

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM IKLAN INDOMIE RAMEN
SERIES (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Ikhsan Rofiqi

18.96.0953

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM IKLAN INDOMIE RAMEN
SERIES (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Ikhsan Rofiqi
18.96.0953

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM IKLAN INDOMIE RAMEN
SERIES (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ikhsan Rofiqi
18.96.0953

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal bln tahun
26 September 2023

Dosen Pembimbing,



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM IKLAN INDOMIE RAMEN
SERIES (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ikhsan Rofiqi
18.96.0953**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal bln tahun

26 September 2023

Nama Penguji

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

Andreas Tri Pamungkas, M.A
NIK. 190302522

Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302448

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Juni 2023

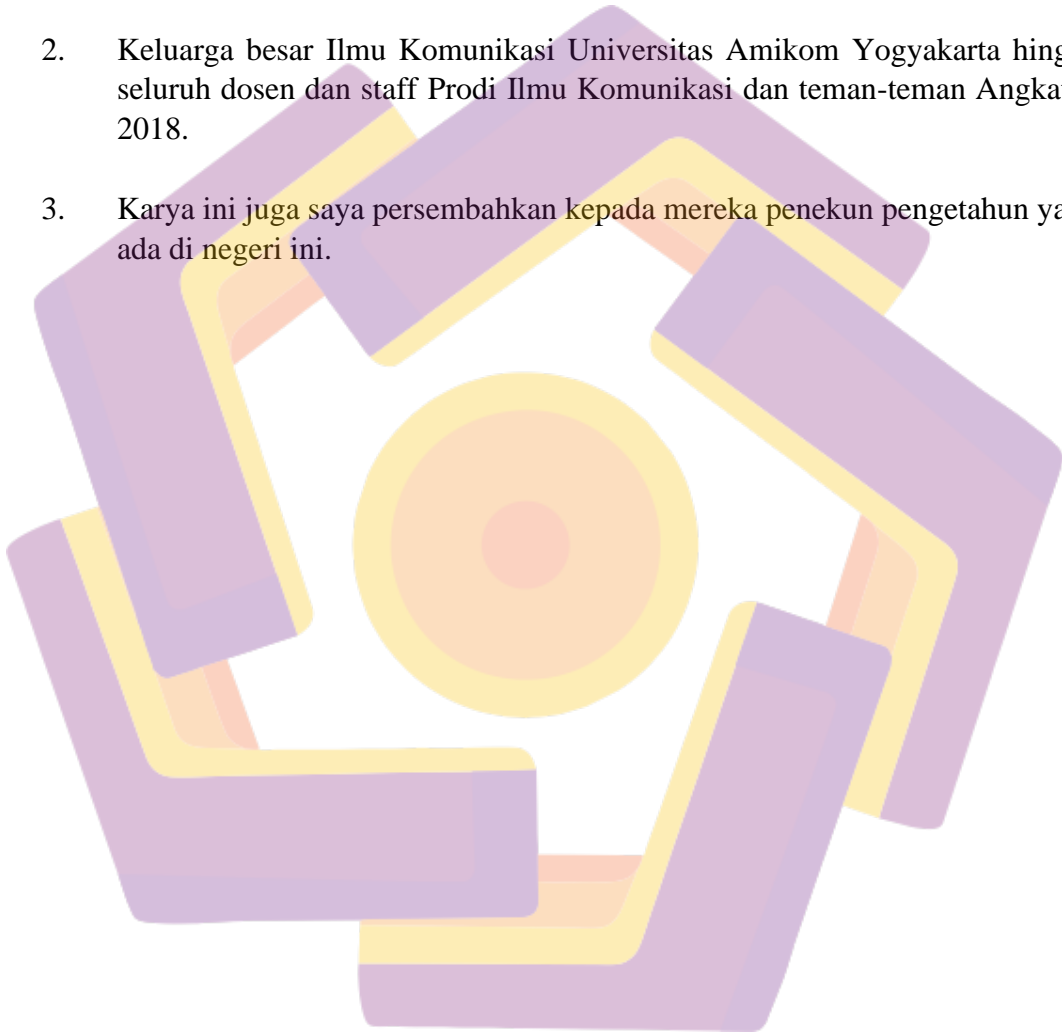


Ikhsan Rofiqi

NIM. 18.96.0953

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang selalu memberidukung, semangat dan doa hingga saya bisa mencapai tahap ini, dan tidak lupa pula karya ini saya persembahkan untuk keluarga besar yang turut memberikan dukungan kepada saya.
2. Keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta hingga seluruh dosen dan staff Prodi Ilmu Komunikasi dan teman-teman Angkatan 2018.
3. Karya ini juga saya persembahkan kepada mereka penekun pengetahuan yang ada di negeri ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala 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. Sehingga peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.M.Kom. (Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom,M.Eng. (Kaprodil Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom. (Pembimbing Skripsi)
5. Kedua orang tua, keluarga yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, dan untaian doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh pihak, sahabat, dan teman yang telah mendukung peneliti selama ini.

Yogyakarta, 16 September 2023



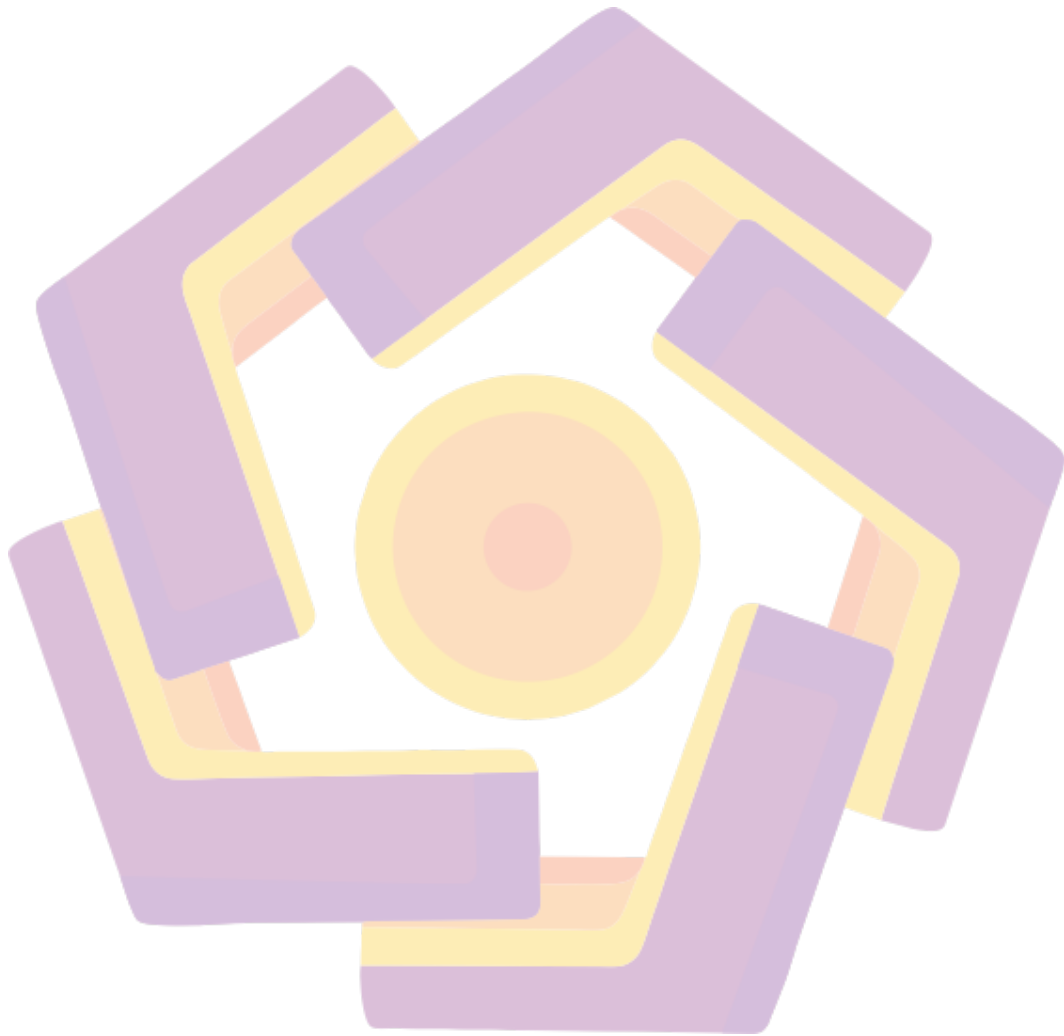
Ikhsan Rofiqi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
1.6 Sistematika Bab	10
BAB II PEMBAHASAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Iklan.....	14
2.2.2 Semiotika Ferdinand de Saussure.....	16
2.2.3 Representasi Stuart Hall	19
2.2.4 Budaya Jepang.....	21
2.2.5 Kerangka Berpikir	29

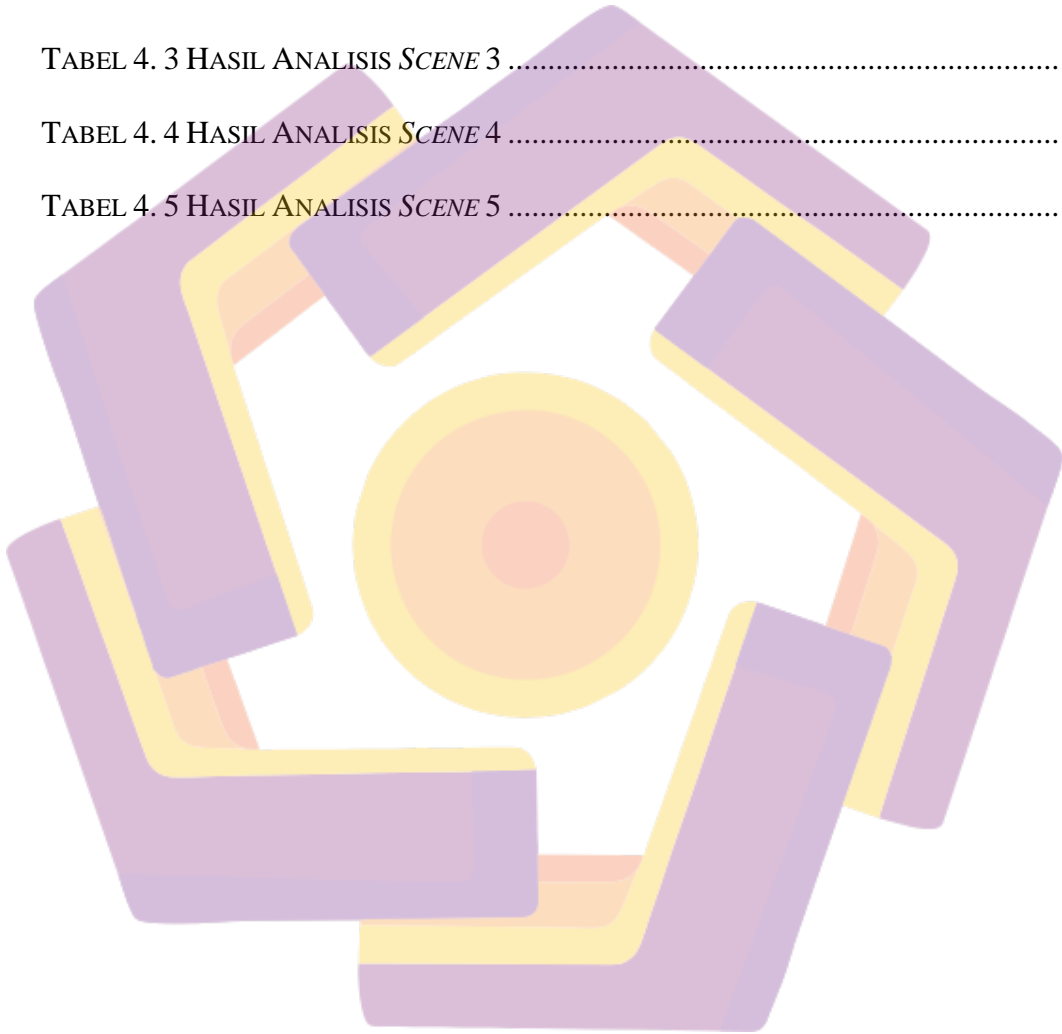
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.1.1 Jenis Penelitian	30
3.1.2 Metode Penelitian.....	30
3.1.3 Paradigma Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian.....	32
3.3 Subjek Penelitian	32
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4.1 Data Primer.....	32
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1 Observasi	33
3.5.2 Dokumentasi.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Pengumpulan Data	35
3.6.2 Reduksi Data	35
3.6.3 Penyajian Data.....	36
3.6.4 Menarik Kesimpulan atau Verifikasi	36
3.7 Triangulasi	37
3.7.1 Triangulasi Teknik	37
3.7.2 Triangulasi Waktu	37
3.7.3 Triangulasi Sumber Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Sinopsis Iklan Indomie Ramen Series.....	39
4.1.2 Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure.....	40
4.2 Pembahasan Penelitian	51
4.2.1 Analisis Unsur-Unsur Representasi Budaya Jepang dalam Iklan Indomie Ramen Series.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61

5.2 Saran	61
5.2.1 Saran Teoritis	61
5.2.2 Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA	63



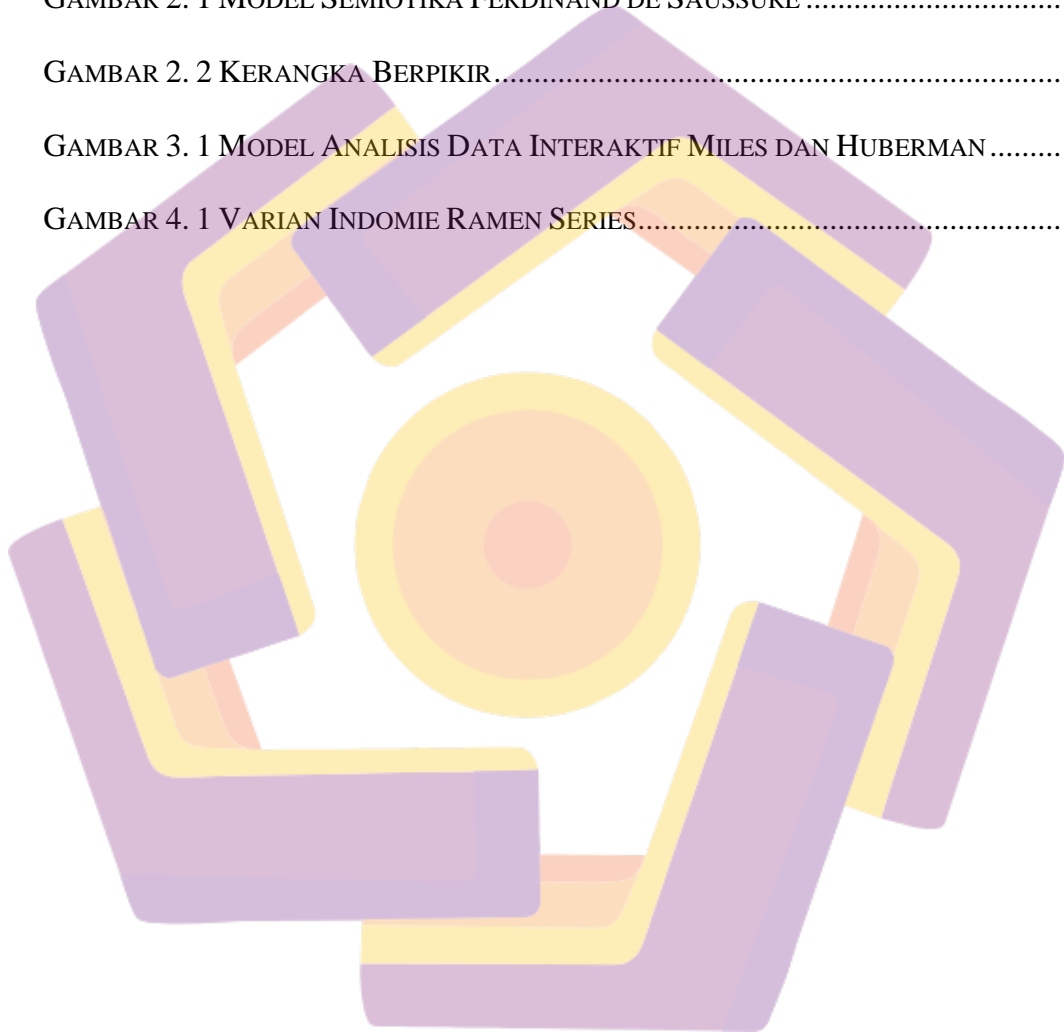
DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 TABEL PERBANDINGAN PENELITIAN RELEVAN TERDAHULU	11
TABEL 4. 1 HASIL ANALISIS <i>SCENE</i> 1	41
TABEL 4. 2 HASIL ANALISIS <i>SCENE</i> 2	44
TABEL 4. 3 HASIL ANALISIS <i>SCENE</i> 3	45
TABEL 4. 4 HASIL ANALISIS <i>SCENE</i> 4	47
TABEL 4. 5 HASIL ANALISIS <i>SCENE</i> 5	49



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 SURVEI PENDIDIKAN BAHASA JEPANG DI LUAR NEGERI.....	3
GAMBAR 1. 2 TOP INDEKS SUBKATEGORI MIE INSTAN DALAM KEMASAN BAG.....	5
GAMBAR 2. 1 MODEL SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE	18
GAMBAR 2. 2 KERANGKA BERPIKIR.....	29
GAMBAR 3. 1 MODEL ANALISIS DATA INTERAKTIF MILES DAN HUBERMAN	35
GAMBAR 4. 1 VARIAN INDOMIE RAMEN SERIES.....	39



INTISARI

Indomie Ramen Series adalah salah satu produk mi instan yang menawarkan cita rasa khas Jepang. Produk ini menggunakan berbagai elemen budaya Jepang dalam iklannya, seperti pakaian, musik, bahasa, dan simbol. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi budaya Jepang dalam iklan Indomie Ramen Series dengan menggunakan model semiotika Ferdinand de Saussure penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pesan pada iklan Indomie Ramen Series, serta makna yang terkandung pada gambar (*scene*) pada iklan Indomie Ramen Series. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure yang dilihat dari penanda dan petanda. Unit analisis pada penelitian ini adalah iklan Indomie Ramen Series yang dimana peneliti mengambil beberapa gambar (*shot*) pada iklan yang menunjukkan makna representasi budaya Jepang dalam video iklan Indomie Ramen Series. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan hasil observasi dan studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai unsur-unsur budaya seperti sistem bahasa, sistem sosial, sistem perlengkapan, sistem kegiatan ekonomi, kepercayaan, dan kesenian dapat di representasikan pada iklan Indomie Ramen Series melalui beberapa *scene*.

Kata kunci: Semiotika, Ferdinand De Saussure, Budaya, Iklan, Indomie, Representasi

ABSTRACT

Indomie Ramen Series is one of the instant mi products that offers a typical Japanese flavor. The product uses various elements of Japanese culture in its advertising, such as clothes, music, language, and symbols. The study aims to analyze the representation of Japanese culture in Indomie Ramen Series advertising using Ferdinand de Saussure's semiotic model of the sign (signifier) and the signified message sign (signed) in Indomy Ramen series advertising, as well as the meaning contained in the image (scene) in the Indomie Ramene Series advertisement. The method used in this study is qualitative descriptive with semiotic analysis of the Ferdinand de Saussure model seen from markers and markers. The analysis unit in this study is Indomie Ramen Series advertising where the author took a few pictures (shot) on the advertisement that shows the meaning of Japanese cultural representation in the Indomy Ramen series advertising video. The data collection technique used by the authors in conducting this research is using the results of observation and document study. The results of this study show that various cultural elements such as language systems, social systems, equipment systems, economic activity systems, beliefs, and arts can be represented in Indomie Ramen Series ads through several scenes.

Keywords: *Semiotics, Ferdinand de Saussure, Culture, Advertising, Indomie, Representation*