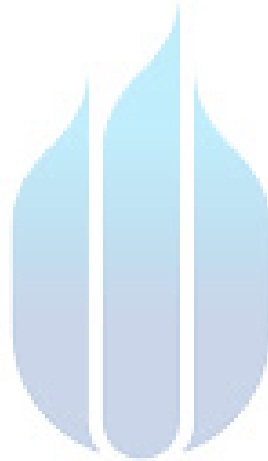
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	34
3.2. Metode Penelitian	34
3.3. Unit Analisis	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1. Data Primer	36
3.4.2. Data Sekunder	36
3.5. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum PDIP	38
4.1.2 Sejarah PDIP	38
4.1.3 Visi dan Misi	40
4.1.4 Gambaran Umum Tentang Iklan PDIP Versi Tumpeng	42
4.1.5 Story Board Iklan Televisi PDI Perjuangan Versi Tumpeng	48
4.1.6 Story Line Iklan Televisi PDIP Versi Tumpeng	49
4.2 Hasil Penelitian	

4.2.1 Hasil Analisa Tanda Bendera Hitam Pada Tumpeng	49
4.2.2 Hasil Analisa Tanda Bergantinya Bendera Hitam Menjadi Bendera Merah Putih	54
4.2.3 Hasil Analisa Puan Maharani dengan Tagline “kita tanam yang kita makan Kita beli dari petani kita sendiri.....	56
4.2.4 Hasil Analisa Gambar Megawati dengan Logo Partai PDI Perjuangan disertai tagline Indonesia Hebat	60
4.2.5 Hasil Analisa Kalimat yang diucapkan oleh Puan Maharani	63
4.3. Pembahasan	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	77
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ikon, Indeks, dan Simbol	27
Gambar 2.2	Model Segitiga Makna Pierce	28



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jenis Tanda & Cara Kerjanya	32
Tabel 3.1	Triangle Meaning of Pierce	37
Tabel 4.1	Story Board Iklan TVC PDI Perjuangan versi Tumpeng	43
Tabel 4.2.1	Hasil Analisa Tanda Bendera Hitam Pada Tumpeng	49
Tabel 4.2.2	Hasil Analisa Tanda Bergantinya Bendera Hitam Menjadi Bendera Merah Putih....	54
Tabel 4.2.3	Hasil Analisa Puan Maharani dengan Tagline “kita tanam yang kita makan Kita beli dari petani kita sendiri.....	56
Tabel 4.2.4	Hasil Analisa Gambar Megawati dengan Logo Partai PDI Perjuangan disertai tagline Indonesia Hebat	60
Tabel 4.2.5	Hasil Analisa Kalimat yang diucapkan oleh Puan Maharani.....	63
Tabel 4.3.1	Pembahasan Iklan PDI Perjuangan Versi Tumpeng	68

