

**REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA DALAM IKLAN JOSS
C-1000 BINTANG TOEDJOE EDISI SATU NUSA, SATU
BANGSA, SATU VITAMIN C TAHUN 2020**

SKRIPSI



disusun oleh

Shafira Lupita Kusuma Putri

17.96.0057

**PROGRAM SARJANA
STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA DALAM IKLAN JOSS C-1000
BINTANG TOEDJOE EDISI SATU NUSA, SATU BANGSA, SATU VITAMIN
C TAHUN 2020**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Shafira Lupita Kusuma Putri

17.96.0057

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA DALAM IKLAN JOSS

C-1000 BINTANG TOEDJOE EDISI SATU NUSA, SATU

BANGSA, SATU VITAMIN C TAHUN 2020

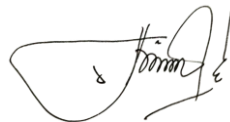
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Shafira Lupita Kusuma Putri

17.96.0057

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Juni 2021

Dosen Pembimbing



Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom

NIK. 190302361

PENGESAHAN

SKRIPSI

REPRESENTASI BUDAYA NUSANTARA DALAM IKLAN JOSS

C-1000 BINTANG TOEDJOE EDISI SATU NUSA, SATU

BANGSA, SATU VITAMIN C TAHUN 2020

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Shafira Lupita Kusuma Putri

17.96.0057

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Juni 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom
NIK. 190302361



Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364



Riski Damastuti, S.Sos., M.A
NIK. 190302475



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 20 September 2021

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.
NIK. 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Shafira Lupita Kusuma Putri

NIM : 17.96.0057

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial

Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 9 Juni 2021

Yang Memberikan Pernyataan



Shafira Lupita Kusuma Putri

NIM. 17.96.0057

MOTTO

Don't be afraid to get back up again, to try again, to love again, to live again, and to dream again.

Don't let a hard lesson harden your heart.

(shafiralupita)

*"If you are clear about **your** goals and take **several** steps in the right direction every day, eventually you will succeed. So decide **what it is you want**, write it down, review it constantly, and each day do something that moves you toward those goals."*

(shafiralupita)

"If the plan doesn't work, change the plan, not the goal"

(shafiralupita)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti masih diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Diri saya sendiri, yang telah berjuang menyelesaikan studi ini sampai akhir
2. Orang tua, yaitu Ibu Elly Kusumaningrum dan Eyang Hj. Sudarsinah tercinta,
3. Erlangga Elto Surya Putra, dan Hanisya Enabel, terima kasih telah menjadi kakak dan adik yang telah memberikan dukungan,
4. Sahabat Yusafi Mihrobi, Intan Disty Anggraini, Isti Rahayu, Pramodya Talla, dan Rayhan Naufal, serta seluruh teman-teman IK01, terima kasih telah banyak membantu dan memberikan warna dalam perkuliahan S1.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti masih diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Representasi Budaya Nusantara dalam Iklan Joss C-1000 Bintang Toedjoe Edisi Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C Tahun 2020”. Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan studi untuk mencapai gelar strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini peneliti mendapat bimbingan, bantuan, serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas pihak-pihak yang turut membantu dalam penyelesaian Skripsi ini kepada:

1. Allah SWT. yang senantiasa telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya dalam segala kegiatan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini,
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi peneliti dalam berfikir serta bertindak dalam kehidupan sehari-hari, sampai akhir nanti,
3. Orang tua peneliti, yaitu Ibu Elly Kusumaningrum dan Eyang Hj. Sudarsinah yang telah memberikan begitu banyak kebahagiaan, doa, nasihat, serta dukungan dan kasih sayang yang tiada hentinya,
4. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. sebagai Rektor Universitas Amikom Yogyakarta,
5. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial,
6. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi,

7. Ibu Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang membimbing dalam proses penyusunan Skripsi dengan penuh kesabaran,
8. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas ilmu dan didikannya kepada peneliti selama masa perkuliahan S1,
9. Erlangga Elto Surya Putra, dan Hanisya Enabel, terima kasih telah menjadi kakak dan adik yang telah memberikan dukungan berupa doa dan moril untuk peneliti dalam menempuh pendidikan S1,
10. Sahabat Yusafi Mihrobi, Intan Disty Anggraini, Isti Rahayu, Pramodya Talla, dan Rayhan Naufal, serta seluruh teman-teman IK01, terima kasih telah banyak membantu dan memberikan warna dalam perkuliahan S1, semoga kita dapat menggapai cita-cita yang kita impikan.

Dalam penulisan Skripsi ini peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Dan akhirnya peneliti mengharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Yogyakarta, 9 Juni 2021

Shafira Lupita Kusuma Putri

DAFTAR ISI

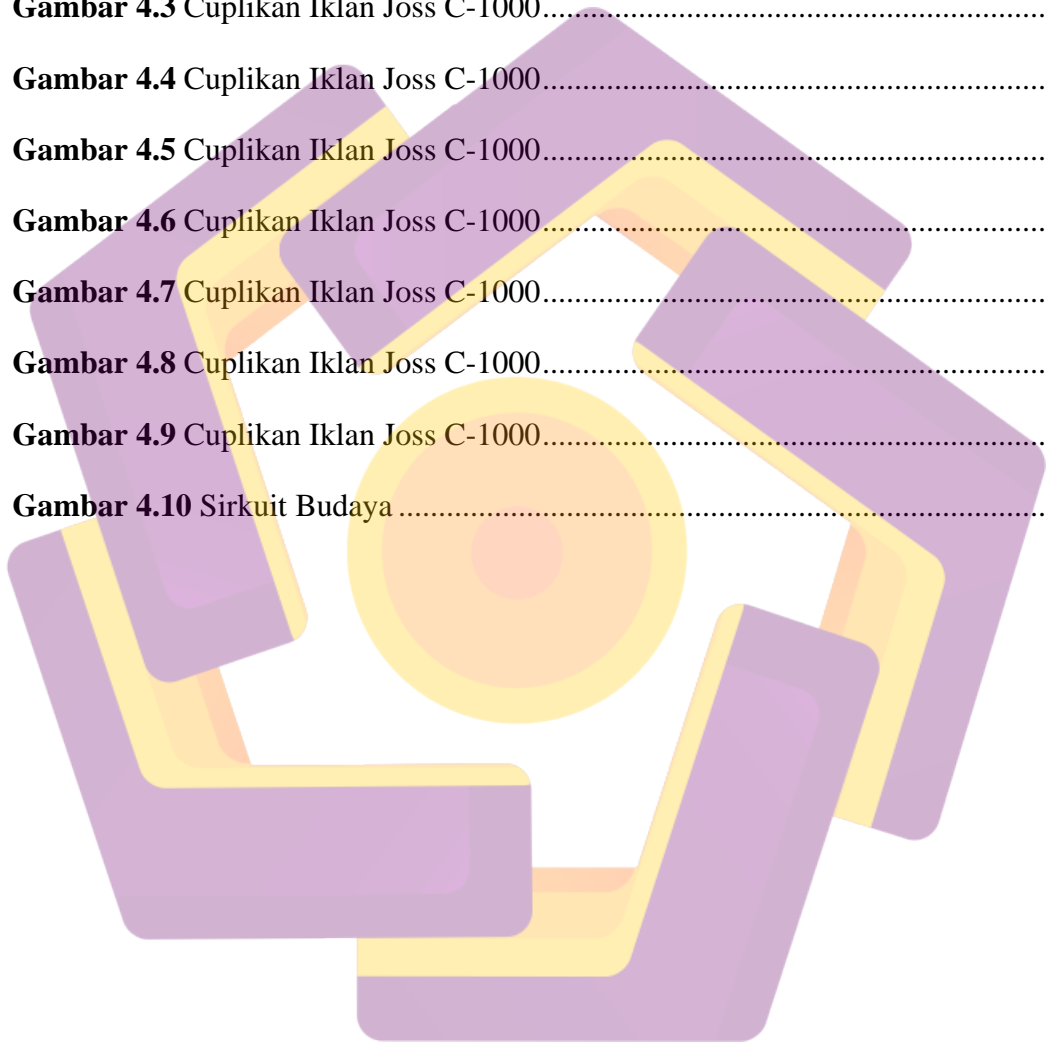
COVER	
LEMBAR JUDUL	
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Kerangka Teori	9
2.2.1 Representasi Kebudayaan	9
2.2.2 Iklan Televisi	14
2.2.3 Semiotika Charles Sanders Peirce	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian	24
2.4.1 Sejarah Subjek Penelitian	24
2.4.2 Logo Subjek, Visi dan Misi	26
2.4.3 Profil Iklan Joss C-1000	28
2.4.4 Sinopsis Iklan Joss C-1000	29
2.4.5 Naskah Iklan Joss C-1000	29

2.5	Objek Penelitian.....	34
2.5.1	Gambar (<i>visual</i>).....	34
2.5.2	Suara (<i>audio</i>)	35
2.5.3	Teknik pengambilan gambar (<i>shot</i>)	35
2.5.4	Latar (<i>setting</i>)	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Metodologi Penelitian	36
3.1.1	Paradigma dan Pendekatan Penelitian	36
3.1.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.1.3	Teknik Analisis Data.....	38
3.1.4	Tempat dan Waktu Penelitian	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.2	Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografik Warisan Budaya Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Sirkuit Budaya	10
Gambar 2.2 Segitiga Makna Charles Sanders Peirce	20
Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	22
Gambar 3.1 Logo Perusahaan PT Bintang Toedjoe	25
Gambar 3.2 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	28
Gambar 3.3 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	28
Gambar 3.4 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	29
Gambar 3.5 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	29
Gambar 3.6 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	29
Gambar 3.7 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	30
Gambar 3.8 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	30
Gambar 3.9 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	31
Gambar 3.10 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	31
Gambar 3.11 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	31
Gambar 3.12 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	31
Gambar 3.13 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	32
Gambar 3.14 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	32
Gambar 3.15 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	32
Gambar 3.16 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	32
Gambar 3.17 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	33

Gambar 3.18 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	33
Gambar 4.1 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	39
Gambar 4.2 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	42
Gambar 4.3 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	42
Gambar 4.4 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	45
Gambar 4.5 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	47
Gambar 4.6 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	49
Gambar 4.7 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	51
Gambar 4.8 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	54
Gambar 4.9 Cuplikan Iklan Joss C-1000.....	56
Gambar 4.10 Sirkuit Budaya.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 <i>Time Schedule</i> Penelitian	38
Tabel 3.2 Naskah Iklan Joss C-1000	28
Tabel 4.1 Analisis Scene 1	39
Tabel 4.2 Analisis Scene 2	41
Tabel 4.3 Analisis Scene 3	44
Tabel 4.4 Analisis Scene 4	46
Tabel 4.5 Analisis Scene 5	48
Tabel 4.6 Analisis Scene 6	50
Tabel 4.7 Analisis Scene 7	53
Tabel 4.10 Analisis Scene 10	56
Tabel 4.9 Unsur-unsur Semiotika.....	58

INTISARI

Representasi budaya nusantara dalam iklan Joss C-1000 versi “Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C” berisi tentang representasi budaya nusantara yang terdapat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji makna dari keragaman budaya Indonesia berdasarkan kajian semiotika terhadap tanda-tanda yang tercipta dalam iklan dengan teori representasi. Unsur-unsur budaya nusantara yang menjadi komponen penelitian diteliti melalui tanda-tanda yang dimunculkan dalam iklan Joss C-1000 tersebut yang mencakup unsur gambar dan suara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan pendekatan kualitatif kemudian menganalisis dan menginterpretasi data berupa tanda-tanda yang terdapat dalam iklan. Dalam tahap penelitian, peneliti mengklasifikasi dan mengidentifikasi tiap-tiap adegan dalam iklan Joss C-1000 tersebut, kemudian menginterpretasikannya dengan menggunakan Teori Segitiga Makna oleh Charles Sanders Peirce, yakni *Sign* (tanda), *Object* (objek), dan *Interpretant* (interpretan) dengan fokus ikon, indeks, dan simbol.

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Joss C-1000 versi “Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C”, menampilkan representasi budaya nusantara melalui beberapa adegan yang memperlihatkan keragaman budaya Indonesia. PT Bintang Toedjoe melalui iklan Joss C-1000 versi “Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C”, mencoba untuk menampilkan beberapa keragaman budaya Indonesia yang masih terjaga, dengan konsep iklan yang bertemakan budaya. Terlihat para pemain yang menggunakan pakaian adat dan beberapa lokasi situs budaya yang ditampilkan serta simbol yang mewakili produk Joss C-1000 tidak hanya memberikan persuasi tentang produknya, tetapi juga mencoba untuk menganalogikan manfaat minum Joss C-1000 yang berguna untuk meningkatkan daya tahan tubuh.

Kata kunci : Analisis Semiotika, Budaya, Iklan Joss C-1000, Representasi.

ABSTRACT

Representation of the culture of Nusantara in the advertisement of Joss C-1000 which version of “Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C” contains the representation of the culture of Nusantara in Indonesia. This study has a purpose to examine the meaning of Indonesian cultural diversity based on a semiotic study of the signs created in advertisements with representation theory. The elements of Indonesian culture that became the components of the research were examined through the signs that appeared in the Joss C-1000 advertisement which included elements of images and sounds. The research method used in this study is the semiotic analysis of Charles Sanders Peirce with a qualitative approach and then analyze and interpret the data in the form of signs contained in advertisements. In the research phase, the researcher classified and identified each scene in the Joss C-1000 advertisement, then interpreted it using the Triangle Meaning Theory by Charles Sanders Peirce, namely Sign, Object, and Interpretant with a focus on icons, indexes, and symbols.

Based on the result of this reasearch, it is concluded that the Joss C-1000 version of “Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C” contains the cultural representation of the Nusantara through the several scenes showing the diversity of Indonesian culture. PT Bintang Toedjoe through the advertisement of Joss C-1000 version of “Satu Nusa, Satu Bangsa, Satu Vitamin C” tries to show kind of Indonesia's cultural diversity that is still preserved, with a cultural theme as the advertisement concept. The players wearing traditional clothes and several locations of cultural sites displayed as well as symbols that representing Joss C-1000 products not only gave persuasion about their products, but also tried to analogize the benefits of drinking Joss C-1000 which is useful for increasing endurance.

Keywords: Semiotics Analysis, Culture, Joss C-1000 Advertisement, Representation.