

**REPRESENTASI PESAN MORAL DALAM IKLAN #JALANIN BARENG HONDA
VERSI BERJUANG UNTUK YANG TERSAYANG
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)
SKRIPSI**



Disusun Oleh:

MUHAMMAD SYURON AMIN

17.96.0216

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

2024

**REPRESENTASI PESAN MORAL DALAM IKLAN #JALANIN BARENG HONDA
VERSI BERJUANG UNTUK YANG TERSAYANG
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)
SKRIPSI**

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



Disusun Oleh:

MUHAMMAD SYURON AMIN

17.96.0216

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
REPRESENTASI PESAN MORAL DALAM IKLAN #JALANIN BARENG HONDA
VERSI BERJUANG UNTUK YANG TERSAYANG

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama Muhammad Syukron Amin
NIM: 17.96.0216

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 24 September 2024

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningar
NIK. 190302444

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**REPRESENTASI PESAN MORAL IKLAN HONDA VERSI BERJUANG UNTUK
YANG TERSAYANG**

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Syukaron Amin

NIM :17.96.0216

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Maret 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom.,M.I.Kom

NIK : 190302477

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK : 190302486

Kartika Sari Yudaningsgar S.I.Kom., M.A.

NIK : 190302444

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 19 Maret 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU 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 24 September 2024



Muhammad Syukron Amin

NIM :17.96.0216.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

وَبَرَكَاتُهُ اللَّهُ وَرَحْمَةً عَلَيْكُمْ وَسَلَّمَ

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah Azza Wa Jalla atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tidak lupa hanturkan kepada Rasulullah saw beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan sekaligus menjadi syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

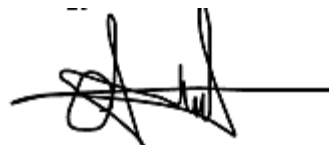
Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, disebabkan keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritikan dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang membutuhkan.

Peneliti mengucapkan beribu-ribu rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung agar skripsi ini dapat terselesaikan, sekali lagi terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan. Semoga segala usaha dan doa yang diberikan kepada penulis diberi nilai ibadah dihadapan Allah Azza Wa Jalla. Aamiin Yaa Rabb. Sekian.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

وَبَرَكَاتُهُ اللَّهُ وَرَحْمَةً عَلَيْكُمْ وَسَلَّمَ

Yogyakarta, 22 Februari 2024

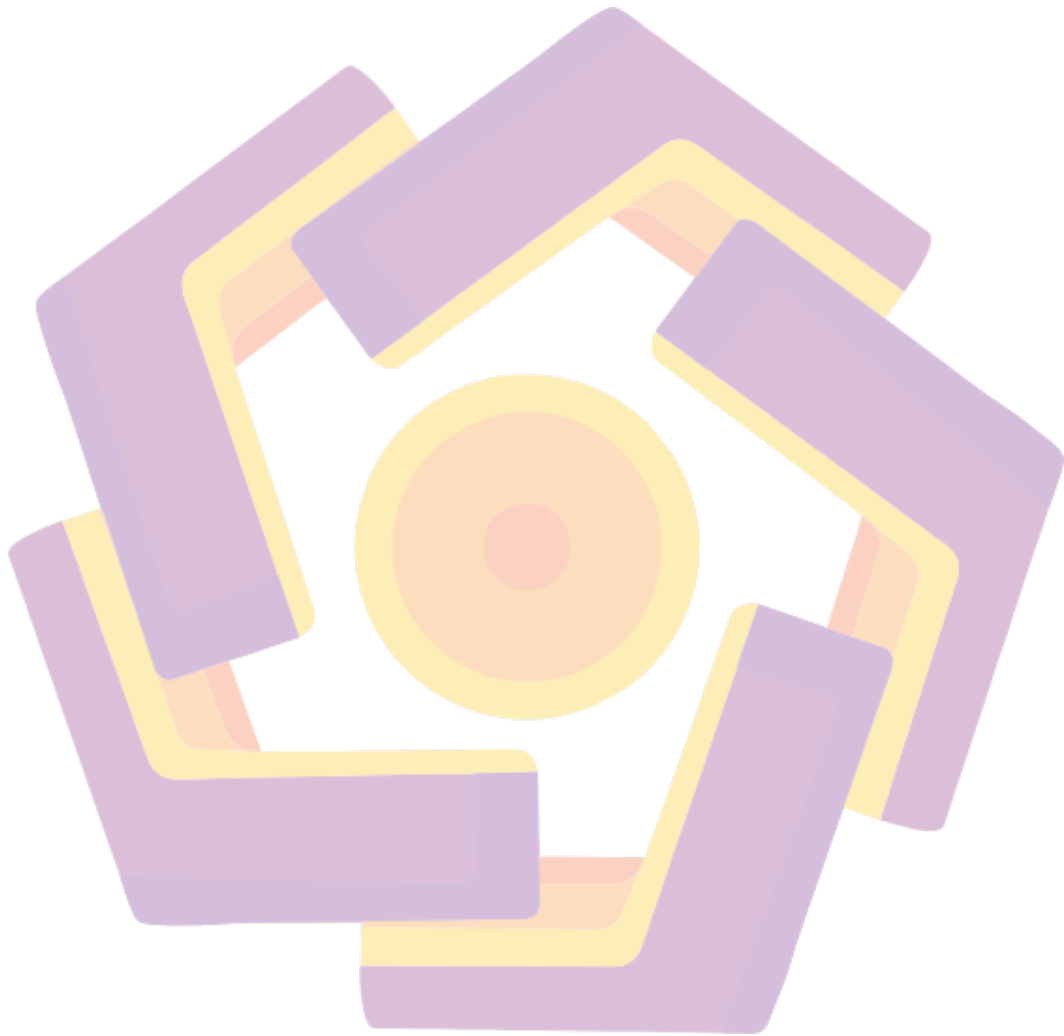


MUHAMMAD SYUKRON AMIN
NIM: 17.96.0216

DAFTAR ISI

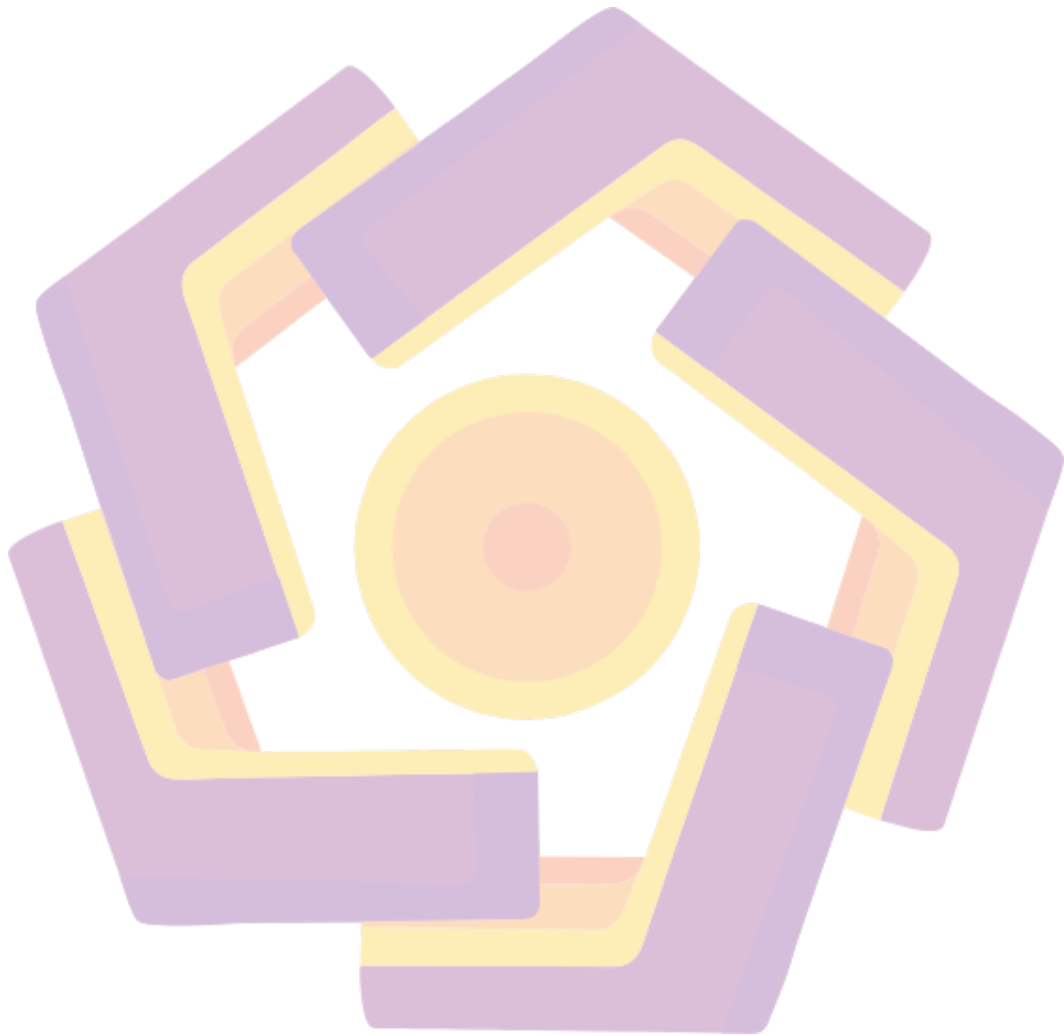
COVER	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Teoritis	10
1.4.2 Praktis	10
1.5 Sistematika Bab	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.2. Pengertian Iklan	17
2.3. Profil PT Astra Honda Motor.....	18
2.6. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Objek Penelitian	28
3.3. Subjek Penelitian.....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.6. Teknik Analisis Data	31
Uji Keabsahan Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32

4.1 Deskripsi Scene Iklan Honda.....	32
4.2 Makna Semiotik Iklan Honda	36
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 KESIMPULAN.....	57
5.2 SARAN-SARAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59



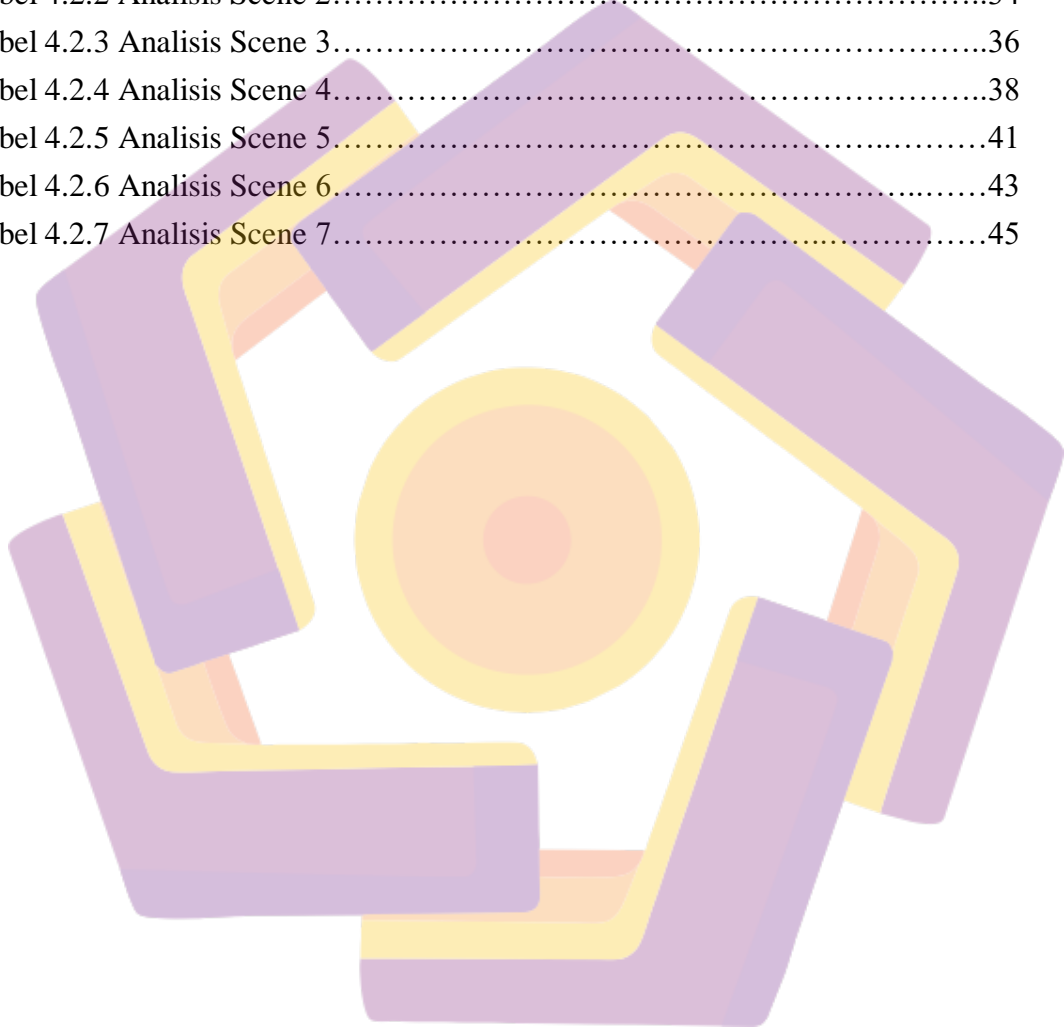
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perceraian CATAHU 2021.....	10
Gambar 2.1 Alur Kerangka Pikir.....	28



DAFTAR TABEL

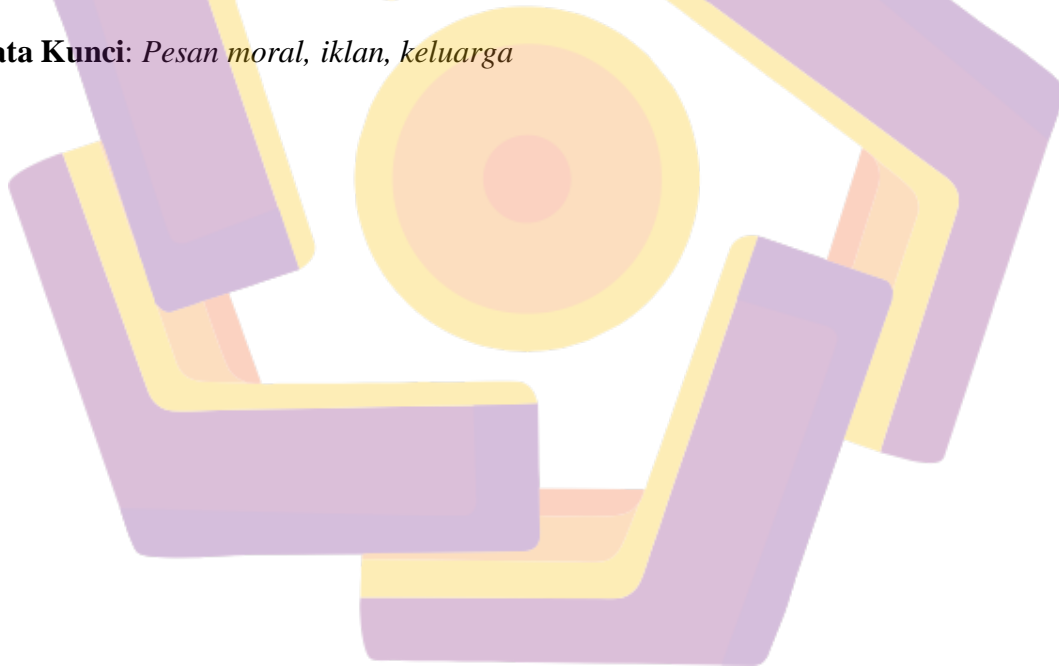
Tabel.2.1 Peta Tanda Roland Barthes.....	17
Tabel.2.2Tabel Penelitian terdahulu.....	20
Tabel 4. 1 Scene Iklan Honda.....	27
Tabel 4.2.1 Analisis Scene 1.....	32
Tabel 4.2.2 Analisis Scene 2.....	34
Tabel 4.2.3 Analisis Scene 3.....	36
Tabel 4.2.4 Analisis Scene 4.....	38
Tabel 4.2.5 Analisis Scene 5.....	41
Tabel 4.2.6 Analisis Scene 6.....	43
Tabel 4.2.7 Analisis Scene 7.....	45



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi pesan moral yang disampaikan dalam iklan Honda versi “Berjuang untuk yang Tersayang” menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode penelitian kualitatif dipilih untuk mendeskripsikan makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam iklan tersebut. Iklan ini merepresentasikan masalah sosial yang relevan dalam tantangan dalam kehidupan keluarga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa makna denotatif iklan adalah penggambaran seorang suami yang dipecat dari pekerjaannya, sementara makna konotatifnya mengungkapkan dinamika emosional dalam hubungan suami-istri, termasuk dukungan emosional yang diberikan oleh hewan peliharaan. Mitos yang terkandung dalam iklan ini menekankan pada pentingnya tindakan kecil yang penuh kasih dalam mempererat ikatan keluarga. Pesan moral utama dari iklan ini adalah tentang keteguhan, empati, dan pemaafan dalam menghadapi berbagai tantangan hidup. Iklan ini memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai pentingnya kebersamaan dan sikap pemaaf dalam memperkuat hubungan keluarga di tengah situasi yang sulit.

Kata Kunci: Pesan moral, iklan, keluarga



ABSTRACT

This research aims to analyze the representation of moral messages conveyed in the Honda advertisement version "Berjuang untuk yang Tersayang" using Roland Barthes' semiotic approach. A qualitative research method was chosen to describe the denotative, connotative, and mythical meanings embedded in the advertisement. The ad represents relevant social issues and the challenges faced in family life. The findings indicate that the denotative meaning of the ad portrays a husband who has been laid off from his job, while the connotative meaning reveals the emotional dynamics within the husband-wife relationship, including the emotional support provided by a pet. The myth within the ad emphasizes the importance of small acts of kindness in strengthening family bonds. The main moral message of this advertisement highlights perseverance, empathy, and forgiveness in facing various life challenges. This ad provides insight to the public about the importance of togetherness and forgiveness in strengthening family relationships during difficult situations.

Keywords: Moral message, advertisement, family

