



UNIVERSITAS NASIONAL

**MAKNA DENOTASI, KONOTASI, DAN MITOS IKLAN LE MINERALE
VERSI “ASLI MILIK INDONESIA UNTUK KEBAIKAN INDONESIA” DI
YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan
gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

**MUHAMMAD ILYAS WIBISONO KAWULONING GUSTI
213516516515**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2025**



NATIONAL UNIVERSITY

**MEANING OF DENOTATION, CONNOTATION, AND MYTH OF LE
MINERALE ADVERTISEMENT “ORIGINALLY OWNED BY
INDONESIA FOR THE GOOD OF INDONESIA” ON YOUTUBE**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's
degree in Communication Science (S.Ikom)

MUHAMMAD ILYAS WIBISONO KAWULONING GUSTI

213516516515

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM FACULTY OF
SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516515
Judul Skripsi : MAKNA DENOTASI, KONOTASI, DAN MITOS IKLAN LE MINERALE VERSI "ASLI MILIK INDONESIA UNTUK KEBAIKAN INDONESIA" DI YOUTUBE

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau Perguruan Tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

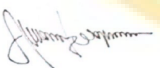
PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
NPM	: 213516516515
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Periklanan
Judul Skripsi	: <i>Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos Iklan Le Minerale "Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia" Di Youtube</i>
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 14 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Umar Fauzi Bahanan, S.Sos, M.Si. Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
NPM : 213516516515
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos Iklan Le Minerale Versi "Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indoensia" di Youtube
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 24 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Umar Fauzi Bahanan, S.Sos., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
NPM : 213516516515
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos dalam iklan Le Minerale versi "Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia" di Youtube

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 25 Februari 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	: Swastiningsih S.E., M.Si.	
Pembimbing	: Umar Fauzi Bahanan S.Sos., M.Si	
Penguji I	: Drs. Adi Prakosa M.Si	
Penguji II	: Umar Fauzi Bahanan S.Sos., M.Si	

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 24 Maret 2025

HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516515
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi (Periklanan)
Judul Skripsi : Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos Iklan Le Minerale
Versi " Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia" Di Youtube

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 26 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta 21, Maret 2025

Ketua Sidang : Swastiningsih, S.E., M.Si

Penguji I : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji II : Umar Fauzi Bahanan S.Sos., M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, Karena berkat Rahmat dan hidayahnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk mencapai gelar Ilmu Komunikasi (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan serta doa dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawiy Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, dan Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Umar Fauzi Bahanan S.Sos. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, atas bimbingan, ilmu, motivasi, serta masukan yang sangat berharga sejak awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh staf dan dosen Universitas Nasional, khususnya Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat berharga.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Albert Effendi dan Ibu Dwi Hartanti, Atas kasih sayang, dukungan, doa, serta segala bentuk pengorbanan yang telah menjadi sumber semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini dapat membawa kebanggaan dan kebahagiaan bagi kalian.
7. Saudara kandung tersayang, Fahryan Chandra Andhika dan Faisal Ilham Ramadhan, Atas semangat, dukungan, dan kebersamaan yang terjalin sejak kecil hingga dewasa, baik dalam kebahagiaan maupun kesulitan.

8. Ina Dahliana, Sebagai sumber inspirasi, pendengar setia, serta pendukung dalam berbagai hal. Terima kasih telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan di Universitas Nasional, yaitu Umba Aryadillah, Fadhlikal Gibran, Rayhan Setyadi, Galuh, Farrel Adhitya Hetharia, dan Ferry, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan, dukungan, dan kebersamaan yang tak ternilai harganya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang berkontribusi. Peneliti memiliki harapan besar agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang Ilmu Jurnalistik.



Jakarta, 14 Februari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti'.

Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti

ABSTRAK

Nama : Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Makna Denotasi, Konotasi, Dan Mitos Iklan Le Minerale
Versi “Asli Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia” Di
Youtube
Pembimbing : Umar Fauzi Bahanan, S.Sos, M.Si.

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara berkomunikasi, berinteraksi, dan mengakses informasi. Media sosial kini menjadi platform utama bagi perusahaan untuk mempromosikan produk dan layanan. Di Indonesia, dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial, platform seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Youtube menjadi sarana efektif untuk mencapai konsumen potensial. Iklan di media sosial memegang peranan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap merek, dengan elemen-elemen visual seperti gambar, warna, teks, dan simbol yang berfungsi untuk menyampaikan pesan serta menciptakan asosiasi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam iklan Le Minerale versi "Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia" di YouTube. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika menurut Roland Barthes, dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna konotatif dalam iklan ini menggambarkan kecantikan sejati, yang tidak hanya terlihat pada penampilan fisik, tetapi juga dalam semangat kebersamaan dan perjuangan. Atlet yang beraksi bersama anak-anak, serta narasi yang menyebutkan "teruslah berjuang demi tanah air tercinta," menggambarkan bahwa kecantikan Indonesia adalah semangat kolektif yang bersatu untuk mencapai prestasi. Selain itu, kecantikan juga diartikan sebagai kekuatan untuk saling mendukung, dengan Le Minerale sebagai simbol dari dukungan yang berkelanjutan untuk kebaikan bangsa, yang jauh lebih dalam daripada sekadar penampilan fisik.

Kata Kunci : Semiotika Roland Barthes, Makna Visual, Iklan, Le Minerale, Youtube

ABSTRACT

Nama : Muhammad Ilyas Wibisono Kawuloning Gusti
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Makna Denotasi, Konotasi, Dan Mitos Iklan Le Minerale
Versi “Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia” Di
Youtube
Pembimbing : Umar Fauzi Bahanan, S.Sos, M.Si.

The development of digital technology and social media has changed the way we communicate, interact, and access information. Social media is now a primary platform for companies to promote products and services. In Indonesia, with the increasing internet penetration and social media usage, platforms like WhatsApp, Instagram, Facebook, and YouTube have become effective tools to reach potential consumers. Social media ads play an important role in shaping consumer perceptions of brands, using visual elements like images, colors, text, and symbols to deliver messages and create associations. This research aims to analyze the denotative, connotative, and mythical meanings in the Le Minerale ad "Asli Milik Indonesia Untuk Kebaikan Indonesia" on YouTube. The theory used is Roland Barthes' semiotics, with data collected through documentation and literature. The study shows that the connotative meaning in this ad reflects true beauty, not only in physical appearance but also in the spirit of togetherness and struggle. The athletes, along with children, and the narrative "keep fighting for the beloved homeland," depict that Indonesia's beauty is a collective spirit uniting to achieve achievements. Moreover, beauty is also interpreted as the strength to support each other, with Le Minerale symbolizing continuous support for the nation's good, which goes deeper than just physical appearance.

Keywords : Roland Barthes' Semiotics, Visual Meaning, Advertisement, Le Minerale, Youtube

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	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	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Teori Semiotika	19
2.2.2 Teori Semiotika Roland Barthes.....	24
2.3 Landasan Konsep	28
2.3.1 Media Sosial	28
i. OTT (<i>Over The Top</i>)	36
ii. VOD (<i>Video On Demand</i>).....	37
iii. Platform	37
iv. Youtube.....	38
v. Interpretasi	40

vi. Nasionalisme.....	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.1.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Jenis Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5 Metode Analisis Data.....	48
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	49
DAFTAR PUSTAKA	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1.....	61
Tabel 4.2.....	61
Tabel 4.3.....	62
Tabel 4.4.....	63
Tabel 4.5.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	29
Gambar 2.2 <i>Two Order of Signification</i>	30
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Logo Produk <i>Le Minerale</i>	53
Gambar 4.2 Logo Perusahaan PT Tirta Fresindo Jaya.....	54
Gambar: 4.3 peta tanda Roland Barthes	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PENUGASAN BIMBINGAN SKRIPSI	88
LAMPIRAN 2 LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN.....	89
LAMPIRAN 3 LEMBAR KETERANGAN PENDAMPING IJAZAH	90
LAMPIRAN 4 HASIL TURNITIN.....	91
LAMPIRAN 5 RIWAYAT HIDUP	92

