

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING***

Skripsi, Juli 2022

**Rizqi Fadhillah
2018140194**

Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Marjan Versi “Bangkitkan Harapan” Pada Media *Youtube*

ABSTRAK

Dalam setiap iklan, tentunya terdapat makna pesan yang ingin disampaikan, termasuk dalam iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan”. Dan untuk meneliti makna yang terkandung dalam iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan” ialah dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui makna dan tanda-tanda semiotika dari sisi denotasi, konotasi, dan mitos, berdasarkan teori Semiotika Roland Barthes, yang terdapat dalam iklan Marjan versi “Bangkitkan Harapan”. Jenis pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Data yang digunakan adalah iklan itu sendiri. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi pada iklan tersebut dan menganalisis tanda-tanda yang ada pada iklan, berupa aspek-aspek visual (gambar) dan audio (suara) dalam iklan tersebut. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat makna denotasi dalam iklan ini, yaitu kisah heroik kepahlawanan Dewi Sri. Makna konotasi pada iklan ini adalah konsep, ekspresi, dan kedekatan mental dari kisah kepahlawanan dari Dewi Sri, serta mengajarkan kita untuk meneladani perbuatan baik dan juga melestarikan budaya lokal. Makna mitos dalam iklan ini ada pada tema cerita yang mengadaptasi cerita rakyat Dewi Sri. Tokoh Dewi Sri dan Kala Wereng dalam iklan ini dibuat berbeda dengan di cerita rakyatnya. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan tema cerita yang digunakan. Dewi Sri dalam iklan ini digambarkan sebagai sosok *superhero* wanita yang bertarung dengan Kala Wereng, yang digambarkan sebagai penjahat yang gemar menjarah, untuk melindungi desa dan hasil panen. Sementara dalam cerita rakyatnya, Kala Wereng merupakan mantan dewa yang dikutuk menjadi hama tanaman karena nafsu mengejar Dewi Sri. Selain itu, mitos dalam iklan ini ada juga upacara perayaan pada saat panen raya. Di beberapa daerah-daerah tertentu di Indonesia, ada sebuah kegiatan dimana ketika masyarakat menghadapi musim panen, mereka akan mengadakan suatu upacara perayaan atau selebrasi.

Kata kunci : Iklan, Marjan, Semiotika, Roland Barthes, Makna.

Referensi : 16 Buku, 14 Penelitian.

Pembimbing : Jamiati K.N, S.I.Kom, M.I.Kom