



**MITOLOGI CANTIK DALAM IKLAN TVC WRP VERSI LIFT**  
**( Analisis Semiotika Terhadap Iklan TVC WRP Versi “Lift” )**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**Elvrida Damayanti**

44311010046

**PROGRAM STUDI MARCOMM AND ADVERTISING**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2015**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **MITOLOGI CANTIK DALAM IKLAN TVC WRP VERSI  
LIFT (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TVC WRP Versi  
“Lift”)**

Nama : Elvrida Damayanti

NIM : 44311010046

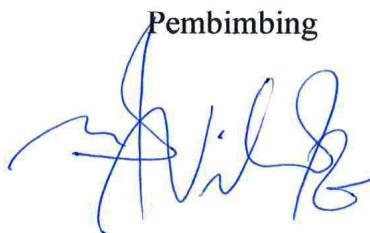
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 13 Agustus 2015

Mengetahui,

Pembimbing



( SM Niken Restaty. M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **MITOLOGI CANTIK DALAM IKLAN TVC WRP VERSI  
LIFT (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TVC WRP Versi  
“Lift”)**

Nama : Elvrida Damayanti

NIM : 44311010046


Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 13 Agustus 2015


Ketua Sidang,

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,

Dadan Iskandar M.Si

(.....)

Pembimbing,

SM Niken Restaty M.Si

(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **MITOLOGI CANTIK DALAM IKLAN TVC WRP VERSI  
LIFT (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TVC WRP Versi  
“Lift”)**

Nama : Elvrida Damayanti

NIM : 44311010046

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 13 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**



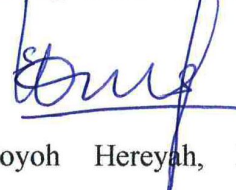
(SM Niken Restaty M.Si.)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustina Zubair, M. Si.)

**Ketua Bidang Studi Marcomm**



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia-Nya sebagai Pribadi yang selalu memberkati dan memampukan peneliti dalam mengerjakan penelitian skripsi dari awal hingga akhir selesainya penyusunan penelitian skripsi ini dengan judul **“Mitologi Cantik Dalam Iklan TVC WRP Versi “Lift” (Analisis Semiotika terhadap Iklan TVC WRP Versi “Lift”)**”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa/i Universitas Mercu Buana, guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi bidang studi *Marketing Communication and Advertising*.

Di dalam proses pengerjaan penelitian skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan saran maupun bimbingan dari berbagai pihak yang senantiasa mendukung peneliti dari segi waktu, biaya, dan tenaga yang dapat mendorong peneliti untuk terus berjuang menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik dan maksimal. Oleh karena itu, dalam penyusunan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. SM Niken Restaty M.Si, Selaku Dosen Pembimbing atas Perhatiannya dan nasehatnya selama bimbingan dan telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing peneliti dalam proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga penelitian ini selesai.
2. Perusahaan dan Biro Iklan WRP yang menjadi analisis penelitian skripsi dari peneliti.

3. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku ketua bidang studi Marketing Communication and Advertising dan Dadan Iskandar M.Si, selaku wakil ketua bidang studi Marketing Communication and Advertising.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Orang tua. Bapak dan Mama yang selalu mendukung peneliti, memberikan motivasi, Nasehat dan tetap setia untuk selalu mendoakan peneliti. Terimakasih atas kasih sayangnya yang tidak pernah pudar.
6. Sahabat peneliti. Citra, Ria dan Timmy yang selalu memberikan semangat, dorongan dan mendengarkan setiap curahan hati peneliti dalam mengerjakan penelitian
7. Teman-teman Komsel. Ko david, Ria, Ribka, Aying, Gina, Meilina, Ko niko, Michael, Anton. Komunitas yang benar bersama dengan kalian membuat hidup peneliti semakin menyenangkan.
8. Teman-teman Persekutuan Mahasiswa Kristen Universitas Mercu Buana (PMK UMB), Badan Pembina dan Kepengurusan periode 2014-2015: Kak Tiara, Ci Ribka, Kak Selly, Citra, Timmy, Ari, Ganda,, Pola dan Rada.
9. Frima Nainggolan. Terimakasih atas kasih sayang, dukungan dan perhatiannya selama ini.
10. Teman-teman seperjuangan Marketing Communication and Advertising 2011. Semakin semangat dalam mengerjakan skripsinya.
11. Ovi, Yoga, Ani, Putri Astuti, Rika, Hilda, teman-teman seperjuangan bimbingan, atas seluruh dukungan yang diberikan pada peneliti
12. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Maka demikianlah penelitian skripsi ini dikerjakan secara murni oleh peneliti. Sekiranya penelitian skripsi ini dapat diterima dan disetujui dengan baik.

Jakarta, 13 Agustus 2015

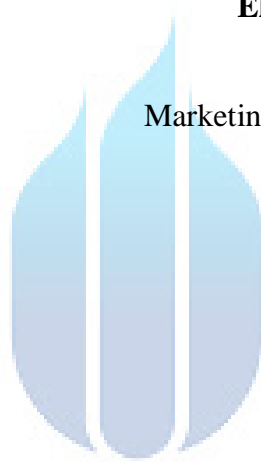
Hormat Saya,

**Elvrida Damayanti (44311010046)**

Fakultas Ilmu Komunikasi

Marketing Communication and Advertising

Universitas Mercu Buana



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR ... ..	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Identifikasi Masalah.....	8
1.4.Tujuan Penelitian. ....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1. Manfaat Akademis .....	9
1.5.2. Manfaat Praktis .....	9
1.5.3. Manfaat Sosial.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1.Komunikasi Transaksi Makna .....	11
2.2.Ideologi.....	14
2.3.Representasi Perempuan Dalam Iklan .....	15
2.4.Seksualitas Tubuh Dalam Iklan .....	19
2.5. Makna Cantik.....	22
2.6. Semiotika .....	26
2.7. Semiotika Barthes .....	28
2.7.1. Pengertian Tanda Roland Barthes .....	29



2.7.2. Makna .....	33
2.7.3. Mitos.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1.Paradigma Penelitian.....	38
3.2.Metode Penelitian .....	38
3.3.Unit Analisis .....	40
3.4.Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4.1. Data Primer .....	41
3.4.2. Data Sekunder .....	41
3.5.Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Objek penelitian.....	44
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Nutrifood Indonesia .....	45
4.1.2. WRP .....	45
4.1.3. Iklan TVC WRP versi “lift .....	46
4.1.3.1. Story Board Iklan TVC WRP versi Lift .....	47
4.2. Hasil Penelitian.....	61
4.2.1. Pesan Linguistik .....	62
4.2.2. Pesan Ikonik yang Terkodekan .....	68
4.2.3. Pesan Ikonik yang tak Terkodekan .....	86
4.3. Pembahasan .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	94
5.1. Saran.....	95
5.2.1. Saran Akademis .....	95
5.2.2. Saran Praktis .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan antara konotasi dan denotasi.....	35
Tabel 4.1. Storyboard TVC WRP versi “Lift” .....	48
Tabel 4.2. Pesan Linguistik iklan TVC WRP versi “lift” .....	62
Tabel 4.3. Pesan Ikonik yang Terkodekan Iklan TVC WRP Versi “Lift” .	68
Tabel 4.4. Kesimpulan Tanda dan Makna .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes .....	31
Gambar 2.2. Peta Tanda Roland Barthes .....	43

