



MAKNA *POLITICAL BRANDING* PARTAI PAN DALAM IKLAN

PAN TAHUN 2023

(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)



SKRIPSI

TUGAS AKHIR

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Ervan Sanjani

44319120023

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ervan Sanjani
NIM : 44319120023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Makna Political Branding Partai PAN dalam Iklan PAN Tahun 2023 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

Makna Political Branding Partai PAN dalam Iklan PAN Tahun 2023 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 07 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'UNIVERSITAS MERCU BUANA' at the top, '10000' in large red numerals, 'Rp. 10000' below it, and 'METERAI TEMPEL' at the bottom. A unique alphanumeric code '4D835ALX312007274' is printed at the very bottom of the stamp.

Ervan Sanjani

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ervan Sanjani
NIM : 44319120023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Makna Political Branding Partai PAN dalam Iklan PAN Tahun 2023 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi *Advertising & Marcomm* Fakultas Ilmu Komunikasi.

Disahkan oleh:

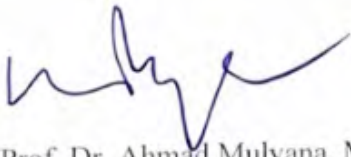
Pembimbing	: Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed ()
NIDN	: 0316088201
Ketua Penguji	: Dr. Feni Fasta, M.Si ()
NIDN	: 0306047601
Penguji Ahli	: Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN	: 0301117301

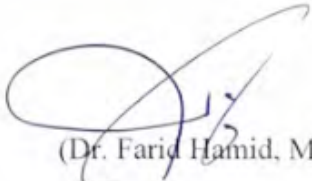
Jakarta, 7 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ervan Sanjani
NIM : 44319120023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Makna Political Branding Partai PAN dalam Iklan PAN Tahun 2023 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Ervan Sanjani)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Makna Political Branding Partai PAN dalam Iklan PAN Tahun 2023 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.**

Laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Riset Komunikasi yang dengan penuh semangat dalam memberikan arahan dan ajaran terhadap analisis Semiotika.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan saya banyak inspirasi atas pencapaian-pencapaiannya.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan tenaga, waktu, pemikiran serta pengajaran dalam pembuatan laporan tugas akhir ini.
4. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Sekretaris Program Studi bidang *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

6. Segenap staf pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama ini.
7. Narasumber yang selalu membantu dan mendukung sehingga terselesainya penyusunan tugas akhir ini.
8. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Akhir kata rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya, Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Jakarta, 01 Juli 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ervan Sanjani

ABSTRAK

Nama : Eryan Sanjani
NIM : 44319120023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Makna *Political Branding* Partai PAN dalam Iklan PAN Tahun 2023 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.
Pembimbing : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna *political branding* dalam iklan Partai Amanat Nasional (PAN) tahun 2023 dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Fokus utama penelitian ini mengetahui makna *political branding* melalui aspek yang ditentukan dalam penelitian. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada analisis mendalam terhadap elemen-elemen tersebut yang sebelumnya belum banyak diteliti dalam konteks iklan politik di Indonesia.

Kajian pustaka yang mendasari penelitian ini meliputi teori komunikasi pemasaran, branding politik, dan semiotika, khususnya model Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika Peirce 9 tipe-tipe tanda (*qualisign, sinsign, legisign, icon, index, symbol, rheme, dicentsign & argument*). Unit analisis meliputi elemen komunikasi verbal dan nonverbal, teknik pengambilan gambar, serta penggunaan warna dalam iklan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan PAN tahun 2023 memanfaatkan elemen verbal dan nonverbal, teknik pengambilan gambar, dan warna dengan efektif untuk membangun identitas partai yang kuat. Warna biru digunakan sebagai simbol kepercayaan dan integritas, sementara teknik pengambilan gambar dan komunikasi verbal yang digunakan memperkuat citra positif partai di mata publik. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa elemen-elemen tersebut secara signifikan memperkuat *political branding* PAN, yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan dukungan publik terhadap partai tersebut.

Kesimpulannya, iklan Partai PAN tahun 2023 secara efektif memanfaatkan elemen-elemen semiotika untuk membangun dan memperkuat *political branding* partai, yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan dukungan publik terhadap partai tersebut.

Kata Kunci: Semiotika, Iklan, Makna, *Political Branding*

ABSTRACT

Name : Ervan Sanjani
NIM : 44319120023
Study Program : Communication Science
Title : The Meaning of Political Branding of the PAN Party in the 2023 PAN Advertisement: A Semiotic Analysis of Charles Sanders Peirce.
Menthor : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

This research aims to analyze the meaning of political branding in the 2023 advertisement of the National Mandate Party (PAN) using the semiotic method of Charles Sanders Peirce. The main focus of this study is to understand the meaning of political branding through the specific aspects determined in the research. The novelty of this study lies in its in-depth analysis of these elements, which have not been extensively studied in the context of political advertising in Indonesia.

The literature review that underpins this research includes theories of marketing communication, political branding, and semiotics, particularly the model of Charles Sanders Peirce. This research employs a qualitative approach using Peirce's semiotic method, which involves nine types of signs (qualisign, sinsign, legisign, icon, index, symbol, rheme, dicentsign, and argument). The units of analysis include elements of verbal and nonverbal communication, shooting techniques, and the use of color in the advertisement.

The results of the study show that the 2023 PAN advertisement effectively utilizes elements of verbal and nonverbal communication, shooting techniques, and color to build a strong party identity. The color blue is used as a symbol of trust and integrity, while the shooting techniques and verbal communication employed reinforce the party's positive image in the public's eyes. The conclusion of this research emphasizes that these elements significantly strengthen PAN's political branding, which is expected to enhance public awareness and support for the party.

In conclusion, the 2023 PAN advertisement effectively leverages semiotic elements to build and reinforce the party's political branding, which is anticipated to increase public awareness and support for the party.

Keyword: *Semiotic, Advertising, Meaning, Political Branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Teori.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Periklanan.....	18
2.2.3 Iklan : Pemaknaan	19
2.2.4 Jingle Iklan	20
2.2.5 Teknik Pengambilan Gambar.....	21
2.2.6 Partai Politik.....	24

2.2.7 Branding.....	26
2.2.8 Political Branding.....	26
2.2.9 Teori Warna	28
2.2.10 Psikologi Warna	29
2.2.11 Personalitas <i>Brand</i>	30
2.2.12 Political Marketing.....	31
2.2.13 Pesan	33
2.2.14 Komunikasi Verbal	34
2.2.15 Komunikasi Nonverbal	36
2.2.16 Tanda.....	39
2.2.17 Makna.....	40
2.2.18 Semiotika.....	41
2.2.19 Semiotika Model Charles Sanders Peirce	42
2.2.20 Kerangka Penelitian	46
BAB III.....	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Unit Analisis.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1 Data Primer	53
3.4.2 Data Sekunder	53
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1 Partai Amanat Nasional (PAN).....	55
4.1.2 Iklan Partai PAN 2023	57
4.2 Hasil Penelitian	58

4.3 Pembahasan.....	88
BAB V.....	96
KESIMPULAN & SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Akademis	97
5.2.2 Saran Praktis.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Scene</i> Iklan Partai PAN 2023	5
Gambar 2.1 Teori Segitiga Makna Peirce	43
Gambar 2.2 Sistem Triadik Tanda Charles Sanders Peirce	45
Gambar 3.1 <i>Scene</i> 1. <i>Timecode</i> : 00:00:00 - 00:00:01	50
Gambar 3.2 <i>Scene</i> 2. <i>Timecode</i> : 00:00:01- 00:00:02	50
Gambar 3.3 <i>Scene</i> 3. <i>Timecode</i> : 00:00:02 - 00:00:03	50
Gambar 3.4 <i>Scene</i> 4. <i>Timecode</i> : 00:00:05 - 00:00:06	51
Gambar 3.5 <i>Scene</i> 5. <i>Timecode</i> : 00:00:06 - 00:00:07	51
Gambar 3.6 <i>Scene</i> 6. <i>Timecode</i> : 00:00:07 - 00:00:09	51
Gambar 3.7 <i>Scene</i> 7. <i>Timecode</i> : 00:00:11- 00:00:12	52
Gambar 3.8 <i>Scene</i> 9. <i>Timecode</i> : 00:00:12- 00:00:13	52
Gambar 3.9 <i>Scene</i> 11. <i>Timecode</i> : 00:00:14 - 00:00:15	52
Gambar 3.10 <i>Scene</i> 14. <i>Timecode</i> : 00:00:22 - 00:00:23	53
Gambar 4.1 Logo Partai Amanat Nasional (PAN).....	55
Gambar 4.2 Cover Iklan Partai PAN Tahun 2023	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2 : Psikologi Warna menurut Goethe & Itten	29
Tabel 4.1 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 1 Aspek Verbal.....	58
Tabel 4.2 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 2 Aspek Verbal.....	62
Tabel 4.3 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 3 Aspek Nonverbal.....	65
Tabel 4.4 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 4 Aspek Teknik Pengambilan Gambar	68
Tabel 4.5 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 5 Aspek Nonverbal.....	71
Tabel 4.6 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 6 Aspek Verbal.....	74
Tabel 4.7 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 7 Aspek Warna.....	77
Tabel 4.8 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 9 Aspek Nonverbal.....	80
Tabel 4.9 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 10 Aspek Teknik Pengambilan Gambar ...	82
Tabel 4.10 Analisis Tanda pada <i>Scene</i> 14.....	85

