

REPRESENTASI IDENTITAS BUDAYA NASIONAL

DALAM IKLAN TVC KUKU BIMA ENER-G

(Analisis Semiotika Identitas Budaya Nasional dalam Iklan TVC Kuku Bima Ener-G
versi Laskar Mandiri dan Tari Pendet)

*(The Semiotic Analysis of National Culture Identity in the “Kuku Bima Ener-G
Laskar Mandiri and Pendet Dance version” TVC Advertisement)*

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Advertising*

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

AMIEN NURDIN ABDULLAH

20050530106

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 28 Desember 2010
Tempat : Lab. Editing
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Penguji II

Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn

Firly Annisa, S.IP

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 28 Desember 2010

Suciati, S. Sos, M.Si

HALAMAN MOTTO

Jangan hanya berpikir, lakukan! Jangan
hanya berkata, tunjukkan! Jangan hanya
berdoa, upayakan!

Don't just think, do it!

Don't talk too much, prove it!

Don't just pray, take an effort!

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Orangtuaku tercinta,

Kedua Saudaraku, Harry Yuda & Amel,

Dan keluarga besarku di Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammu 'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanggung jawab dan dedikasi menjadikan skripsi ini memberikan sebuah perjalanan dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis. Skripsi yang berjudul **REPRESENTASI IDENTITAS BUDAYA NASIONAL DALAM IKLAN TVC KUKU BIMA ENER-G (Analisis Semiotika Identitas Budaya Nasional dalam Iklan TVC Kuku Bima Ener-G versi Laskar Mandiri dan Tari Pendet)**, dimaksudkan guna mengungkap makna tanda dan simbol terhadap identitas budaya nasional yang dikonstruksikan dalam media khususnya melalui iklan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi terutama dengan menggunakan analisis semiotika.

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini, yaitu kepada:

1. Allah SWT atas ridho dan rakhmatnya selama ini sehingga skripsi ini berhasil terselesaikan.

2. Nabi Muhammad SAW yang telah membawa islam dari jaman kebodohan ke jaman yang terang benderang dan serba modern penuh ilmu seperti saat ini
3. Kedua orangtuaku, Ayah dan Ibunda tercinta. Terima kasih untuk do'a, motivasi, dukungan serta kebahagiaan yang selama ini telah engkau berikan, belum pernah ada suatu hal apapun yang menggantikannya kecuali berbakti kepadamu. *I really2 LOVE U.*
4. My bro n my sista (Harry & Amel) makasih atas semangat, do'a dan dukungannya serta canda tawanya. *Love u so Much.*
5. Dias -Dica- G. Novitasari..kamu memberikan warna yang berbeda dalam hidup ini. Terima kasih udah kasih support lebih, *you're the heart of the crown!!*
6. Ketua jurusan Ilmu Komunikasi UMY, Ibu Suciati, S.Sos, M.Si.
7. Mas Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan dan waktu yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
8. Bpk. Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn., selaku Dosen Pembimbing II, matur nuwun atas bimbingannya selama ini.
9. Mbak Firly Annisa, S.IP., selaku Dosen Penguji, yang telah banyak memberikan masukan, motivasi serta saran yang membangun untuk penyusunan penelitian ini.
10. Semua dosen Ilmu komunikasi UMY, terima kasih atas ilmu yang diberikan selama saya kuliah.
11. Semua teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
12. Mbak Siti, pak Jono & pak Mur, matur nuwun atas informasinya selama proses perkuliahan, magang dan bimbingan skripsi yang sangat membantu.
13. Teman-teman konsentrasi *broadcasting*, konsentrasi *advertising*, dan konsentrasi *public Relations*.
14. Teman-teman *filmmaker* Traficlight, Mudha (Gendhel), Christa, Angki Muttaqien, Dinnar Aryo, Dilla, Agung & Wulan, Rizki & Mutia, Yuni Harsanti yang jauh disana,.. Love u all. Kalian adalah teman bermain dan berkarya.
15. Kampus terpadu UMY sebagai almamater saya.

16. Teman-teman seperjuangan angkatan 2005 komunikasi, She blo, Yoga, Gun, Danang, Kutir, Aditea, Ahong, Kemal, Tezario, ayo semangat kawan-kawan.
17. Teman-teman angkatan 2006, Dion, Agung, Peyek, Putri, Fadholi, Wowok, Djancok, dan lain-lain.
18. Teman-teman Holligan Laskar Mataram, Aninditta & Hollo. Hhe. kalian kompak,
19. Teman-teman rumah dan para penghuni angkringan "*Gethuk Jomblo*".
20. Laptopku beserta program-program di dalamnya, tenang saja anda pasti saya *upgrade* biar tambah cakep.
21. Semua pihak yang telah membantu dalam proses mengerjakan skripsi ini yang tidak bisa saya sebut satu persatu. *Thanks for all guys.*
22. Untuk teman-teman yang merasa belum tertulis dalam ucapan terima kasih ini, silahkan isi disini :
23. Matur nuwun sedoyo kemawon.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menambah khasanah pustaka dan keilmuan, serta bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,

Amien Nurdin. A

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Amien Nurdin Abdullah

2005 053 0106

**REPRESENTASI IDENTITAS BUDAYA NASIONAL DALAM IKLAN TVC
KUKU BIMA ENER-G**

(Analisis Semiotika Identitas Budaya Nasional dalam Iklan TVC Kuku Bima Ener-G
Versi Laskar Mandiri dan Tari Pendet)

Tahun Skripsi: 2010 xii + 104 Halaman + 3 Halaman Tabel + 17 Halaman Gambar

Daftar Kepustakaan: 29 Buku + 4 Sumber Online + 3 Surat Kabar

Iklan pada saat ini tidak hanya mementingkan pesan komersialnya saja, tetapi iklan juga sebagai sarana untuk menyampaikan permasalahan imej dalam negeri. Suatu iklan mengandung sebuah makna yang di dalamnya terdapat unsur-unsur tanda yang memberikan citra produk yang diiklankan. PT Sido Muncul dalam iklan produknya yaitu Kuku Bima Ener-G berusaha mengangkat identitas nasional Indonesia melalui *brand* nya. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan kembali budaya bangsa kepada khalayak.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif. Objek penelitiannya tentang identitas budaya bangsa yang terdapat dalam iklan komersial Kuku Bima Ener-G. Sementara metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode dokumentasi. Teknik analisis data dengan pendekatan semiotika untuk menganalisis suatu simbol atau tanda sehingga dapat ditemukan suatu makna yang terdapat di dalamnya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan TVC Kuku Bima Ener-G versi “Laskar Mandiri” dan “Tari Pendet” berusaha mengingatkan kembali kepada khalayak umum bahwa bangsa Indonesia memiliki identitas budaya nasional secara khusus. Memberikan konstruksi bahwa budaya di Jawa dan Bali memiliki pencitraan yang dominan di Indonesia sehingga membawa pengaruh terhadap khalayak.

Kata kunci : Semiotika, iklan, identitas budaya nasional.

ABSTRACT

***Muhammadiyah University Of Yogyakarta.
Social and Politic Studies Faculty
Communication Departement
Advertising Concentration***

Amien Nurdin Abdullah.

The Semiotic Analysis of National Culture Identity in the Kuku Bima Ener-G Laskar Mandiri and Pendet Dance version TVC Advertisement.

Year of thesis : 2010 xii + 104 pages + 3 Pages Table + 17 Pages Image

List Library : 29 books + 4 internet souch + 3 newspaper.

Ads today are not only concerned with commercial messages only, but also advertising as a means to convey the image of domestic problems. An ad contains a meaning where there is a sign of the elements that give the image of the advertised product. PT Sido Muncul in advertising their products namely Kuku Bima Ener-G tried to lift Indonesia's national identity through its brand. The goal is to reintroduce the national culture to the audiences.

The research method used in this research is qualitative. The object of his research on the nation's cultural identity inherent in commercial advertising Kuku Bima Ener-G. While the data collection method in this research is to use a method of documentation. Technique of data analysis and semiotic approach to analyze a symbol or sign that can be found a meaning in them.

The results of this study indicate that ad TVC Kuku Bima Ener-G version of "Laskar Mandiri" and "Pendet" trying to remind return to the public that Indonesia has a national cultural identity in particular. Providing that the cultural construction of Java and Bali have a dominant imagery in Indonesia so as to bring the influence of the audiences.

Keywords: Semiotics, Advertising, National Cultural Identity.

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	x
BAB 1 Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Pemikiran dan Landasan Teori	9
1. Konstruksi Realitas di Media	10
2. Representasi Realitas Budaya Dalam Iklan	13
3. Ideologi Dalam Iklan	15
4. Identitas Nasional.....	18
F. Metode Penelitian	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Objek Penelitian	24
3. Teknik Pengumpulan Data	24
a. Dokumentasi	24
b. Sumber Data	25
4. Teknik Analisis Data	25

BAB 2	Gambaran Umum	33
	A. Produk PT. Sido Muncul.....	33
	A.1. Visi dan Misi Perusahaan	35
	B. Produk Kuku Bima Ener-G	37
	C. Profil Iklan Kuku Bima Ener-G versi Laskar Mandiri.....	39
	D. Profil Iklan Kuku Bima Ener-G versi Tari Pendet	42
BAB 3	Sajian Data dan Pembahasan	44
	A. Representasi Identitas Budaya Nasional	44
	1. Iklan Kuku Bima Ener-G versi Laskar Mandiri	49
	1.1. Representasi Jawa Dalam Iklan	53
	1.2. Jakarta Sebagai Identitas Nasional.....	67
	1.3. Signifikasi Iklan Kuku Bima Ener-G versi Laskar Mandiri	83
	2. Iklan Kuku Bima Ener-G versi Tari Pendet	86
	2.1. Signifikasi Iklan Kuku Bima Ener-G versi Tari Pendet ...	97
BAB 4	Penutup	100
	A. Kesimpulan	100
	B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR TABEL		
DAFTAR GAMBAR		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	28
Tabel 2	31
Tabel 3	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	33
Gambar 2	39
Gambar 3	40
Gambar 4	42
Gambar 5	52
Gambar 6	53
Gambar 7	59
Gambar 8	62
Gambar 9	71
Gambar 10	73
Gambar 11	76
Gambar 12	77
Gambar 13	81
Gambar 14	84
Gambar 15	88
Gambar 16	94
Gambar 17	98