

CITRA BIROKRASI DI INDONESIA DALAM IKLAN A MILD
(Analisis Semiotik Tentang Citra Birokrasi di Indonesia
dalam Iklan A Mild
Versi Harusnya Gampang di Bikin Susah)

Bureaucracy Image in Indonesia of A Mild Advertisement
(The Semiotic Analysis of Bureaucracy Image in Indonesia
in Advertisement of A Mild
"Harusnya Gampang dibikin Susah" Version)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama : HUGO HARIANTO
Jurusan : Ilmu Komunikasi
No. Mhs : 20010530214

FAKULTAS ILMU SOISIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

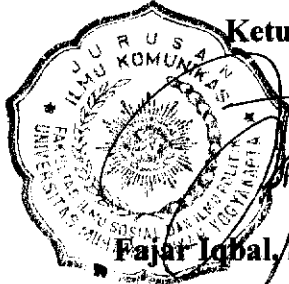
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari/ Tanggal : Senin, 16 Oktober 2006

Tempat : LAB. Ilmu Komunikasi A

Susunan Tim Penguji

Ketua

Fajar Iqbal, S.Sos. M. Si

Penguji I


Fajar Junaedi, M.Si

Penguji II


Zuhdan Azis, S.IP., S.Sn

KATA PENGANTAR



Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul "Citra Birokrasi di Indonesia dalam Iklan A MILD". Dalam rangka menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana.

Penulis berharap Skripsi ini bermanfaat bagi penulis, perusahaan, pembaca, serta pihak-pihak yang membutuhkan. Tidak lupa penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada semua pihak apabila dalam penulisan Skripsi ini terdapat banyak kekurangan serta kesalahan, bahkan jauh dari kesempurnaan.

Penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dorongan kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini. Untuk itu, penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas semua Limpahan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Bapak Dr. H. Khoirudin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Trihastuti Nur R, M. Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Bapak Fajar Iqbal, S. Sos. M.Si., selaku Dosen Pembimbing, penulis ucapkan terimakasih atas waktu dan kesabarannya dalam memberikan masukan dan idenya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak Fajar Junaedi, M.Si, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan kritik dan saran dalam Skripsi saya.
6. Bapak Zuhdan Aziz, S. IP, S. Sn, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran dalam Skripsi saya.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY atas semua Ilmu yang diberikan.
8. Alm. Ayah dan Ibu-ku tercinta yang telah memberikan do'a dan kasih sayang, Alhamdulillah anakmu ini bisa menyelesaikan Skripsi.
9. Teman - teman seperjuanganku Jurusan Ilmu Komunikasi 2001- C.
10. Teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Amal dan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini diterima oleh Allah SWT, Amin.....

Semoga Skripsi ni dapat bermanfaat bagi penulis Khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'Alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 November 2006

Penulis,

Hugo Harianto

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
ABSTRAKSI	iv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	9
1. Komunikasi Sebagai Proses Produksi Pesan	9
2. Iklan TV	13
3. Birokrasi	16
4. Representasi Realitas Sosial	20
5. Simbol dan Sistem Tanda dalam Iklan	26
F. Metode Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Obyek Penelitian dan Waktu Penelitian	29
3. Teknik Pengumpulan Data	29
4. Teknik Analisis Data	29
G. Sistematika Penulisan	36

BAB II BIROKRASI DI INDONESIA

A. Sejarah Birokrasi di Indonesia	37
1. Birokrasi Masa Kerajaan	40
2. Birokrasi Masa Kolonial	42
3. Birokrasi Masa Orde Baru	45
4. Birokrasi Masa Reformasi	49
B. Gambaran Sampoerna A Mild	52

BAB III ANALISIS SEMIOTIK CITRA BIROKRASI DI INDONESIA

DALAM IKLAN A MILD

A. Analisis Citra Birokrasi di Indonesia dalam Iklan A Mild Versi “di ulur-ulur”	60
B. Analisis Citra Birokrasi di Indonesia dalam Iklan A Mild Versi “dari satu meja ke meja yang lainnya”	85
C. Analisis Citra Birokrasi di Indonesia dalam Iklan A Mild Versi “susah pengambilannya”	94

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Kritik dan Saran	105
1. Kritik	105
2. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

A. Versi “di ulur-ulur”

Scene 1	60
Scene 2	61
Scene 3	62
Scene 4	64
Scene 5	65
Scene 6	66
Scene 7	68
Scene 8	69
Scene 9	70
Scene 10	71
Scene 11	72
Scene 12	73
Scene 13	74
Scene 14	75
Scene 15	76
Scene 16	77
Scene 17	78
Scene 18	79
Scene 19	80
Scene 20	82

B. Versi “dari satu meja ke meja yang lain”

Scene 1	85
Scene 2	87
Scene 3	90
Scene 4	90
Scene 5	91
Scene 6	91

C. Versi “susah pengambilannya”

Scene 1	94
Scene 2	95
Scene 3	96
Scene 4	97
Scene 5	99

ABSTRAKSI

Iklan A Mild menjadi salah satu bagian dari proses produksi makna melalui pencitraan-pencitraan yang ditampilkan dalam sebuah iklan. Citra birokrasi yang ditampilkan oleh iklan A Mild menggambarkan sikap maupun perilaku seorang pegawai birokrasi yang menyalahgunakan kekuasaan maupun wewenangnya dalam memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat, guna mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kepuasan dirinya sendiri, dengan cara lebih mengedepankan kepentingannya sendiri daripada mendahulukan kepentingan masyarakat. Sikap maupun perilaku pegawai birokrasi di Indonesia yang terdapat dalam iklan A Mild dicitrakan dalam bentuk simbol-simbol, baik yang berupa simbol verbal maupun non verbal yang saling mendukung. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana citra birokrasi di Indonesia dalam iklan A Mild di televisi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis semiotik dengan pendekatan kritis dari Roland Barthes yang melihat sistem tanda dari makna denotatif dan konotatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kepustakaan dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis semiotik dari Roland Barthes.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan yang di tampilkan oleh A Mild memproduksi makna-makna tentang kebiasaan buruk seorang pegawai birokrasi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, yang berusaha untuk mengulur-ngulur waktu penyelesaian dengan melalui birokrasi yang panjang untuk mempersulit mendapatkan izin, yang di citrakan dalam bentuk perilaku yang sewenang-wenang, berusaha untuk memperkaya dirinya sendiri, banyak bicara daripada bekerja, semangat yang salah tempat, ketidak rapihan dalam bekerja, pura-pura sibuk, kurangnya daya tanggap, mutu kinerja yang rendah, berusaha mempertahankan kekuasaan, prosedur yang rumit, dan bertindak asal-asalan. Perilaku tersebut dalam prakteknya dapat menimbulkan keresahan atau kejenuhan pada masyarakat, sehingga masyarakat dituntut untuk sabar dan menaati sesuai dengan prosedur yang berlaku agar dapat mencegah adanya budaya 'jalan pintas', yang biasa dilakukan dengan cara memberi 'uang pelicin' pada pegawai yang bersangkutan agar proses birokrasi berjalan dengan lancar. jalan pintas dengan memberikan 'uang pelicin' merupakan awal timbulnya tindak korupsi.

Realitas yang di tampilkan dalam iklan A Mild, berusaha untuk menampilkan aspek-aspek kehidupan yang berkembang di masyarakat saat ini, sehingga makna yang dihasilkan menjadi kompleks, selain itu iklan ini juga menerangkan adanya penggunaan salah satu bahasa yaitu parodi.