

REPRESENTASI KEARIFAN LOKAL

**(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Iklan You C 1000 Versi
Island Nusa Tenggara Timur - Demi-Leigh Nel-Peters)**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh,

Intan Disty Angraini

17.96.0165

Dosen Pembimbing:

Zahrotus Saidah S.I.Kom.,M.A

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

2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

REPRESENTASI KEARIFAN LOKAL

**(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Iklan You C 1000 Versi
Island Nusa Tenggara Timur - Demi-Leigh Nel-Peters)**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

Intan Disty Anggraini

17.96.0165

Menyetujui Dosen Pembimbing

Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302448

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi

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

NIK. 190302125

Erik Hadi Saputra, S.Kom, .Eng

NIK.190302107

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 30 Januari 2021



Intan Disty Anggraini

NIM. 17.96.0165

MOTTO

**Buatlah kenangan yang mengesankan untuk kau kenang
Buatlah harapan yang membuat mu terpacu untuk membuktikan bahwa kau
mampu**

Dan capailah tujuan mu untuk kebahagiaanmu dimasa depan

(Intandistya)

**Hiduplah di dunia dengan keseimbangan, yang seimbang antara dunia
tanpa melupakan bekal untuk akhirat**

**Maka saat kamu menikmati dunia, nikmatilah dengan bersyukur, jika kamu
melewatinya dengan susah maka tetaplah nikmati dengan kesabaran**

**Pembelajaran hidup itu yang utama karena hidup di dunia takkan terulang
setelah kematian**

(Intandistya)

Representasi Kearifan Lokal

(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Iklan You C 1000 Versi Island Nusa Tenggara Timur - Demi-Leigh Nel-Peters)

Intan Disty Anggraini

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom
Yogyakarta

intandistyanggraini16@gmail.com

INTISARI

Representasi kearifan lokal NTT dalam iklan YOU C1000 Versi "Island"- Demi-Leigh Nel-Peters (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) berisi tentang representasi kearifan lokal Indonesia tepatnya di Nusa Tenggara Timur. Unsur-unsur kearifan lokal yang menjadi komponen penelitian diteliti melalui tanda-tanda dalam iklan tersebut yang mencakup unsur audio dan visual. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretatif dengan pendekatan semiotika Charles S. Peirce untuk menganalisis dan menginterpretasi data berupa tanda-tanda dalam iklan. Dalam tahap penelitian, penulis mengklasifikasi dan mengidentifikasi tiap-tiap adegan dalam iklan tersebut, kemudian menginterpretasikannya menggunakan Teori Segitiga Makna Charles Sanders Peirce, yaitu *Sign* (tanda), *Object* (objek), *Interpretant* (Interpretasi) dengan fokus Ikon, Indeks, Simbol.

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa iklan YOU C1000 versi *Island*, menampilkan representasi kearifan lokal Indonesia melalui beberapa adegan yang memperlihatkan kearifan lokal dari pulau NTT. PT. Djojonegoro C-1000 melalui Iklan YOU C1000 versi *Island*, mencoba menampilkan beberapa keindahan alam Indonesia yang masih terjaga, dengan konsep iklan yang bertemakan pulau. Iklan tersebut berusaha menampilkan keseimbangan ekosistem yang terjaga dan terawat. Seperti pulau NTT yang diangkat dan model Miss Universe yang dipakai tidak hanya memberikan persuasi tentang produknya, tetapi juga mencoba menganaologikan manfaat minum You C1000 yang akan terasa dari dalam dan terpancar dari luar seperti *tagline* nya yang berbunyi *Healthy Inside and Fresh Outside*.

Kata kunci : Representasi Kearifan Lokal, Analisis Semiotika, Iklan YOU C1000.

Local Wisdom Representations

(Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis in the You C 1000 advertisement, East Nusa Tenggara Island Version - Demi-Leigh Nel-Peters)

Intan Disty Anggraini

Majoring in Communication Science, Faculty of Economics and Social, Amikom University of Yogyakarta

intandistyanggraini16@gmail.com

ABSTRACT

Representation of NTT local wisdom in the advertisement YOU C1000 Vitamin "Island" -Demi-Leigh Nel-Peters (Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis) contains representations of Indonesian local wisdom, precisely in East Nusa Tenggara in the Island-Demi-Leigh Nel version of the YOU C1000 ad . Peters. The elements of local wisdom which are the components of the research are examined through signs in advertisements which include audio and visual elements. The research method used is qualitative interpretive with Charles S. Peirce's semiotic approach to analyze and interpret data in the form of signs on advertisements.

At the research stage, the writer classifies and identifies each scene in the advertisement, then interprets it using Charles Sanders Peirce's Triangular Meaning Theory, namely *Signs* (signs), *Objects* (objects), *Interpreters* (Interpretation) with a focus on Icons, Indices, Symbols. From the results of this study it can be concluded that the island version of YOU C1000 advertisement displays a representation of Indonesian local wisdom through several scenes that show local wisdom from the island of NTT. PT. Djojonegoro C-1000 through the island version of YOU C1000 advertisement tries to show some of Indonesia's natural beauty that is still preserved with the concept of an island-themed advertisement. The advertisement tries to show the balance of the ecosystem that is maintained and maintained. As if the island of NTT was appointed and the Miss Universe model used not only gave persuasion about the product, but also tried to analogize the benefits of drinking You C1000 which would be felt from the inside and radiated from the outside like a *tageline* which reads *Healthy Inside and Fresh Outside*.

Keywords: Local Wisdom Representations, Semiotic Analysis, Ad YOU C1000.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya serta tidak lupa penulis haturkan salam dan shalawat kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang tidak ada putusnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Representasi Kearifan Lokal (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Iklan You C 1000 Versi Island Nusa Tenggara Timur - Demi-Leigh Nel-Peters) ” sebagai syarat kelulusan dan menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas pihak-pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan berkah dan rahmat-Nya dalam segala kegiatan yang dilakukan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis dalam berfikir serta bertindak dalam kehidupan sehari-hari, sampai akhir nanti.
3. Kedua orang tua penulis, yaitu Didit Anggraito dan Indah Lestari yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur

hidup tidak akan cukup untuk menikmati semuanya. Terimakasih atas dukungan berupa doa, nasihat, semangat dan kasih sayang tidak ada hentinya.

4. Rektor Universitas Amikom Yogyakarta, Prof. Dr. M. Suyanto, M.M
5. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan dosen wali penulis yang sudah memberikan dukungan serta motivasinya selama ini.
6. Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing akademik yang membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan penuh kesabaran.
7. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas ilmu dan didikannya kepada penulis selama masa perkuliahan S1.
8. M. Adist Adzani terima kasih telah menjadi kakak terbaik yang telah memberikan dukungan berupa doa dan moril untuk adik dalam menempuh pendidikan S1.
9. Wak Deny Arfan, Bude Siti Magdalena dan saudara- saudara saya yang telah memberikan *support* berupa doa dan moril untuk saya dalam menjalani perkuliahan selama ini.
10. M. Willy Iqbal Hambali, S. Kom. Seseorang yang spesial, terima kasih telah memberikan dukungan doa, semangat dan perhatiannya dalam suka duka menemani penulis menyelesaikan skripsi ini.

11. Nurul Andriyani yang telah banyak menemani dan membantu penulis dalam menjalani perkuliahan selama ini semoga dapat menggapai kesuksesan bersama.
12. Seorang sahabat (sahabat sambat) Aldo Putra Perdana, terima kasih atas lawakan sambatnya dan bantuannya selama perkuliahan.
13. Teman-teman IK03 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih sudah memberikan warna dalam perkuliahan S1, semoga kita dapat menggapai cita-cita yang kita impikan.

Peneliti sadar betul bahwa terdapat keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan masukan dan saran yang membangun. Sekali lagi terimakasih atas pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini, kurang dan lebih nya tugas akhir (skripsi) ini, peneliti berharap penelitian ini memberi manfaat bagi peneliti dan orang-orang yang membacanya, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 30 Januari 2021

Intan Disty Anggraini

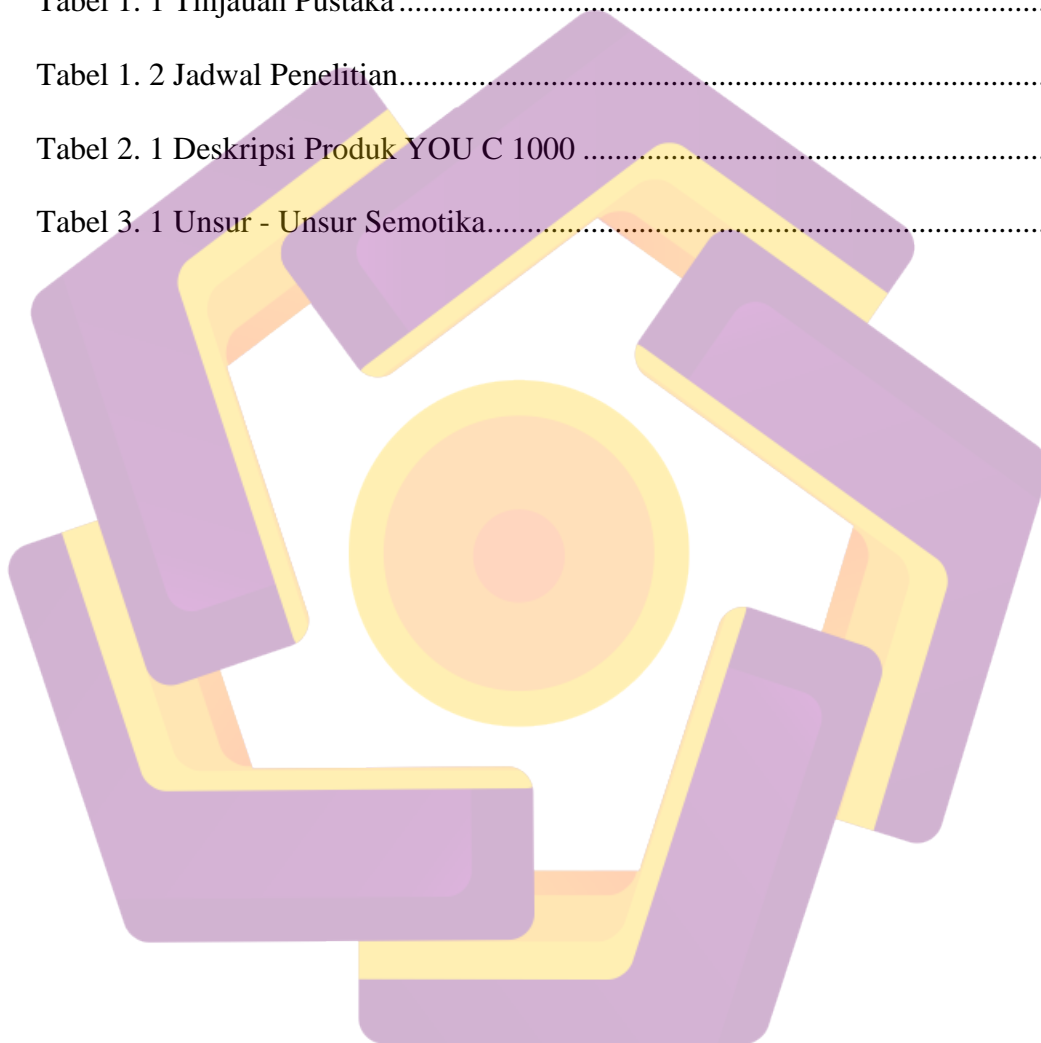
Daftar isi

| | |
|--|------------------------------|
| HALAMAN JUDUL | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | i |
| PERNYATAAN | ii |
| MOTTO | iii |
| INTISARI | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| Daftar isi | ix |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Tinjauan Pustaka | 7 |
| 1.6 Kerangka Teoritis | 10 |
| 1.6.1 Semiotika Charles Sanders Peirce | 10 |
| 1.6.2 Iklan | 12 |
| a. Pengertian Iklan..... | 12 |
| 1.7 Metodologi Penelitian | 17 |
| 1.7.1 Paradigma Penelitian dan Pendekatan penelitian | 17 |
| 1.7.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 17 |
| 1.7.3 Teknik Analisis Data | 18 |
| 1.7.4 Rencana Jadwal Penelitian..... | 19 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN | 21 |
| 2.1 Profil Objek Penelitian | 21 |
| 2.2 Logo Objek, Visi dan Misi | 23 |
| 2.2.1 Analisis Tipe Huruf Dan Warna Pada Logo YOU C1000..... | 23 |
| 2.3 Visi dan Misi PT Djojonegoro C-1000 | 25 |
| 2.4 Konsep Iklan You C 1000 Versi Island..... | 26 |
| BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN | 28 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1 Representasi Kearifan Lokal dalam iklan You C 1000..... | 28 |
| 3.1.1 Narasi Iklan..... | 30 |
| 3.1.2 Analisis | 31 |
| 3.1.3 Analisis Data Scene 1 | 31 |
| 3.1.4 Analisis Data Scene 2 | 33 |
| 3.1.5 Analisis Data Scene 3 | 35 |
| 3.1.6 Analisis Data Scene 4 | 36 |
| 3.1.7 Analisis Data Scene 5 | 38 |
| 3.1.8 Analisis Data Scene 6 | 39 |
| 3.1.9 Analisis Data Scene 7 | 41 |
| 3.1.10 Analisis Data Scene 8 | 42 |
| 3.1.11 Analisis Data Scene 9 | 43 |
| 3.1.12 Analisis Data Scene 10 | 45 |
| 3.1.13 Analisis Data Scene 11 | 47 |
| 3.1.14 Analisis Data Scene 12 | 48 |
| 3.1.15 Analisis Data Scene 13 | 49 |
| 3.1.16 Analisis Data Scene 14 | 51 |
| 3.1.17 Analisis Data Scene 15 | 52 |
| 3.1.18 Analisis Data Scene 16 | 54 |
| 3.1.19 Analisis Data Scene 17 | 55 |
| 3.2 Efektifitas Iklan You C-1000 dalam Mengenalkan Pulau Komodo..... | 62 |
| BAB IV PENUTUP | 63 |
| 4.1 Kesimpulan..... | 63 |
| 4.2 Saran | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | 67 |

Daftar Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Tinjauan Pustaka | 8 |
| Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian..... | 19 |
| Tabel 2. 1 Deskripsi Produk YOU C 1000 | 22 |
| Tabel 3. 1 Unsur - Unsur Semotika..... | 57 |



Daftar Gambar

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Logo YOU C 1000 | 23 |
| Gambar 2. 2 Cuplikan Iklan YOU C 1000 Versi Island..... | 26 |
| Gambar 2. 3 Jumlah Subscriber Iklan YOU C 1000 Vitamin Drink TVC..... | 27 |
| Gambar 3. 1 Durasi ke 00.05 | 32 |
| Gambar 3. 2 Durasi Ke 00.07 | 34 |
| Gambar 3. 3 Durasi Ke 00.21 | 35 |
| Gambar 3. 4 Durasi Ke 00.23 | 37 |
| Gambar 3. 5 Durasi Ke 00.24 | 38 |
| Gambar 3. 6 Durasi Ke 00.26 | 40 |
| Gambar 3. 7 Durasi Ke 00.27 | 41 |
| Gambar 3. 8 Durasi Ke 00.30 | 42 |
| Gambar 3. 9 Durasi Ke 00.31 | 44 |
| Gambar 3. 10 Durasi Ke 00.37 | 46 |
| Gambar 3. 11 Durasi Ke 00.40 | 47 |
| Gambar 3. 12 Durasi Ke 00.42 | 48 |
| Gambar 3. 13 Durasi Ke 00.43 | 50 |
| Gambar 3. 14 Durasi Ke 00.45 | 51 |
| Gambar 3. 15 Durasi Ke 00.50 | 53 |
| Gambar 3. 16 Durasi Ke 00.55 | 54 |
| Gambar 3. 17 Durasi Ke 00.58 | 56 |
| Gambar 3. 18 | 64 |