



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN SOJU  
MERK CHUM CHURUM HAN SO HEE DAN KOO KYO HWAN  
TAHUN 2023 & 2024**

**SKRIPSI**

**AWALIA RAMADANI  
212007516004**

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA  
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA  
UNIVERSITAS NASIONAL  
2025**



**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN SOJU  
MERK CHUM CHURUM HAN SO HEE DAN KOO KYO HWAN  
TAHUN 2023 & 2024**

***ROLAND BARTHES' SEMIOTIC ANALYSIS OF THE KOREAN SOJU  
ADVERTISEMENT, CHUM CHURUM STARRING HAN SO HEE  
AND KOO KYO HWAN IN 2023 & 2024***

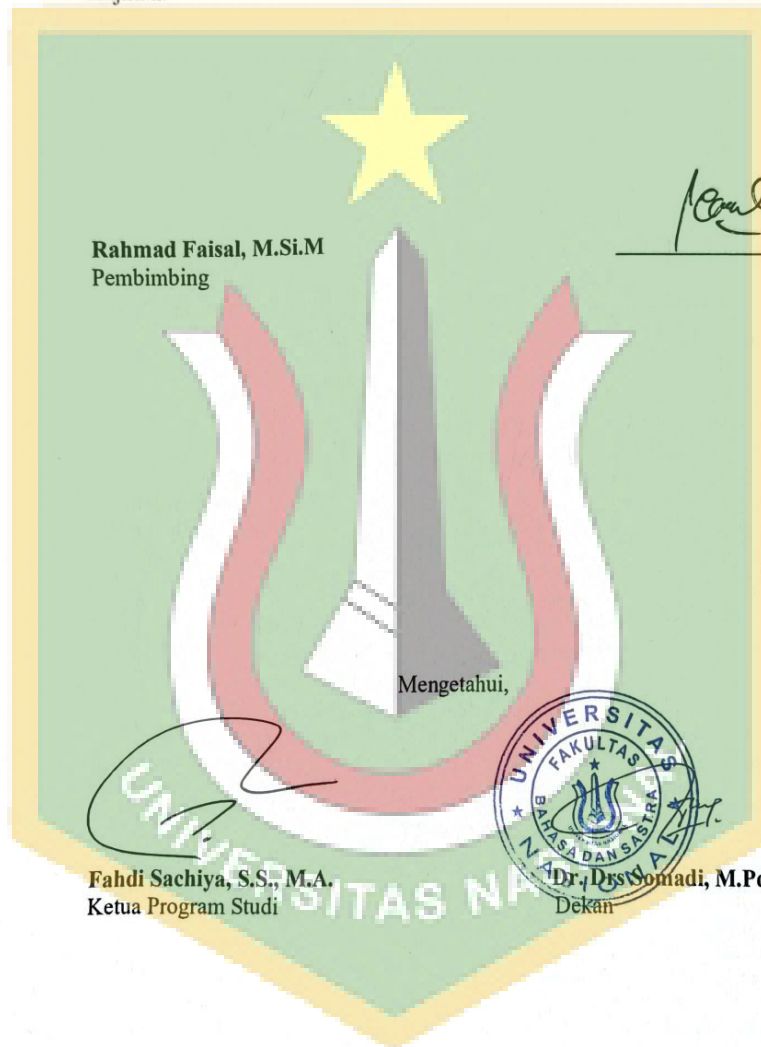
**SKRIPSI**

**AWALIA RAMADANI  
212007516004**

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

## PERSETUJUAN

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



## PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 17 Februari 2025



**Bunga Astya Safitri, M.Hum**  
Ketua/Penguji

**Fahdi Sachiya, S.S., M.A**  
Sekretaris/Penguji

**Rahmad Faisal, M.Si.M**  
Pembimbing/Penguji

Disahkan pada tanggal \_\_\_\_\_

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

**Dr. Drs. Somadi, M.Pd.**  
Dekan

UNIVERSITAS NEGERI STOMA  
FAKULTAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Awalia Ramadani  
 Nomor Induk Mahasiswa : 212007516004  
 Program Studi : Bahasa Korea  
 Tempat & Tgl. Lahir : Jakarta, 26 Oktober 2003  
 Alamat : Jl. Kh Muhasim VI No. 03  
 Kota Jakarta Selatan 12430

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN SOJU MERK  
 CHUM CHURUM HAN SO HEE DAN KOO KYO HWAN PADA TAHUN 2023  
 DAN 2024**

adalah asli (bukan plagiasi) dan belum pernah digarap 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, 31 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Awalia Ramadani

212007516004

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat agar bisa mendapatkan gelar Sarjana Linguistik di Universitas Nasional.

Penulis menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan soju merk Chum Churum Han So Hee dan Koo Kyo Hwan tahun 2023 & 2024” ini melalui berbagai proses yang penulis lalui.

Terselesaikannya Skripsi ini tentu berkat dukungan dan doa dari banyak pihak yang membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya 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. 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 , Rahmad Faisal, S.E., M.Si.M, Teguh Pratama Aditya, S.Si., M.A., Heri Suheri S.S., M.M, Dr. Tadjuddin Nur, SS,MM, Jung Shua, M.A., Ko Yoo Kyeong, M.A., Yayah Ceriah, S.E., M.A. Dr. Rurani Adinda , M.E.d ., Fitri Meutia, S.S., M.A, Ph.D . Siti Nurseha., M.A., Bunga Astya Syafitri., M.Hum.
5. Kedua orang tua penulis Kartika Sari dan Achmad Junaedi S.T yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis.

6. Hari Setiawan S.Tr.Par. selaku sahabat sejati penulis yang telah rela untuk menyempatkan waktunya memberikan semangat kepada penulis selama proses pembuatan Proposal skripsi ini.
7. Rofiah Fauziah dan Debi Kurnia selaku saudara penulis yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis agar terus mengerjakan proposal skripsi ini.
8. Kirana Fauzia, Maerella Ighraysia, Tania Anindia, Rana Kanya, Gisella Anastasia dan Sherly Nabila Putri selaku teman seperjuangan penulis ketika menulis penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih karena sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Penulisan Skripsi ini tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan di masa yang akan mendatang.



Jakarta, 31 Januari 2025

Awalia Ramadani



## DAFTAR ISI

|                                             |                              |
|---------------------------------------------|------------------------------|
| PERSETUJUAN .....                           | Error! Bookmark not defined. |
| PENGESAHAN .....                            | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....           | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR.....                         | i                            |
| DAFTAR ISI.....                             | iii                          |
| DAFTAR GAMBAR .....                         | v                            |
| ABSTRAK.....                                | vi                           |
| Abstract .....                              | vii                          |
| 초록.....                                     | viii                         |
| BAB I PENDAHULUAN.....                      | 1                            |
| 1.1 Latar Belakang.....                     | 1                            |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                   | 4                            |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                  | 4                            |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                 | 5                            |
| 1.5 Metode dan Sumber Data Penelitian ..... | 6                            |
| 1.6 Sistematika Penyajian.....              | 6                            |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                  | 8                            |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....               | 8                            |
| 2.2 Landasan Teori .....                    | 11                           |
| 2.2.1 Iklan .....                           | 11                           |
| 2.2.2 Semiotika .....                       | 11                           |
| 2.2.3 Semiotika Ferdinand De Saussure ..... | 12                           |
| 2.2.4 Semiotika Roland Barthes.....         | 13                           |
| 2.3 Keaslian Penelitian .....               | 15                           |
| 2.4 Kerangka Berpikir .....                 | 17                           |



|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                                                                        | 19 |
| 3.1 Hasil Penelitian.....                                                                                                | 19 |
| 3.2 Pembahasan .....                                                                                                     | 20 |
| 3.2.1 Analisis pada cuplikan atau scene iklan soju Chum Churum yang<br>dibintangioleh Han So Hee tahun 2023 .....        | 20 |
| 3.2.2 Analisis pada cuplikan atau scene iklan soju Chum Churum yang dibintangi<br>oleh Koo Kyo Hwan pada tahun 2024..... | 32 |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                        | 49 |
| 4.1 Kesimpulan .....                                                                                                     | 49 |
| 4.1 Saran .....                                                                                                          | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                     | 51 |
| HASIL TURNITIN.....                                                                                                      | 53 |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS .....                                                                                              | 54 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3 1 Scene 00.06 Han So Hee X ChumChurum soju (2023) .....   | 20 |
| Gambar 3 2 Scene 00.08 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 21 |
| Gambar 3 3 Scene 00.10 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 23 |
| Gambar 3 4 Scene 00.13 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 24 |
| Gambar 3 5 Scene 00.15 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 25 |
| Gambar 3 6 Scene 00.17 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 26 |
| Gambar 3 7 Scene 00.18 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 27 |
| Gambar 3 8 Scene 00.20 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 28 |
| Gambar 3 9 Scene 00.24 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....   | 29 |
| Gambar 3 10 Scene 00.25 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....  | 30 |
| Gambar 3 11 Scene 00.30 Han So Hee X Soju Chumchurum (2023) .....  | 31 |
| Gambar 3 12 Scene 00.02 Koo Kyo Hwan X Chumchurum (2024).....      | 32 |
| Gambar 3 13 Scene 00.08 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 34 |
| Gambar 3 14 Scene 00.11 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 35 |
| Gambar 3 15 Scene 00.15 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 36 |
| Gambar 3 16 Scene 00.17 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 37 |
| Gambar 3 17 Scene 00.21 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 38 |
| Gambar 3 18 Scene 00.38 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 40 |
| Gambar 3 19 Scene 00.41 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 41 |
| Gambar 3 20 Scene 00.44 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 43 |
| Gambar 3 21 Scene 00.47 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 44 |
| Gambar 3 22 Scene 00.53 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 45 |
| Gambar 3 23 Scene 01.01 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 46 |
| Gambar 3 24 Scene 01.06 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 47 |
| Gambar 3 25 Scene 01.08 Koo Kyo Hwan X Soju Chmchurum (2024) ..... | 47 |

## ABSTRAK

Iklan adalah salah satu media yang dapat membantu masyarakat untuk dapat memahami suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan ataupun produsen. Banyak iklan yang sudah ditayangkan baik di televisi maupun di media tulis dan lainnya. Akan tetapi, iklan memiliki keunikannya sendiri sesuai dengan perusahaan yang menayangkannya. Salah satunya, iklan produk minuman paling terkemuka di Korea Selatan yaitu soju. Soju merupakan minuman beralkohol yang menjadi ikon budaya di Korea Selatan. Salah satu brand soju yang paling terkenal di Korea Selatan adalah Chum Churum. Produk minuman yang diproduksi oleh perusahaan Lotte Chilsung Beverage ini menjadi salah satu produknya yang paling terkemuka. Dengan penjualan yang tinggi di masanya saat ini bukan karena sekedar rasa dari minuman tersebut akan tetapi iklan yang membantu kenaikan penjualan minuman tersebut. Iklan yang ditayangkan oleh perusahaan ini turut menggaet publik figur yang lumayan tersohor saat ini yaitu Kim Jennie yang dikenal oleh banyak penggemarnya di berbagai belahan dunia. Penelitian ini menganalisis iklan soju brand Chum Churum yang dibintangi oleh Kim Jennie menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Fokus utama penelitian ini adalah pada Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang terkandung dalam iklan. Melalui analisis ini, diharapkan dapat mengungkapkan bagaimana simbol-simbol visual dan naratif dalam iklan dapat menciptakan makna yang mendalam, serta bagaimana iklan tersebut mempresentasikan budaya dan identitas Korea dalam budaya meminum soju di Korea. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan analisis terhadap elemen-elemen visual dan teks dalam iklan untuk memahami pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

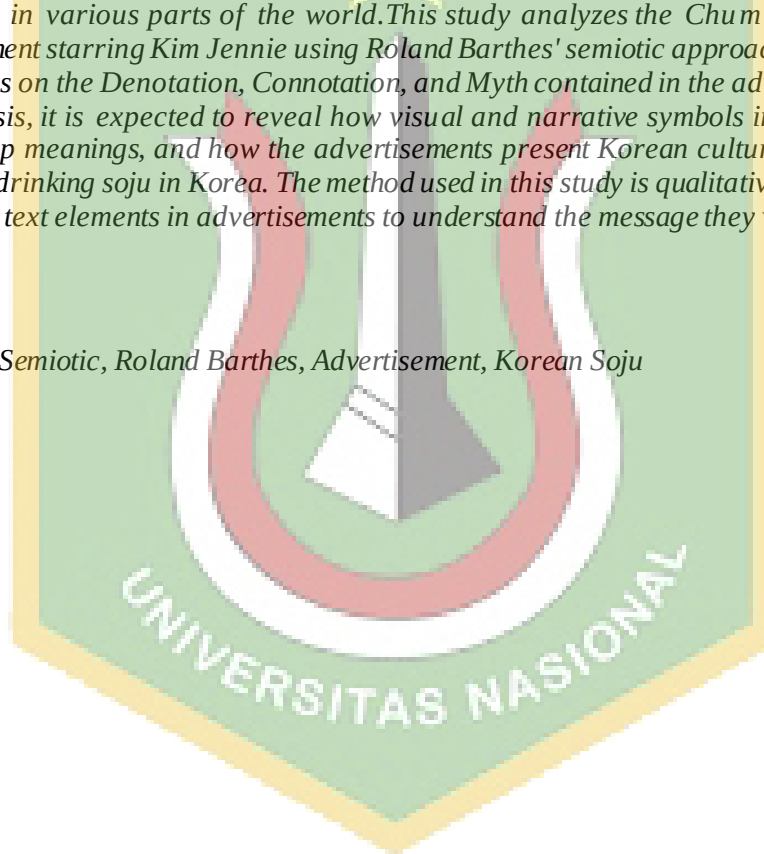
**Kata Kunci:** Semiotika, Roland Barthes, Iklan, Soju Korea



## Abstract

Advertisement is one of the media that can help people to understand a product or service offered by a company or producer. Many advertisements have been broadcast on television and in written media and others. However, advertisements have their own uniqueness according to the company that broadcasts them. One of them is the advertisement for the most prominent beverage product in South Korea, namely soju. Soju is an alcoholic beverage that is a cultural icon in South Korea. One of the most famous soju brands in South Korea is Chum Churum. This beverage product produced by the Lotte Chilsung Beverage company is one of its most prominent products. According to With high sales at that time, it was not just because of the taste of the drink but also the advertisements that helped increase sales of the drink. The advertisements broadcast by this company also attracted a fairly famous public figure today, namely Kim Jennie, who is known by many fans in various parts of the world. This study analyzes the Chum Churum brand soju advertisement starring Kim Jennie using Roland Barthes' semiotic approach. The main focus of this study is on the Denotation, Connotation, and Myth contained in the advertisement. Through this analysis, it is expected to reveal how visual and narrative symbols in advertisements can create deep meanings, and how the advertisements present Korean culture and identity in the culture of drinking soju in Korea. The method used in this study is qualitative, with an analysis of visual and text elements in advertisements to understand the message they want to convey to the audience.

**Keyword:** Semiotic, Roland Barthes, Advertisement, Korean Soju



## 초록

광고는 기업이나 생산자가 제공하는 제품 및 서비스를 대중이 이해할 수 있도록 돕는 주요 매체 중 하나이다. 현대 사회에서 광고는 텔레비전, 인쇄 매체, 디지털 플랫폼 등 다양한 형태로 제작·방영되며, 각 기업은 고유한 브랜드 정체성을 반영하여 차별화된 광고 전략을 펼친다. 그중에서도 대한민국의 대표적인 주류 광고, 특히 소주 광고는 독특한 문화적 요소를 담고 있다. 소주는 대한민국을 대표하는 전통적인 알코올 음료로, 한국 사회에서 중요한 문화적 아이콘 중 하나이다. 그중 롯데칠성음료(Lotte Chilsung Beverage)에서 생산하는 '처음처럼(Chum Churum)'은 대한민국에서 가장 유명한 소주 브랜드 중 하나로, 지속적인 광고 캠페인을 통해 높은 판매량을 기록하고 있다. 이 브랜드의 광고는 단순히 제품의 맛만이 아니라, 광고 전략을 통해 브랜드 인지도를 높이고 소비자의 구매를 유도하는 데 중요한 역할을 한다. 본 연구는 배우 한소희와 구교환이 출연한 '처음처럼' 광고를 분석하며, 롤랑 바르트의 기호학을 적용하여 광고에 내포된 기호적 의미(denotasi), 함축적 의미(konotasi), 그리고 신화(mitos)를 분석하는 것을 목적으로 한다. 이를 통해 광고 속 시각적 및 서사적 상징(symbols)이 어떻게 활용되어 소주 문화 및 한국의 정체성을 형성하는지를 탐색하고자 한다. 연구 방법으로는 질적 연구를 적용하였으며, 광고의 시각적 요소와 텍스트를 분석하여 광고가 전달하는 메시지를 심층적으로 해석하였다.

**주요어:** 기호학, 롤랑 바르트, 광고, 한국 소주

