

**REPRESENTASI WISATA BUDAYA DALAM IKLAN GOJEK VERSI  
“KEMBALI KE MANGKUNEGARAN”  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Wayan Dodi Wahyudi 21.96.2352

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

**2025**

**REPRESENTASI WISATA BUDAYA DALAM IKLAN GOJEK VERSI**

**“KEMBALI KE MANGKUNEGARAN”**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh:

Wayan Dodi Wahyudi 21.96.2352

Dosen Pembimbing:

**Erfina Nurussa'Adah, S.Kom.I., M.I.Kom.**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI & SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**REPRESENTASI WISATA BUDAYA DALAM IKLAN GOJEK VERSI  
“KEMBALI KE MANGKUNEGARAN”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Wayan Dodi Wahyudi**

**21.96.2352**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 25 Juli 2025

**Dosen Pembimbing**



**Erfina Nurussa'Adah, S.Kom.I., M.I.Kom.**

**NIK. 190302361**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

#### SKRIPSI

#### REPRESENTASI WISATA BUDAYA DALAM IKLAN GOJEK VERSI “KEMBALI KE MANGKUNEGARAN”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wayan Dodi Wahyudi

21.96.2352

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Juli 2025

**Nama Penguji**

Rufki Ade Vinanda S.I.Kom, M.A.  
NIK 190302657

Alvian Alrasid Ajibulloh., S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIK. 190302486

Erfina Nurussa'Adah, S.Kom.I., M.I.Kom.  
NIK. 190302361

**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., Ph.D  
NIK. 19030212



## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Wayan Dodi Wahyudi  
NIM : 21.96.2352  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

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, 02 Juni 2025



**Wayan Dodi Wahyudi**

**NIM: 21.96.2352**

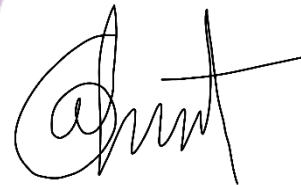
## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami 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 kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Erfina Nurussa'Adah, S.Kom.I., M.I.Kom. (Pembimbing Skripsi).
5. Kedua orang tua, keluarga yang telah memberikan segala dukungan moril maupun materil, serta terus mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan yang turut memberikan semangat maupun motivasi, semoga Tuhan Yang Maha Esa memudahkan jalan kalian untuk kedepannya.

Yogyakarta, 27 Mei 2025



Wayan Dodi Wahyudi

21.96.2352

## DAFTAR ISI

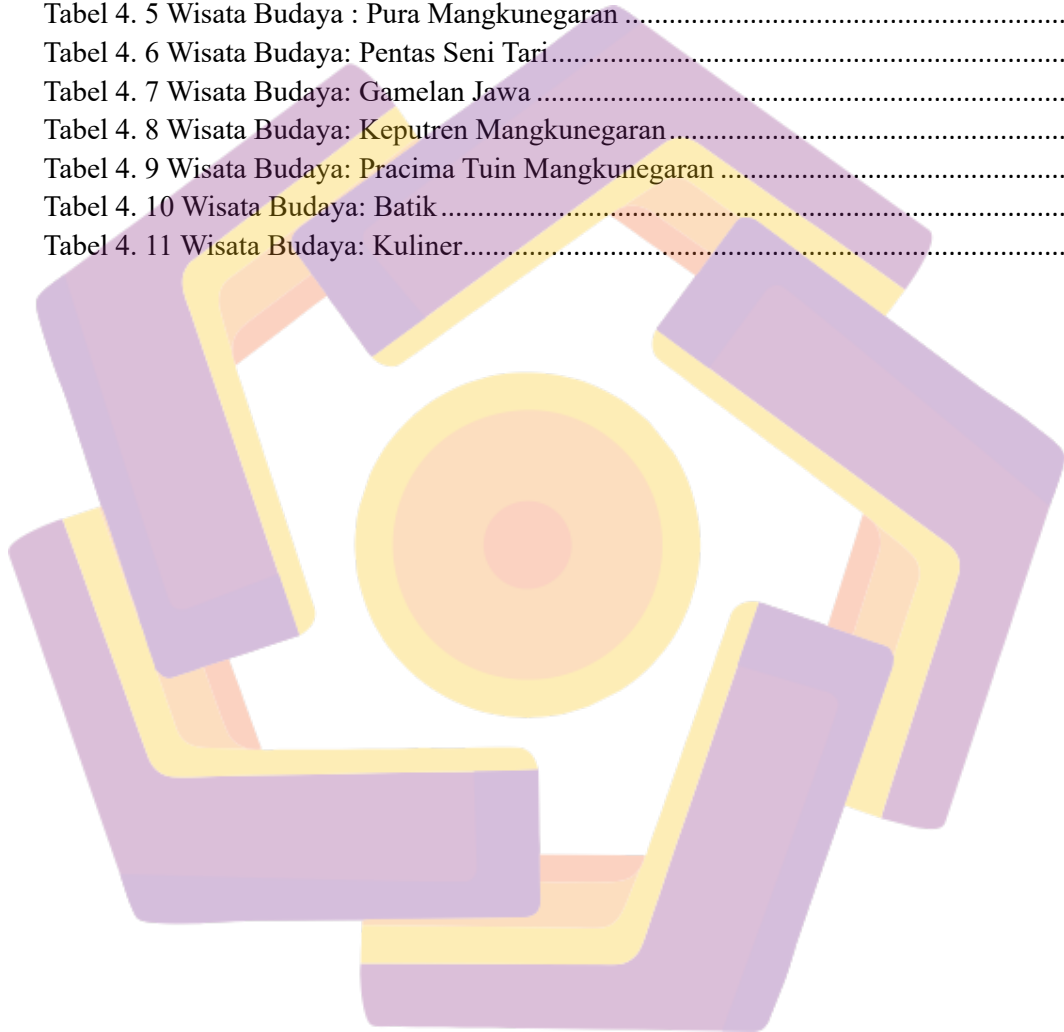
|                                        |             |
|----------------------------------------|-------------|
| <b>COVER .....</b>                     | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>        | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>         | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>    | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>             | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                 | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>              | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>              | <b>ix</b>   |
| <b>INTI SARI .....</b>                 | <b>x</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                   | <b>xi</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>          | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....            | 1           |
| 1.2    Rumusan Masalah .....           | 7           |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....         | 7           |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....        | 7           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>    | <b>9</b>    |
| 2.1    Penelitian Terdahulu .....      | 9           |
| 2.2    Landasan Teori.....             | 14          |
| 2.3    Kerangka Berpikir.....          | 27          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> | <b>28</b>   |
| 3.1    Paradigma Penelitian.....       | 28          |
| 3.2    Pendekatan Penelitian .....     | 28          |
| 3.3    Metode Penelitian .....         | 29          |

|                                           |                                   |           |
|-------------------------------------------|-----------------------------------|-----------|
| 3.4                                       | Subjek dan Objek Penelitian ..... | 29        |
| 3.5                                       | Jenis dan Sumber Data .....       | 30        |
| 3.6                                       | Teknik Pengumpulan Data .....     | 30        |
| 3.7                                       | Teknik Analisis Data .....        | 31        |
| 3.8                                       | Teknik Keabsahan Penelitian ..... | 33        |
| <b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                   | <b>35</b> |
| 4.1                                       | Hasil Temuan Penelitian .....     | 35        |
| 4.2                                       | Pembahasan .....                  | 52        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                |                                   | <b>58</b> |
| 5.1                                       | Kesimpulan .....                  | 58        |
| 5.2                                       | Saran .....                       | 59        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>               |                                   | <b>60</b> |



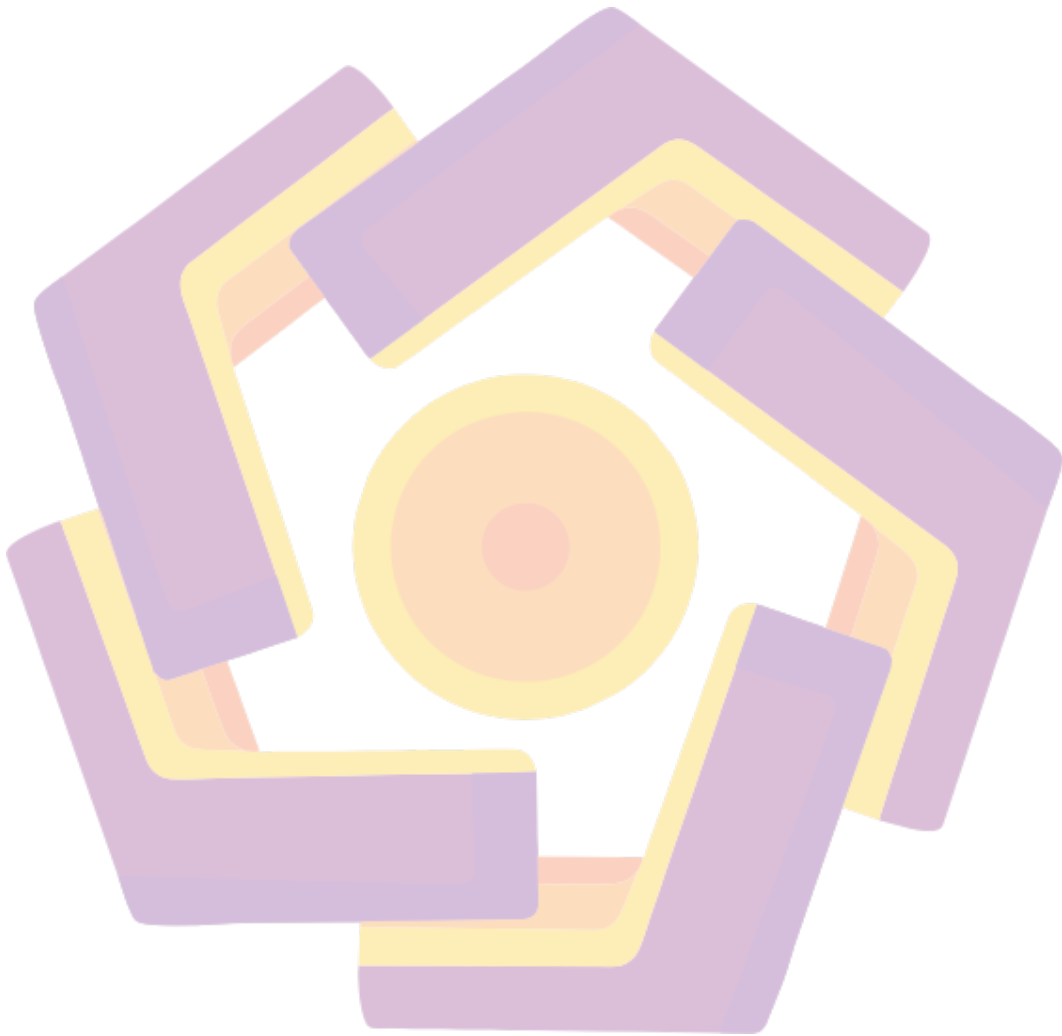
## DAFTAR TABEL

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah pengunjung daya tarik wisata 2023 .....  | 3  |
| Tabel 2.1 1.....                                           | 11 |
| Tabel 4. 1 Wisata Budaya: Pasar Gede.....                  | 36 |
| Tabel 4. 2 Wisata Budaya : Titik Nol Solo.....             | 37 |
| Tabel 4. 3 Wisata Budaya : Tugu Keris.....                 | 39 |
| Tabel 4. 4 Wisata Budaya : Pura Mangkunegaran .....        | 40 |
| Tabel 4. 5 Wisata Budaya : Pura Mangkunegaran .....        | 42 |
| Tabel 4. 6 Wisata Budaya: Pentas Seni Tari.....            | 43 |
| Tabel 4. 7 Wisata Budaya: Gamelan Jawa .....               | 45 |
| Tabel 4. 8 Wisata Budaya: Keputren Mangkunegaran.....      | 46 |
| Tabel 4. 9 Wisata Budaya: Pracima Tuin Mangkunegaran ..... | 48 |
| Tabel 4. 10 Wisata Budaya: Batik.....                      | 49 |
| Tabel 4. 11 Wisata Budaya: Kuliner.....                    | 51 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Gambar 2.2 1 Peta tanda Roland Barthes ..... | 18 |
|----------------------------------------------|----|



## INTI SARI

Penelitian ini menganalisis representasi wisata budaya dalam iklan Gojek versi "Kembali ke Mangkunegaran" dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dan representasi Stuart Hall. Melalui analisis Barthes, penelitian ini membedah dua tingkat tanda, yaitu denotasi dan konotasi, untuk memahami bagaimana iklan tersebut membangun citra budaya lokal serta bagaimana pesan yang terkandung dalam iklan tersebut mengkomunikasikan nilai-nilai budaya yang dapat diterima oleh masyarakat luas. Pendekatan representasi Stuart Hall digunakan untuk menggali bagaimana iklan ini merepresentasikan budaya Mangkunegaran melalui tiga perspektif yaitu, *reflektif*, *intensional*, dan *konstruktif*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Gojek "Kembali ke Mangkunegaran" tidak hanya memperkenalkan Pura Mangkunegaran sebagai destinasi wisata budaya, tetapi juga membangun narasi yang menggabungkan identitas budaya Jawa dengan kemajuan teknologi. Iklan ini memanfaatkan simbol-simbol budaya Mangkunegaran untuk menciptakan citra positif tentang bagaimana tradisi dan modernitas dapat berjalan berdampingan. Dengan demikian, iklan ini berfungsi sebagai media yang efektif dalam mempromosikan wisata budaya sekaligus mempertahankan nilai-nilai lokal dalam era globalisasi.

**Kata Kunci:** Wisata Budaya, Representasi Stuart Hall, Pura Mangkunegaran, Semiotika Roland Barthes.

## ABSTRAK

*This study analyzes the representation of cultural tourism in the Gojek advertisement "Back to Mangkunegaran" using Roland Barthes' semiotic analysis and Stuart Hall's representation theory. Through Barthes' analysis, the study dissects two levels of signs, denotation and connotation, to understand how the advertisement constructs the image of local culture and how the message conveyed in the ad communicates cultural values that are acceptable to the wider public. Stuart Hall's representation approach is used to explore how this advertisement represents Mangkunegaran culture through three perspectives: reflective, intentional, and constructive. The findings show that the Gojek advertisement "Back to Mangkunegaran" not only introduces the Mangkunegaran Temple as a cultural tourism destination but also constructs a narrative that blends Javanese cultural identity with technological advancement. The advertisement utilizes symbols of Mangkunegaran culture to create a positive image of how tradition and modernity can coexist. Thus, the advertisement functions as an effective medium for promoting cultural tourism while preserving local values in the era of globalization.*

**Keywords:** Cultural Tourism, Stuart Hall Representation, Mangkunegaran Palace, Roland Barthes' Semiotics.

