

SKRIPSI

***Redefinisi Toleransi Budaya Dalam Iklan SariWangi ‘Saat Perbedaan
Memisahkan, Bicara Mendekatkan’***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Fuad Buwazir 17.96.0182

Dosen Pembimbing

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

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

2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

***Redefinisi Toleransi Budaya Dalam Iklan SariWangi ‘Saat Perbedaan
Memisahkan, Bicara Mendekatkan’***

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

Diajukan oleh:

Fuad Buwazir
17.96.0182

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, M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Fuad Buwazir
NIM : 17.96.0182
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, 31 Januari 2021

Yang Memberikan Pernyataan



Fuad Buwazir

NIM. 17.96.0182

ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu bagian yang mencerminkan di kehidupan masyarakat. Sering sekali iklan mengangkat fenomena-fenomena yang sangat dekat dengan masyarakat, salah satunya adalah fenomena intoleransi budaya. Dengan begitu iklan akan dengan mudah diterima ataupun dimengerti oleh masyarakat. Dalam sebuah iklan tidak hanya untuk menyampaikan pesan penjualannya, melainkan dalam iklan juga bisa terkandung pesan-pesan simbolik yang ditampilkan baik secara verbal maupun visual. Oleh sebab itu penelitian ini akan mencari tahu bentuk-bentuk intoleransi budaya yang ada di Indonesia dan bagaimana iklan teh SariWangi dalam mendefinisikan kembali sikap toleransi budaya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan deskripsi analisis sebagai pendekatan untuk menganalisis sebuah iklan yang diproduksi oleh PT. SariWangi *Agricultural Estate Agency* pada tahun 2019 versi “saat perbedaan memisahkan, bicara mendekatkan”. Untuk mengungkapkan bentuk toleransi yang ada dalam iklan tersebut peneliti menggunakan teori analisis semiotika model Roland Barthes yang memiliki fokus terhadap mitos dimana merupakan dari konotasi serta menelaah makna denotasi dibalik kata-kata ataupun visual yang ditampilkan.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini peneliti menemukan banyaknya kasus-kasus intoleransi budaya yang terjadi di Indonesia yang disebabkan kurangnya sikap toleransi yang ada pada setiap individu ataupun kelompok. Dengan banyaknya kasus intoleransi budaya tersebut produsen teh SariWangi berhasil mendefinisikan kembali sikap toleransi dalam sebuah iklannya versi “saat perbedaan memisahkan, bicara mendekatkan”.

Kata Kunci: Iklan, Toleransi Budaya, Semiotika.

ABSTRACT

Advertising is one of the parts that reflects the life of society. Often advertisements raise phenomena that are very close to society, one of which is the phenomenon of cultural intolerance. That way the advertisement will be easily accepted or understood by the public. In an advertisement not only to convey the message of sales, but also in advertising can contain symbolic messages displayed both verbally and visually. Therefore, this research will find out the forms of cultural intolerance in Indonesia and how sariWangi tea advertisements in redefining cultural tolerance attitudes.

In this study researchers used qualitative research methods and used description analysis as an approach to analyze an advertisement produced by PT. SariWangi Agricultural Estate Agency in 2019 version "when differences separate, talk closer". To reveal the form of tolerance contained in the advertisement, researchers used Roland Barthes model semiotic analysis theory that focuses on myths which are of connotations and studying the meaning of denotation behind the words or visuals displayed.

Based on the results of this study, researchers found many cases of cultural intolerance that occurred in Indonesia due to the lack of tolerance attitudes in each individual or group. With so many cases of cultural intolerance, sariWangi tea producers managed to redefine the attitude of tolerance in an advertisement version "when differences separate, talk closer".

Keywords: Advertising, Cultural Tolerance, Semiotics.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

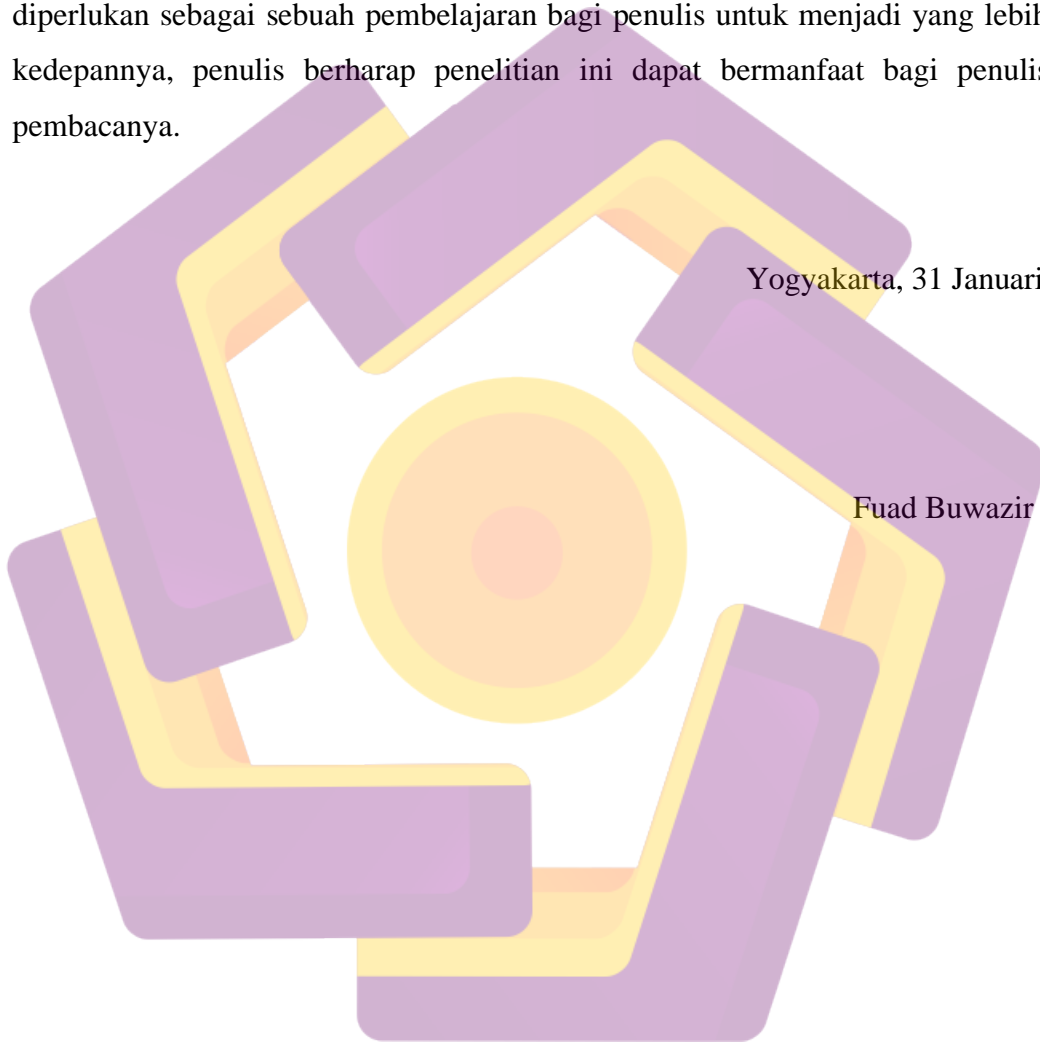
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan selama proses penulisan naskah skripsi.
5. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan masa studi
7. Rinda Rizki Fitriana selaku kakak dari penulis yang selalu memberikan masukan-masukan selama penyusunan naskah skripsi

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi catatan amal baik serta mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis masih menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu segala bentuk saran dan kritik sangat diperlukan sebagai sebuah pembelajaran bagi penulis untuk menjadi yang lebih baik kedepannya, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembacanya.

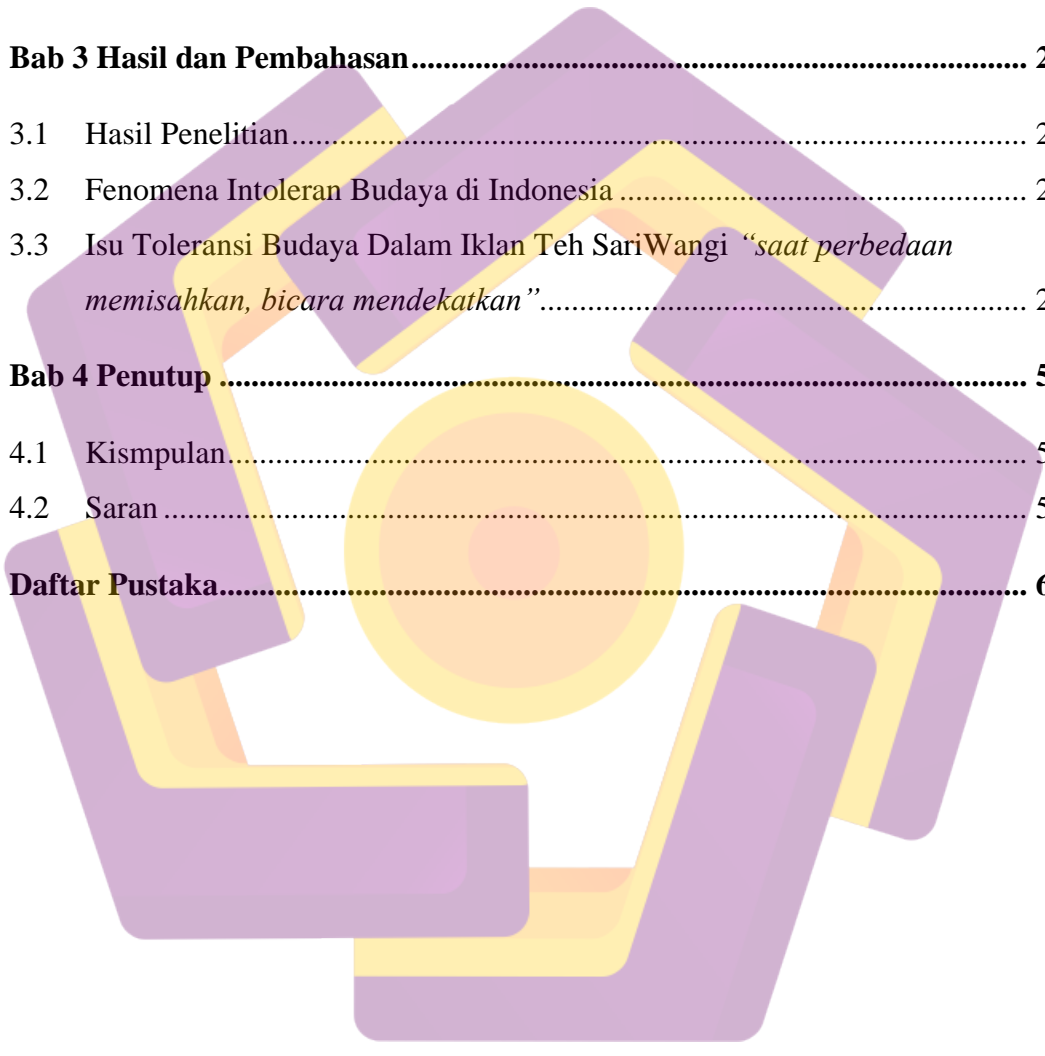
Yogyakarta, 31 Januari 2021

Fuad Buwazir



DAFTAR ISI

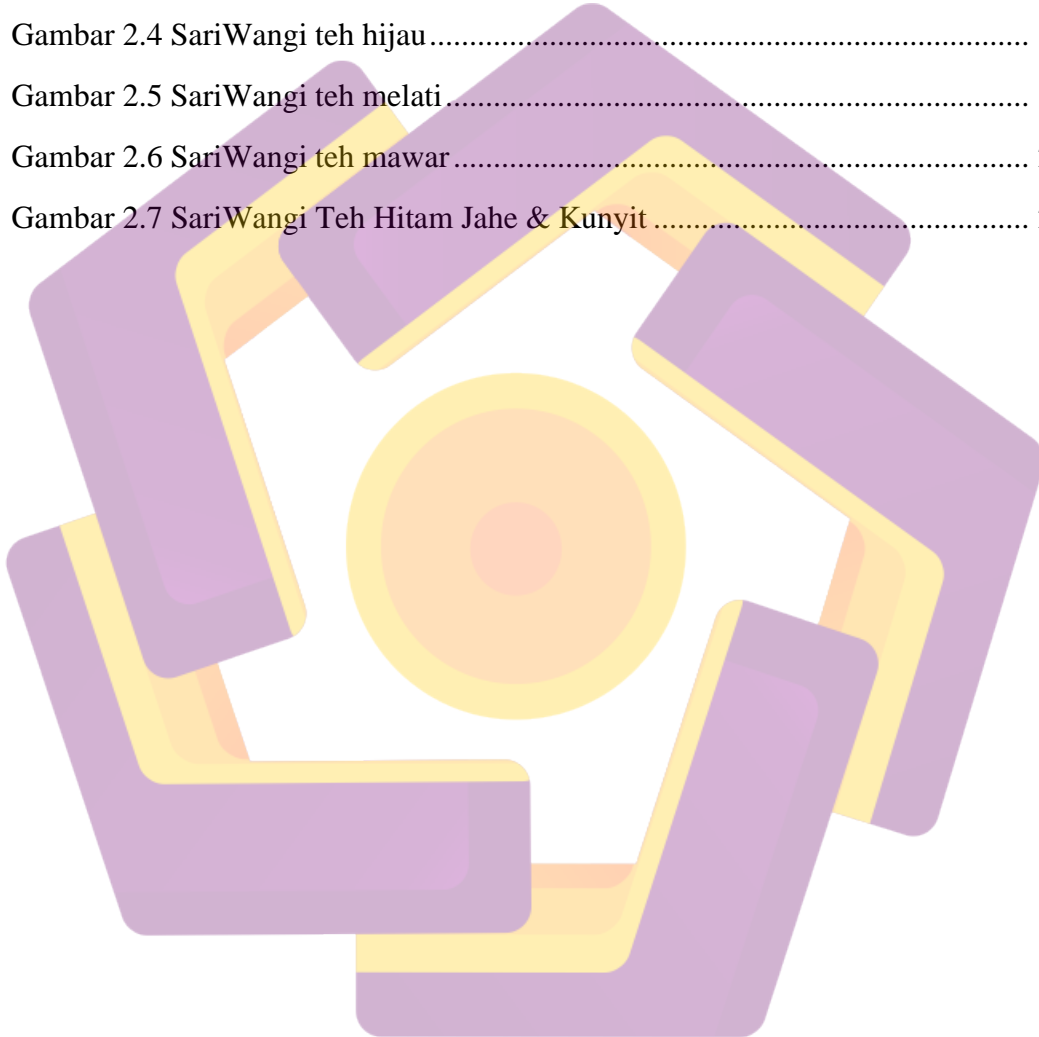
Halaman Sampul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftra Gambar.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Tinjauan Pustaka.....	7
1.5 Landasan Teoritis	9
1.5.1 Redefinisi	9
1.5.2 Semiotika.....	9
1.5.3 Toleransi Budaya.....	11
1.6 Metodologi Penelitian.....	13
1.6.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	13
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	14
1.6.3 Teknik Analisis Data	15
1.6.4 Rencana Jadwal Penelitian	15



Bab 2 Gambaran Umum Penelitian	17
2.1 Profil SariWangi	17
2.2 Deskripsi Iklan.....	21
2.3 Sinopsis iklan.....	21
Bab 3 Hasil dan Pembahasan.....	24
3.1 Hasil Penelitian.....	24
3.2 Fenomena Intoleran Budaya di Indonesia	24
3.3 Isu Toleransi Budaya Dalam Iklan Teh SariWangi “ <i>saat perbedaan memisahkan, bicara mendekatkan</i> ”	27
Bab 4 Penutup	56
4.1 Kimpulan.....	56
4.2 Saran	58
Daftar Pustaka.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 SariWangi teh asli	17
Gambar 2.2 SariWangi varian sarimurni	18
Gambar 2.3 SariWangi milk tea teh tarik dan caramel	18
Gambar 2.4 SariWangi teh hijau	19
Gambar 2.5 SariWangi teh melati	19
Gambar 2.6 SariWangi teh mawar	20
Gambar 2.7 SariWangi Teh Hitam Jahe & Kunyit	20



DAFTAR TABEL

Tabel 1.6.4 Rencana jadwal penelitian	16
Tabel 3.3(a) Identifikasi shot 1	28
Tabel 3.3(b) Identifikasi shot 2	35
Tabel 3.3(c) Identifikasi shot 3	39
Tabel 3.3(d) Identifikasi shot 4	42
Tabel 3.3(e) Identifikasi shot 5	47

