



**MAKNA HUMOR PADA IKLAN *HEAD AND SHOULDERS* DI  
TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE PADA  
VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI)**

**SKRIPSI**

**MARIA LUSIA JEANETTE CARWAYU**  
**44320010079**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Lusia Jeanette Carwayu  
NIM : 44320010079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Makna Humor Pada Iklan *Head And Shoulders* Di Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Pada Versi Joe Taslim × Fadil Jaidi)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 03 September 2024



Maria Lusia Jeanette Carwayu


## HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

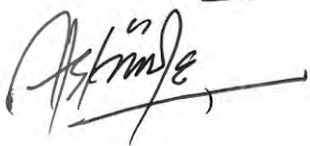
Nama : Maria Lusia Jeanette Carwayu  
NIM : 44320010079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Makna Humor Pada Iklan *Head And Shoulders*  
Di Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Pada  
Versi Joe Taslim × Fadil Jaidi)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Dr. Farid Hamid, M.Si (  )  
NIDN : 0301117301

Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si (  )  
NIDN : 0330077301

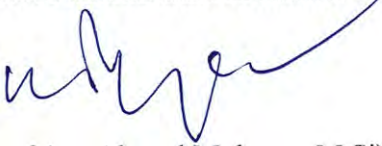
Penguji Ahli : Sugihantoro, S.Sos, M.I.Kom (  )  
NIDN : 0330117306

UNIVERSITAS

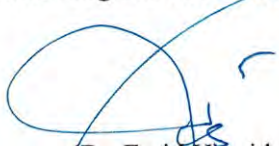
Jakarta, 06 September 2024  
MERCU BUANA

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul “Makna Humor Pada Iklan Head & Shoulders Di Televisi (Analisis Semiotika Jhon Fiske Pada Versi Joe Taslim X Fadil Jaidi)”. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu untuk mencapai gelar Sarjana Advertising and Marketing Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Ibu Melly Ridaryanthi M.Soc, Sc, Ph.D selaku dosen pengampu mata kuliah Tugas Akhir yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua (Mama dan Papa), dan Adik Jill yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat dan semuanya. Saya sangat mencintai mereka dan berharap menjadi anak yang dapat dibanggakan.

6. Egidius Sylvorino Engelberth Yoseph Resubun selaku teman dekat saya yang selalu menemani saya dan sudah memberikan segala dukungannya dalam berbagai bentuk selama penulisan skripsi ini berlangsung.
7. Azizah, Riva, Amal, Ratu dan Uwi selaku sahabat tercinta yang selalu memberikan dukungan dan nasihat serta sebagai teman perjuangan dari semester awal hingga semester akhir.
8. Aurel, Stella, Ruth, Monic, Jessica, Bram, Bastian, Beatris selaku sahabat penulis di rumah yang selalu memberikan dukungan, doa dan nasihat.

Harapan saya semoga skripsi ini menjadikan bahan referensi dan dapat membantu pengetahuan serta pengalaman bagi para pembaca, khususnya Mahasiswa/i Program Studi Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Demikian pengantar dalam penelitian ini, akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Agustus 2024

Maria Lusiana Jeanette Carwayu

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Maria Lusia Jeanette Carwayu  
NIM : 44320010079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Makna Humor Pada Iklan *Head And Shoulders* Di Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Pada Versi Joe Taslim × Fadil Jaidi)

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, 03 September 2024

Yang menyatakan,



(Maria Lusia Jeanette Carwayu)

## ABSTRAK

Nama : Maria Lusia Jeanette Carwayu  
NIM : 44320010079  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Makna Humor Pada Iklan *Head And Shoulders* Di Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Pada Versi Joe Taslim × Fadil Jaidi)

Di dunia bisnis, iklan ini menjadi suatu aspek kehidupan dalam suatu perusahaan. Melalui iklan, konsumen mampu membentuk suatu pandangan yang kemudian dapat memengaruhi sikap konsumen terhadap merek yang diiklankan. Pendekatan iklan melalui daya tarik humor sendiri sudah banyak diikuti serta dilakukan oleh pengiklan atau merek.

Dalam membuat penyusunan ini, peneliti menggunakan 6 penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi bagi penelitian saat ini. Beberapa penelitian terdahulu ini peneliti ambil dengan maksud dan tujuan sebagai acuan bagi peneliti agar mendapat rujukan yang mendukung. Kajian teoritis dalam Bab 2 ini meliputi Televisi sebagai media iklan, Humor sebagai komunikasi, Humor sebagai makna pesan dalam iklan, Teknik pengambilan video/ gambar sinematik, Semiotika Jhon Fiske, dan Komunikasi verbal dan NonVerbal.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Penelitian kualitatif dengan paradigma kritis. Data yang kami peroleh ialah melalui berbagai tahapan yaitu dengan melakukan observasi atau pengamatan secara langsung dan menyeluruh terhadap objek penelitian yang sedang kami teliti. Peneliti mengambil data sekunder melalui penelitian terdahulu yang juga meneliti dengan metode analisis semiotika. Peneliti akan melakukan teknik analisis data menggunakan model semiotika John Fiske dengan melihat berdasarkan pesan yang terkandung dalam iklan tersebut.

Hasil penelitian ini ialah peneliti dapat mengetahui bagaimana makna humor dari iklan “Head & Shoulders” ini. Secara keseluruhan scene dalam iklan “Head & Shoulders” ini mengandung unsur-unsur verbal dan non-verbal yang dituangkan dalam suasana humor disetiap scene nya yang merupakan ideology materialisme dan kapitalisme

**Kata Kunci:** *Iklan, Humor, Verbal, Non-Verbal, Semiotika.*

## **ABSTRACT**

*Name* : Maria Lusiana Jeanette Carwayu  
*NIM* : 44320010079  
*Study Program* : Ilmu Komunikasi  
*Title of Thesis Report* : The Meaning of Humor in *Head and Shoulders* Advertisements on Television (Semiotic Analysis of John Fiske in the Version of Joe Taslim × Fadil Jaidi)

*In the business world, advertising has become an aspect of life in a company. Through advertising, consumers are able to form a view which can then influence consumer attitudes towards the advertised brand. The advertising approach through the appeal of humor itself has been widely followed and carried out by advertisers or brands.*

*In making this preparation, the researcher used 6 previous studies which were used as references for the current research. Researchers took several previous studies with the aim and purpose of being a reference for researchers to obtain supporting references. The theoretical studies in Chapter 2 include television as an advertising medium, humor as communication, humor as the meaning of messages in advertising, techniques for taking cinematic videos/images, John Fiske's semiotics, and verbal and non-verbal communication.*

*This research was conducted using qualitative research methods with a critical paradigm. The data we obtained went through various stages, namely by making direct and comprehensive observations of the research objects that we studied. Researchers took secondary data through previous research which also examined using semiotic analysis methods. Researchers will carry out data analysis techniques using John Fiske's semiotic model by looking at the messages contained in the advertisement.*

*The result of this study is that researchers can find out the meaning of humor in the "Head & Shoulders" advertisement. Overall, the scenes in the "Head & Shoulders" advertisement contain verbal and non-verbal elements that are poured into a humorous atmosphere in each scene which is the ideology of materialism and capitalism.*

**Keywords:** *Advertising, Humor, Verbal, Non-Verbal, Semiotics*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teoritis .....	16
2.2.1 Semiotika John Fiske.....	16
2.2.2 Komunikasi Verbal dan Non-Verbal.....	19
2.2.3 Televisi Sebagai Media Iklan .....	20
2.2.4 Humor Sebagai Komunikasi .....	21
2.2.5 Humor Sebagai Makna Pesan Dalam Iklan.....	24
2.2.6 Teknik Pengambilan Video/ Gambar Sinematika.....	26

BAB III .....	28
METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Unit Analisis.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder .....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV .....	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	38
4.1.1 GAMBARAN TENTANG PERUSAHAAN .....	38
4.1.2 GAMBARAN UMUM TENTANG HEAD & SHOULDERS .....	40
4.2 HASIL PENELITIAN.....	42
4.2.1 ANALISIS TENTANG ASPEK IKLAN NONVERBAL & VERBAL .....	42
4.3 Pembahasan.....	84
BAB V.....	89
KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	93

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Jangkauan Media TV & Internet.....	7
1.2 Iklan "Joe Taslim x Fadil Jaidi - Siapakah BA Head & Shoulders Selanjutnya? .....	9
4.2.1 Gambar 4.2.1 Scene 1 .....	54
4.2.1 Gambar 4.2.2 Scene 2 .....	60
4.2.1 Gambar 4.2.3 Scene 3 .....	67
4.2.1 Gambar 4.2.4 Scene 4 .....	73
4.2.1 Gambar 4.2.5 Scene 5 .....	80
4.2.1 Gambar 4.2.6 Scene 6 .....	83
4.2.1 Gambar 4.2.7 Scene 7 .....	90



## DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	16
4.2.1 Tabel 4.2.1 Analisis Scene 1.....	57
4.2.1 Tabel 4.2.2 Analisis Scene 2.....	63
4.2.1 Tabel 4.2.3 Analisis Scene 3.....	69
4.2.1 Tabel 4.2.4 Analisis Scene 4.....	76
4.2.1 Tabel 4.2.5 Analisis Scene 5.....	81
4.2.1 Tabel 4.2.6 Analisis Scene 6.....	86
4.2.1 Tabel 4.2.7 Analisis Scene 7.....	93
4.3 Tabel Ringkasan Hasil Penelitian.....	98

