



UNIVERSITAS NASIONAL

SEMIOTIK IKLAN TV BIR CASS TAHUN 2022-2024

SKRIPSI

KATON WASKITA

202007416061

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

JAKARTA

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

SEMIOTIC OF CASS BEER TV ADVERTISEMENT 2022-2024

THESIS/FINAL PROJECT

KATON WASKITA

202007416061

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

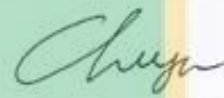
JAKARTA

2025

PERSETUJUAN

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

Yayah Cheryah, M.A
Pembimbing




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

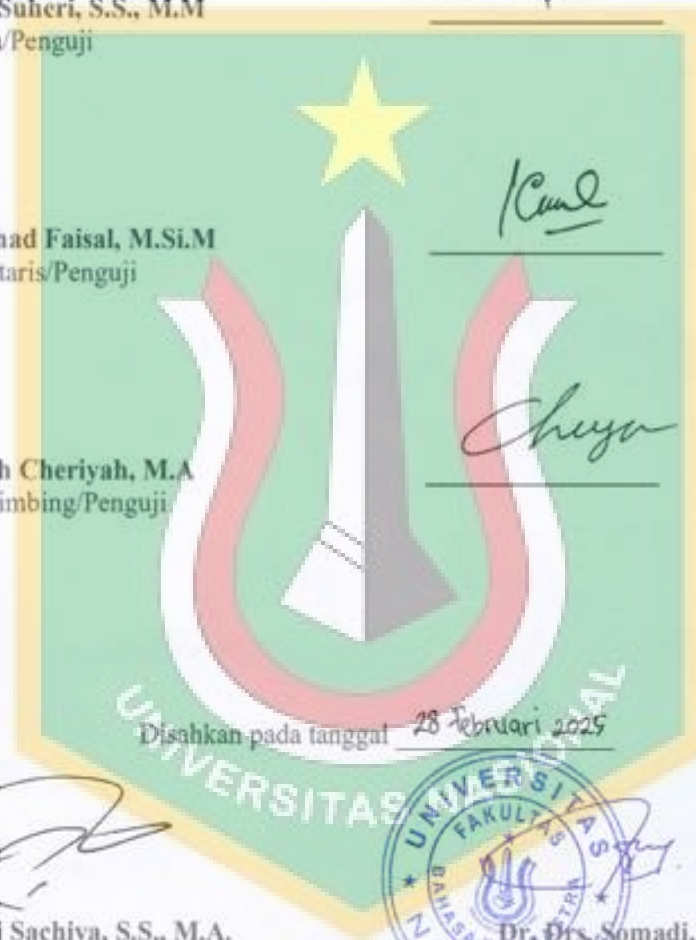
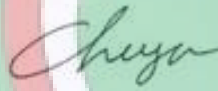
Heri Suheri, S.S., M.M
Ketua/Penguji



Rahmad Faisal, M.Si.M
Sekretaris/Penguji



Yayah Cheryah, M.A
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 : Katon Waskita

Nomor Induk Mahasiswa : 202007416061

Program Studi : Bahasa Korea

Tempat & Tgl. Lahir : Jakarta, 31 Oktober 2000

Alamat : Jl. Raya PKP Gg. Persatuan No. 22 Kelapa Dua

Wetan Ciracas Jakarta Timur 13730

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

SEMIOTIK IKLAN TV BIR CASS

adalah asli (bukan plagiat) 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, 10 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Katon Waskita

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	2
PENGESAHAN	3
PERNYATAAN	4
DAFTAR ISI.....	5
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
초록.....	8
KATA PENGANTAR	9
I. PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat	16
1.5 Metode Penelitian	16
1.6 Data dan Teknik Pengambilan Data.....	17
1.7 Sistematika Penulisan	18
II. KAJIAN PUSTAKA	20
2.1 Tinjauan Pustaka	20
2.2 Landasan Teori	23
2.3 Kerangka Pikir.....	26
2.4 Keaslian Penelitian	28
III. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
3.1 HASIL	30
3.2 PEMBAHASAN	32
3.2.1 PRODUK BIR CASS	32
3.2.2 PEMBAHASAN IKLAN.....	32
IV. SIMPULAN DAN SARAN	56
4.1 KESIMPULAN.....	56
4.2 SARAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60
RIWAYAT HIDUP	

ABSTRAK

Cass merupakan salah satu merek bir populer di korsel, yang dikonsumsi hampir 80% warga Korea. Setiap tahunnya Cass mengeluarkan dua iklan TV dengan tema yang beragam. Penelitian ini ingin menganalisis makna dari iklan televisi bir Cass. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik simak catat dan teori semiotik Roland Barthes, penelitian ini mengkaji makna dari elemen visual dan bahasa yang digunakan dalam iklan bir Cass. Berdasarkan tiga iklan yang dibahas ditemukan hasil bahwa makna denotasi dalam ketiga iklan tersebut menggambarkan kebiasaan sosial masyarakat Korea Selatan yang suka berkumpul baik dengan keluarga ataupun teman sejawat. Sedangkan makna konotasinya adalah simbolisasi dari kehangatan dan kebersamaan.

Kata Kunci: Semiotika, Roland Barthes, iklan TV bir Cass.



ABSTRACT

Cass is one of the most popular beer brands in the carousel, consumed by nearly 80% of Koreans. Every year Cass releases two TV commercials with various themes. This study aims to analyze the meaning of Cass beer television commercials. Using descriptive qualitative method with note taking technique and Roland Barthes semiotic theory, this research examines the meaning of visual elements and language used in Cass beer advertisements. Based on the three advertisements discussed, it is found that the denotation meaning in the three advertisements illustrates the social habits of South Korean people who like to gather either with family or friends. While the connotation meaning is a symbolization of warmth and togetherness.

Keywords: Semiotics, Roland Barthes, Cass beer TV commercials.



초록

카스는 한국인의 약 80%가 마시는 가장 인기 있는 맥주 브랜드 중 하나이다. 카스는 매년 다양한 주제의 TV 광고를 두 편씩 공개하고 있다. 본 연구는 카스 맥주 TV 광고의 의미를 분석하는 것을 목표로 한다. 본 연구는 서술적 질적 방법으로, 노트 필기 기법, 롤랑 바르트의 기호학 이론을 활용하여 카스 맥주 광고에 사용된 시각적 요소와 언어의 의미를 분석하였다. 연구 결과, 세 광고에 나타난 기표적(denotative) 의미는 가족이나 친구들과 함께 모이기를 좋아하는 한국의 문화 즉, 사회적 습관을 잘 반영하고 있는 것으로 나타났다. 반면에, 기의적(connotative) 의미는 따뜻함과 유대감을 상징한다.

키워드: 기호학, 롤랑 바르트, 카스 맥주 TV 광고.



KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam. Tak lupa sholawat serta salam semoga tercurah kepada baginda Nabi Muhammad S.A.W, semoga syafaatnya dapat membersamai kita di yaumil akhir kelak. Atas berkat rahmat Allah yang maha kuasa sehingga skripsi “Semiotik Iklan Media TV Bir Cass Tahun 2022-2024” 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 nasihat 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. Yayah Cheriya, S.E., M.A 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, S.S., M.A., dan Dr. Rurani Adinda, M.Ed., Bunga Astya Safitri, S.Hum., M.Hum., Redita Devi, S.Hum., M.A., Siti Nurseha, M.Ba., M.A., yang telah memberikan pelajaran dan banyak pengetahuan selama perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu penulis, saudara-saudara penulis, dan teman-teman penulis yang memberikan motivasi dan masukan-masukan selama proses penulisan skripsi ini berlangsung.