



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN
KOREA “JADAM CHICKEN”**

SKRIPSI

MOCHAMMAD IDZHAR FEBRIANSYAH

212007416063

**FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
JAKARTA**

2025



**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN
KOREA “JADAM CHICKEN”**

***ANALYSIS OF SEMIOTICS ROLAND BARTHES ON KOREAN
ADVERTISEMENT “JADAM CHICKEN”***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Linguistik (S.Li)

MOCHAMMAD IDZHAR FEBRIANSYAH

212007416063

**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
JAKARTA**

2025

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 31 Januari 2025 untuk diujikan.

Rahmad Faisal, M.Si.M
Pembimbing



Mengetahui,



Fahdi Sachiya, S.S., M.A.
Ketua Program Studi



Dr. Drs Somadi, M.Pd.
Dekan

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 17 Februari 2025

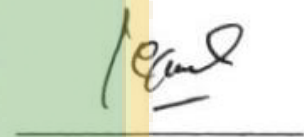
Bunga Astya Safitri, M.Hum
Ketua/Penguji



Heri Suheri, S.S., M.M
Sekretaris/Penguji



Rahmad Faisal, M.Si.M
Pembimbing/Penguji



Disahkan pada tanggal 28 Februari 2025

Fahdi Sachiya, S.S., M.A.
Ketua Program Studi



Dr. Drs. Somadi, M.Pd.
Dekan

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mochammad Idzhar Febriansyah

Nomor Induk Mahasiswa : 212007416063

Program Studi : Bahasa Korea

Tempat & Tanggal Lahir : Tangerang, 18 Februari 2003

Alamat : Taman Kota Permai 2, Jl. Melati IV Blok B6
No.5, Periuk, Kota Tangerang, 15131

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN KOREA “JADAM CHICKEN”

adalah asli (bukan plagiasi) dan belum pernah diteliti oleh penulis/peneliti lain. Semua pendapat atau ide orang lain yang diambil dalam skripsi ini dilakukan melalui langkah-langkah ilmiah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Mochammad Idzhar Febriansyah

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam. Tak lupa shalawat serta salam semoga tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, semoga syafaatnya dapat membersamai kita di yaumul akhir kelak. Atas berkat rahmat Allah yang maha kuasa sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Korea Jadam Chicken” ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak. Dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Drs. Somadi, M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional.
2. Fahdi Sachiya, S.S., M.A selaku Ketua Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.
3. Bapak Rahmad Faisal, S.E., M.Si.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan nasihat selama proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional Teguh Pratama Aditya, S.Si., M.A., Heri Suheri, S.S., M.M., Rahmad Faisal, S.E., M.Si.M., Dr. Tadjuddin Nur, S.S, M.M., Fitri Meutia, S.S., M.A., Jung Shua,

M.A., Ko Yoo Kyeong, M.A., Yayah Cheriya, S.E., M.A., Fahdi Sachiya, M.A., Dr. Rurani Adinda, M.Ed., Bunga Astya Safitri, S.Hum., M.Hum., Redita Devi, S.Hum., M.A., dan Siti Nurseha, M.A., yang telah memberikan pelajaran dan banyak pengetahuan selama perkuliahan.

5. Kepada kedua orang tua ayah dan bunda yang telah mengerahkan tenaga untuk menyekolahkan anak sulungnya hingga sampai ke perguruan tinggi. Terima kasih yang tak terhingga kepada bunda yang selalu memberikan dukungan dari awal hingga akhir perkuliahan, selalu bersabar, memberikan doa, dan perhatian yang tidak pernah habis dan khususnya di masa penyusunan skripsi ini. *No words could describe how proud I am to be your son, thank you so much for give me a longlast warm-love.*
6. Kepada salah satu sahabat terbaik yang sudah saling mengenal sejak duduk di bangku sekolah, Dinar. Terima kasih selalu memberi dukungan yang tidak pernah habis, selalu menemani di kala suka dan duka hingga menjadi salah satu tempat ternyaman untuk berbagi keluh kesah dan penyemangat hingga bisa sampai di titik sekarang. 늘 나의 곁에 있으니 너무 고맙다.
7. Kepada teman-teman terdekat Apip, Luthfi, Keysha, Neta, Bima, Firly, Fiya, dan Tiara yang tidak pernah berhenti menemani di masa suka maupun duka, tidak pernah putus memberikan semangat, dukungan, hingga hiburan agar penyusunan skripsi ini cepat selesai.
8. Kepada teman-teman selama masa perkuliahan Anna, Mitha, Fani, Ara, Kak Puyu, yang telah berbagi pengetahuan dan waktu bersama-sama selama masa perkuliahan, serta berhasil sampai di titik penyusunan skripsi. *Thank you for your hardwork, you guys did well.*

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah melakukan yang terbaik dan juga berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil memuaskan. Namun, penulis menerima dengan hormat kritik dan saran yang sifatnya membangun agar penulis dapat terus belajar dan menjadi lebih baik lagi.



Jakarta, Januari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Idzhar'.

Mochammad Idzhar Febriansyah
NPM 212007416063

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
초록	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Metode Penelitian	8
1.6 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data	9
1.6.1 Sumber Data Primer	9
1.6.2 Sumber Data Sekunder	9
1.6.3 Teknik Pengambilan Data	10
1.7 Sistematika Penyajian	10
BAB II	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Semiotika	17
2.2.2 Semiotika Ferdinand de Saussure	20

2.2.3 Semiotika Roland Barthes.....	21
2.3 Kerangka Pikir	25
2.4 Keaslian Penelitian.....	26
BAB III	29
3.1 Hasil Penelitian.....	29
3.2 Pembahasan	35
3.2.1 Sinopsis Iklan.....	35
3.2.2 Hasil Temuan	36
BAB IV	56
4.1 Kesimpulan	56
4.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	
RIWAYAT HIDUP.....	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 – Model Semiotika Roland Barthes.....	23
Tabel 3.1 – Hasil Temuan 1.....	36
Tabel 3.2 – Hasil Temuan 2.....	39
Tabel 3.3 – Hasil Temuan 3.....	41
Tabel 3.4 – Hasil Temuan 4.....	42
Tabel 3.5 – Hasil Temuan 5.....	44
Tabel 3.6 – Hasil Temuan 6.....	46
Tabel 3.7 – Hasil Temuan 7.....	48
Tabel 3.8 – Hasil Temuan 8.....	49
Tabel 3.9 – Hasil Temuan 9.....	51
Tabel 3.10 – Hasil Temuan 10.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 – Kerangka Pikir Penelitian.....	25
Gambar 3.1 – Hasil Penelitian.....	30
Gambar 3.2 – Hasil Penelitian.....	30
Gambar 3.3 – Hasil Penelitian.....	31
Gambar 3.4 – Hasil Penelitian.....	31
Gambar 3.5 – Hasil Penelitian.....	32
Gambar 3.6 – Hasil Penelitian.....	32
Gambar 3.7 – Hasil Penelitian.....	33
Gambar 3.8 – Hasil Penelitian.....	33
Gambar 3.9 – Hasil Penelitian.....	34
Gambar 3.10 – Hasil Penelitian.....	34



ABSTRAK

Tayangan iklan berusaha untuk menarik minat penonton dengan gaya bahasa persuasif dan mencoba untuk menyampaikan pesan yang disembunyikan melalui tanda semiotika. Maka dari itu, dibutuhkan identifikasi untuk memahami makna yang ada pada iklan. Jadam Chicken menonjolkan rasa pedas yang ekstrem dalam iklan produk “*What the Hot Chicken.*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan makna pada iklan Jadam Chicken dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes meliputi makna denotasi, konotasi, dan mitos. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, data penelitian dikumpulkan dengan metode dokumentasi tangkapan layar pada iklan Jadam Chicken. Data yang didapatkan pada penelitian ini berjumlah 10 *scene* dari tayangan iklan Jadam Chicken. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna denotasi pada iklan ini menggambarkan komponen visual dan audio yang menjelaskan sensasi pedas produk. Makna konotasi pada iklan menggambarkan kesan tantangan, kelemahan sekaligus kekuatan dari individu yang mampu mengonsumsi ayam pedas Jadam Chicken. Mitos yang muncul pada iklan ini adalah representasi budaya Korea yang dikenal dengan makanan pedas dan menjadi simbol kebanggaan serta kekuatan bagi pecinta pedas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komponen semiotika dimanfaatkan dengan baik ke dalam iklan yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen dan membangun citra produk.

Kata Kunci: semiotika, semiotika iklan, Roland Barthes, makanan pedas.



ABSTRACT

Advertisements strive to capture the audience's interest through persuasive language and attempt to convey hidden messages using semiotic signs. Therefore, identification is required to understand the meaning contained within the advertisement. Jadam Chicken emphasizes an extreme level of spiciness in its “What the Hot Chicken” product advertisement. This study aims to identify and explain the meanings in Jadam Chicken’s advertisement using Roland Barthes' semiotics theory, which includes denotative, connotative, and myth meanings. The research employs a descriptive qualitative method, with data collected through documentation of screenshots from the Jadam Chicken advertisement. The research data consist of 10 scenes from the Jadam Chicken advertisement. The findings indicate that the denotative meaning in this advertisement depicts visual and audio components that highlight the spicy sensation of the product. The connotative meaning conveys a sense of challenge, vulnerability, and also strength in individuals capable of consuming Jadam Chicken’s spicy chicken. The myth portrayed in this advertisement represents Korean culture, known for its spicy cuisine and serves as a symbol of pride and strength for spice enthusiasts. This study concludes that semiotic components are effectively utilized in the advertisement to attract consumer attention and build the product's brand identity.

Keywords: semiotics, advertisement, Roland Barthes, spicy food.



초록

광고 영상은 설득력 있는 언어 스타일로 소비자의 관심을 끌고, 기호학적 표식을 통해 숨겨진 메시지를 전달하려고 한다. 따라서 광고에 담긴 의미를 이해하기 위해서는 적절한 분석이 필요하다. 자담 치킨은 “What the Hot Chicken” 제품 광고에서 극단적인 매운맛을 강조한다. 본 연구는 Roland Barthes의 기호학 이론을 활용하여 자담 치킨 광고의 의미를 분석하고, 이를 통해 기호학적 분석의 결과로 표상적 의미(denotation), 함축적 의미(connotation), 그리고 신화(myth)를 도출하는 것을 목표로 한다. 연구 방법은 질적 서술 방법을 사용하였으며, 자담 치킨 광고의 장면을 화면 캡처한 후 문서화하여 자료를 수집하였다. 본 연구에서 수집된 자료는 자담 치킨 광고 영상에서 발췌한 10개의 장면으로 구성되어 있다. 연구 결과, 광고의 표상적 의미는 제품의 매운맛을 시각적·청각적 요소를 통해 표현한다. 함축적 의미는 매운 치킨을 먹을 수 있는 개인의 도전 정신, 약점, 그리고 강인함을 동시에 상징한다. 신화적 의미는 한국의 매운 음식 문화가 광고 속에서 강한 자부심과 도전의 상징으로 표현된다는 점을 보여준다. 본 연구는 기호학적 요소가 소비자의 관심을 유도하고 제품의 이미지를 구축하기 위해 광고에 효과적으로 활용되었음을 확인하였다.

키워드: 기호학, 광고, 롤랑 바르트, 매운 음식

