

**MAKNA PESAN VERBAL DAN NON-VERBAL DALAM
IKLAN SHAMPOO LIFEBOUY “BERBAGI KEBAIKAN”
(SEMIOTIK FERDINAND DE SAUSSURE)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Anggi Nurul Werdiningrum

19.96.1393

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

**MAKNA PESAN VERBAL DAN NON-VERBAL DALAM
IKLAN SHAMPOO LIFEBOUY “BERBAGI KEBAIKAN”
(SEMIOTIK FERDINAND DE SAUSSURE)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Anggi Nurul Werdiningrum
19.96.1393

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**MAKNA PESAN VERBAL DAN NON-VERBAL DALAM IKLAN
SHAMPOO LIFEBOUY “BERBAGI KEBAIKAN” (SEMIOTIK
FERDINAND DE SAUSSURE)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anggi Nurul Werdiningrum
19.96.1393

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**MAKNA PESAN VERBAL DAN NON-VERBAL DALAM IKLAN
SHAMPOO LIFEBUOY “BERBAGI KEBAIKAN” (SEMIOTIK
FERDINAND DE SAUSSURE)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anggi Nurul Werdingrum
19.96.1393

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Februari 2024

Nama Penguji

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

Audith M. Turmudhi, Drs., MM
NIK. 190302358

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal 22 Februari 2024

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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Februari 2024



Anggi Nurul Werdiningrum

NIM 19.96.1393

KATA PENGANTAR

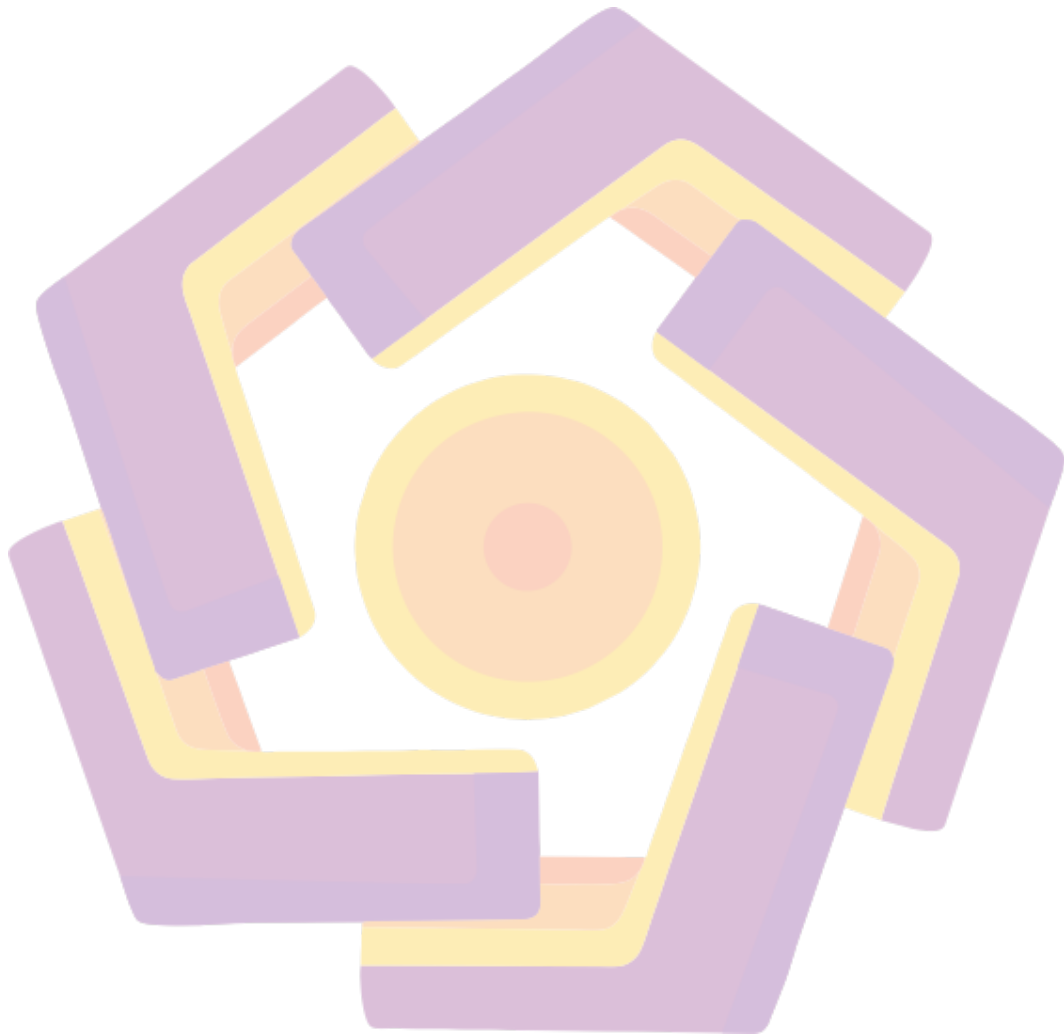
Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, yang telah memberikan kekuatan, Kesehatan serta berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Superhero dan Panutanku, Ayahanda Ibrahim, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat mendapatkan Pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Rita, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Bpk Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kakak saya Endang Kusmiati yang telah memberikan doa dan support untuk saya selama ini.
5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Brandhy Fradhika Putra. Terimakasih telah menjadi bagian hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga maupun waktu kepada saya. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
6. Sahabat saya Siti Nor Fadlila Ridwan, dan Kezia Kivani Br Manik yang selalu memberikan dukungan. Terimakasih atas waktu, bantuan support dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
7. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menterah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

DAFTAR ISI

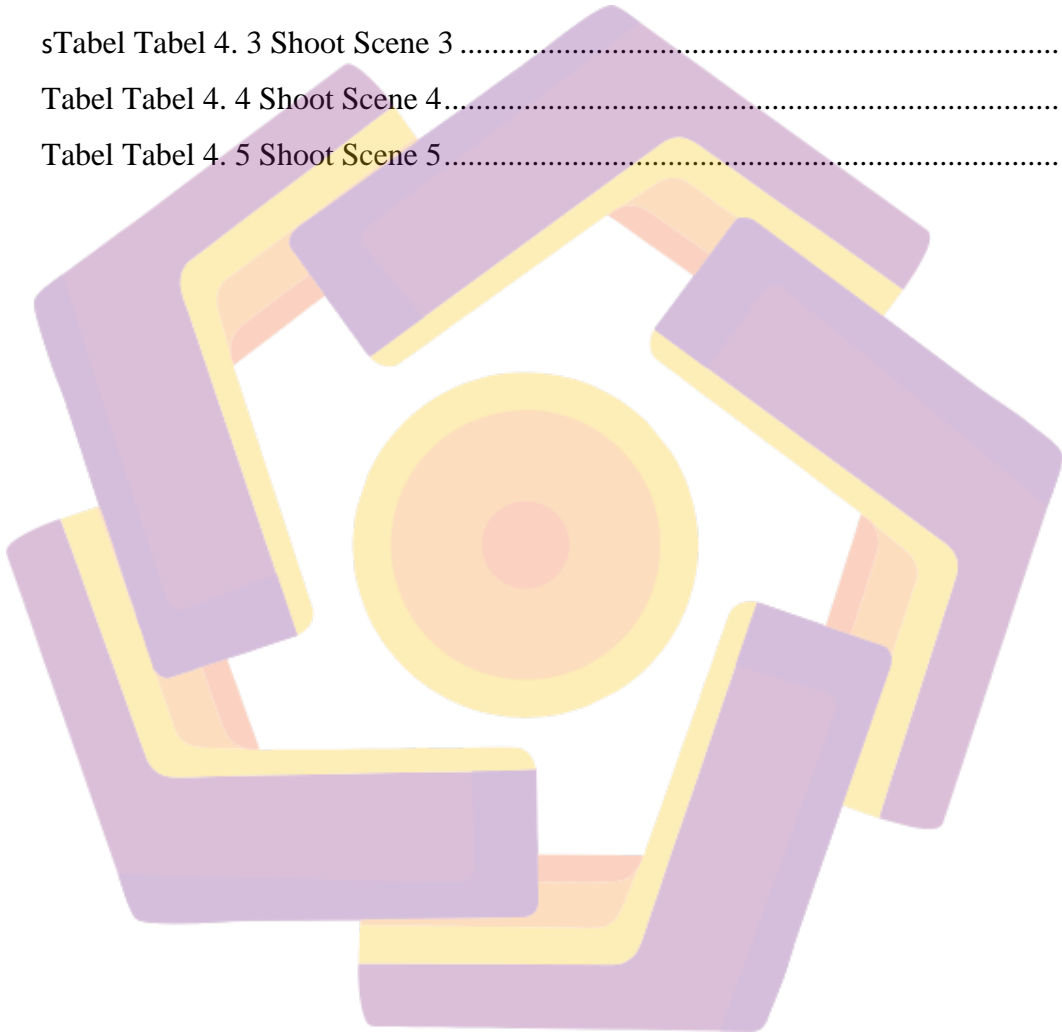
COVER	I
DAFTAR ISI	I
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR TABEL	IV
INTISARI	V
ABSTRACT	VI
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.3 Kerangka Pikiran	13
BAB III	15
METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Paradigma Penelitian	15
3.2 Pendekatan Penelitian	15
3.3 Metode Penelitian	16
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	16
3.5 Sumber Data.....	17
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.7 Teknik Analisis Data.....	19
3.8 Teknik Keabsahan Data	20
BAB IV	22
HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Uraian Hasil Temuan	22
4.2 Hasil Penelitian	23

4.3	Pembahasan.....	33
BAB V	38
PENUTUP	38
5.1	Kesimpulan	38
5.2	Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40



DAFTAR TABEL

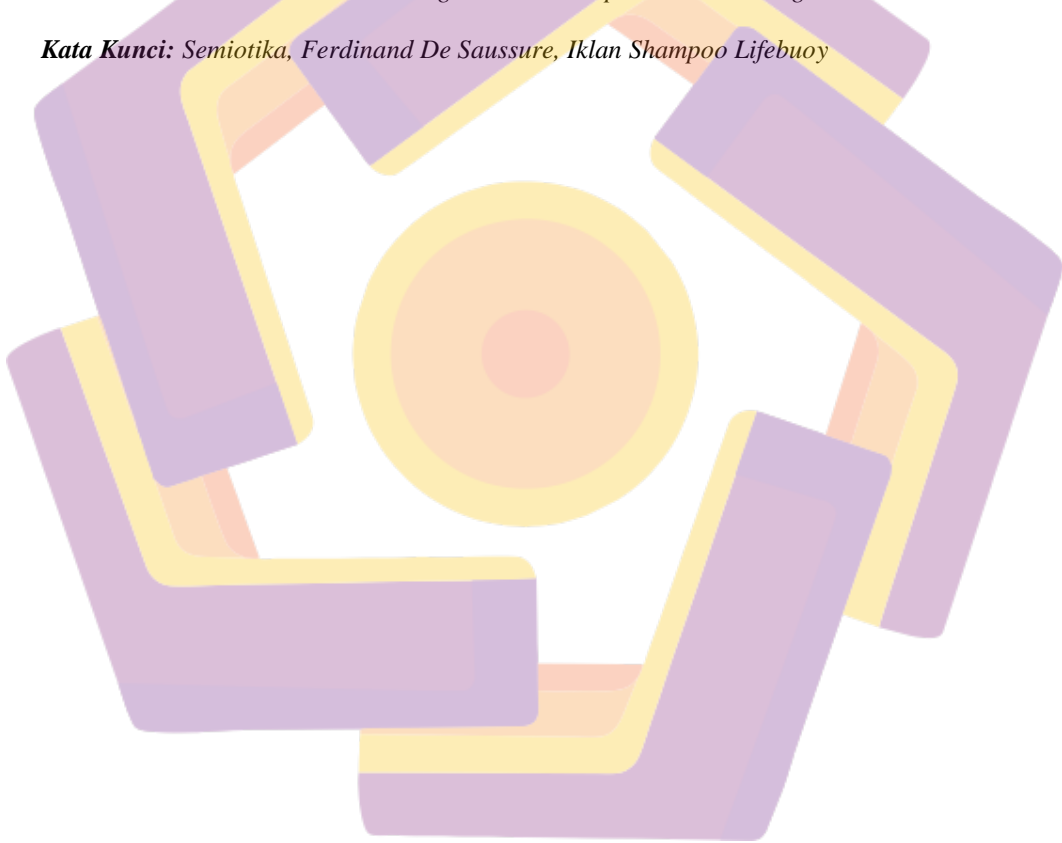
Tabel Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel Tabel 2. 2 Alur Kerangka Pikir.....	13
Tabel Tabel 4. 1 Shoot Scene 1.....	23
Tabel Tabel 4. 2 Shoot Scene 2.....	25
sTabel Tabel 4. 3 Shoot Scene 3	27
Tabel Tabel 4. 4 Shoot Scene 4.....	29
Tabel Tabel 4. 5 Shoot Scene 5.....	31



INTISARI

Studi ini bertujuan untuk mengungkap makna pesan verbal dan non-verbal dalam iklan shampoo Lifebuoy 2022 dengan menggunakan jenis penelitian semiotik Ferdinand De Saussure dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan paradigma penelitian konstruktivistik dan dianalisa dengan teori Ferdinand De Saussure berdasarkan tanda (sign), penanda (signifier) dan petanda (signified). Hasil analisis menunjukkan bahwa pesan verbal dalam iklan Shampoo Lifebuoy “Berbagi Kebaikan” mampu menyampaikan pesan positif tentang kepedulian sesama, terutama dalam konteks donasi rambut untuk penderita kanker. Namun, terdapat juga pesan negatif yang terkandung dalam iklan tersebut, seperti ketidaksesuaian antara pesan verbal dan non-verbal, serta kurangnya sopan santun terhadap orang yang lebih dewasa. Studi ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai kompleksitas pesan verbal dan non-verbal dalam iklan Lifebuoy shampoo “berbagi kebaikan” saling berhubungan dalam menentukan tanda positif dan negatif yang ada didalamnya, serta relevansinya dalam konteks komunikasi visual. Selain itu pendekatan semiotik Ferdinand De Saussure terbukti relevan dalam menganalisis makna pesan dalam menganalisis iklan.

Kata Kunci: *Semiotika, Ferdinand De Saussure, Iklan Shampoo Lifebuoy*



ABSTRACT

This study aims to uncover the meaning of verbal and non-verbal messages in Lifebuoy shampoo advertisements 2022 by using Ferdinand De Saussure's type of semiotic research and using descriptive qualitative research methods. The results of the analysis showed that the verbal message in the Lifebuoy Shampoo advertisement "Sharing Kindness" was able to convey a positive message about caring for others, especially in the context of hair donation for cancer patients. However, there are also negative messages contained in the ad, such as a mismatch between verbal and non-verbal messages, and a lack of courtesy towards more mature people. This research uses descriptive qualitative with constructivistic research paradigm and analyzed with Ferdinand De Saussure's theory based on sign, signifier and signified. This study provides a deeper understanding of the complexity of verbal and non-verbal messages in "sharing kindness" shampoo advertisements interconnected in determining the positive and negative signs contained in them, as well as their relevance in the context of visual communication. In addition, Ferdinand De Saussure's semiotic approach proved relevant in analyzing the meaning of messages in analyzing advertising.

Keywords: *Semiotika, Ferdinand De Saussure, Iklan Shampoo Lifebuoy*

