



**REPRESENTASI MAKNA RAMADHAN PADA VIDEO REELS RAMADAN INSTYLE**

**(Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Pada Iklan Ads Hotel Mecure sabang di Jakarta)**

**Disusun oleh:**

Daffa Ahnaf Fakleyvie

193516516499

**KONSENTRASI PERIKLANAN  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**



**ADVERTISEMENT REPRESENTATION RAMADHAN ON VIDEO REELS RAMADAN  
INSTYLE**

**(Semiotic Analysis Ferdinand de Saussure On Ads Hotel Mercure sabang on jakarta )**

**Arranged by:**

Daffa Ahnaf Fakleyvie

193516516499

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

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Daffa ahnaf Fakhleyvie  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516499  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Periklanan*)  
Judul Skripsi : Representasi Makna Ramadhan Pada Video Reels Ramadan  
Instyle ( Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Iklan  
Ads Hotel Mercure Jakarta Sabang )  
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan  
Jakarta, Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Swasthiningsih, SE., M.Si

Dekan

Dr. Ema Ermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Daffa Ahnaf Fakhleyvie  
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516499  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Periklanan*)  
Judul Skripsi : Representasi Makna Ramadhan Pada Video Reels Ramadan  
Instyle ( Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Iklan  
Ads Hotel Mercure Jakarta Sabang)

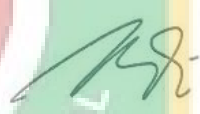
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan  
Jakarta, Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Kaprodi Ilmu Komunikasi

  
Swastiningsih, SE., M.Si

  
Drs. Adi Prakosa, M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Daffa Ahnaf Fakhleyvie  
NIM : 193516516499  
Judul Skripsi : Representasi Makna Ramadhan Pada Video Reels  
Ramadan Instyle (Analisis Semiotika Ferdinand De  
Saussure Pada Iklan Ads Hotel Mecure Sabang Di  
Jakarta)

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, 27, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Daffa ahnaf fakhleyvie



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Daffa Ahnaf Fakhleyvie  
NPM : 193516516499  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Prodi / Konsentrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : REPRESENTASI MAKNA RAMADHAN PADA VIDEO REELS \\  
RAMADAN INSTYLE (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure  
Pada Iklan Ads Hotel Mecure sabang di Jakarta)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 11 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 23 Agustus 2023

Ketua Sidang : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos, M.Si

Penguji I : Prof. Dr. Lely Arriante, M.Si

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si

Keterangan :

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

**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI**

Nama : Daffa Ahnaf Fakhleyvic  
NPM : 193516516499  
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi (periklanan)  
Tanggal Sidang : 11 Agustus 2023

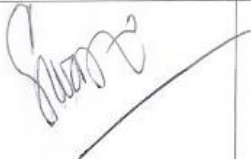


**JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA**

REPRESENTASI MAKNA RAMADHAN PADA VIDEO REELS  
RAMADAN INSTYLE (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Pada Iklan Ads Hotel Mecure sabang di Jakarta)

**JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS**

REPRESENTATION OF THE MEANING OF RAMADHAN IN VIDEO REELS  
RAMADAN INSTYLE (Analysis of Ferdinand de Saussure's Semiotics in Advertisements for the Mecure Sabang Hotel in Jakarta)

**TANDA TANGAN DAN TANGGAL**

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
		



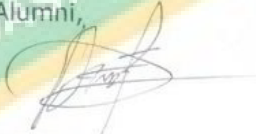
UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

Nama Mahasiswa : Daffa Ahnaf Fakhleyvie  
No. Pokok : 193516516499  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/periklanan  
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta 23 Juni 2001  
Alamat Rumah : flat benhil 1 blok b 1 no 8  
Telepon Rumah : -  
Telepon Kantor : -  
HP : 085951416709  
Alamat Kantor : -  
E-mail : daffabalfas87@gmail.com

Jakarta, 20 Agustus 2023

Alumni,

  
DAFFA AHNAF FAKHLEYVIE



## ABSTRAK

<p><b>Kata Kunci:</b> Representasi, iklan, semiotika, Ferdinand de Saussure, ramadhan instyle.</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi makna ramadhan pada video reels ramada instyle. Di iklan hotel mercure bang jakarta teori yang digunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dengan analisis metode tentang tanda atau sign yang terbagi atas pertanda signifier dan penanda atau signifie yang tanda tersebut dalam tersebut dalam kehidupan sosial dan hukum yang mengaturnya terbagi atas yang pertama tanda terikat dalam hukum dalam masyarakat yang kedua tanda memiliki makna karena ada peran bahasa hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pertanda yang diperlihatkan dengan hukum yang terlihat pada video yaitu visual iklan menggunakan suara gendang yang bernuansa ramadhan sedangkan pada sedangkan pada petanda yang berkaitan dengan peran bahasa dalam itu terlihat bahwa sekaligus digunakan sebagai metode dalam penelitian ini hasilnya tidak menunjukkan adanya bahasa yang ditampilkan simbol simbol tentang suasana berbuka puasa dengan gaya sedangkan pada penanda tanda yang ditampilkan yang terikat dengan hukum pada video iklan tersebut terlihat bagaimana visual suara menampilkan promo bulan ramadhan untuk berbuka puasa di hotel mercure yyang kedua pada penanda berkaitan dengan tanda yang memiliki makna karena ada peran bahasa terlihat pada video iklan reels ramadhan instyle kekasn peristiwa ramadhan bernuansa timur tengah kesimpulan pada penelitian bahwa tanda pada video reels tersebut dilihat dari pertanda dan sudah sesuai dan disarankan hotel mercure jakartas sabang dan melengkapi unsur unsur. Saran peneliti Dari hasil pembahasan dan juga yang memiliki saran di dalam penelitian ini, menurut peneliti ada beberapa hal dalam semiotika yang dijadikan hal dalam saran adalah pertanda penanda ramadhan dalam segi penambahan hidanga khas berbuka puasa seperti buah kurma atau lebih menampilkan dekorasi ramadhan sehingga dapat lebih menampilkan ramadhan.</p>
	Swastiningsih, S.E., M.Si.

## ABSTRAK

<p><b>Kata Kunci:</b></p> <p>Advertising representation, Ferdinand de Saussure's semiotics, Pierre Levy's new media theory.</p>	<p>Advertisements have meanings and messages shown by markers and signs that will be received by the audience. This study discusses the representation of the meaning of ramdhan in the Mercure Jakarta Sabang Hotel ads on the Reels Ramadan Instyle video. The formulation of the problem of this research is how the advertisement of ramdhan instyle reels can represent Hotel Mercure Jakarta Sabang. The purpose of this study was to find out and analyze the representation of the meaning of Ramadan in Mercure Jakarta Sabang hotel advertisements on Ramadan instyle video reels (Ferdinand de Saussure's semiotic analysis). This study uses the semiotic theory of Ferdinand De Saussure and the theory of new media by Pierre Levy. It was found that Reels Ramadan Instyle video advertisement using Ferdinand de Saussure's semiotic theory has managed to describe how signs and markers in each advertisement scene work together to form a deeper meaning about the experience of Ramadan. The use of Ramadan elements, such as Middle Eastern music, chandeliers, and Middle Eastern dishes, was identified as signs that help shape the wider message about the festival of eating together, the atmosphere of breaking the fast, and Middle Eastern culture in the context of Ramadan. The results of the study using Pierre Levy's new media theory found that Ramadan instyle video reels ads show participation, interaction, media convergence, and digital nature as the main pillars. Users not only watch, but also share, like and interact with content. New media combines various media elements for a richer experience. The digital nature enables efficiency in the interaction and distribution of information. All of which reflect a profound change in the way we engage with media and information.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Swastiningsih, S.E., M.Si.</p>

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan syukur ke hadirat Allah yang Maha Esa atas segala rahmat yang diberikan yang diberikan-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penulisan tugas penelitian metode kualitatif Periklanan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir kuliah ini.

Skripsi ini membahas tentang ” **REPRESENTASI MAKNA RAMDHAN IKLAN ADS HOTEL MERCURE JAKARTA SABANG PADA VIDEO REELS RAMADAN INSTYLE**”

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Adi Prakosa, M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.

4. Ibu Swastiningsih, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing tersayang yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.

5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.

6. Tiara Zulfaras Gafar, Prasetyo adjie dan laila maulida selaku informan dalam skripsi ini yang telah bersedia memberikan akses informasi dan membantu memberikan data yang penulis perlukan.

7. Keluarga yang penulis sangat saya cintai, Mama, almarhum ayah, ka syifa dan ka tania dan semua kerabat keluarga yang lain. Terima kasih karena tidak pernah lupa untuk selalu mendoakan penulis dalam setiap proses perkuliahan hingga tahap mendapat gelar sarjana dan memberikan dukungan yang sangat besar serta selalu memberikan cinta dan kasih sayang disetiap perjalanan hidup penulis.

8. Muhammad Sultan ardiansyah selaku teman baik penulis yang selalu menemani dalam pembuatan skripsi.

9. Silvana hendrawan sebagai teman dekat perempuan penulis yang selalu mendukung penulis.

10. Nuraini Rodearni Sinaga sebagai orang yang membantu saya selama proses skripsi.

11 . Serta seluruh pihak serta teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan serta jasa yang sudah diberikan kepada penulis.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh saya. Oleh karena itu, saya mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Akhir kata saya sangat bahagia dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, semoga saya dibukakan pintu maaf apabila dalam penulisan ditemukan salah penulisan atau penyebutan yang salah. Dan semoga dapat menjadi salah satu media utama atau bermanfaat bagi siapapun yang nantinya akan membahas periklanan di sosial media Instagram. Sekian dan saya ucapkan terimakasih.

Jakarta 2023

Daffa ahnaf fakhleyvie

## DAFTAR ISI

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.**Error! Bookmark not defined.

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**Error! Bookmark not defined.  
defined.

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 RUMUSAN MASALAH</b> .....	<b>17</b>
<b>1.3 TUJUAN PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
<b>1.4 MANFAAT PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis</b> .....	<b>18</b>
<b>1.4.2 Manfaat Akademis</b> .....	<b>18</b>
<b>1.4.3 Manfaat Praktis</b> .....	<b>18</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>22</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>22</b>
<b>2.1 Penelitian terdahulu yang relevan</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2 Tinjauan pustaka</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.1 Representasi</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.2 periklanan</b> .....	<b>30</b>
<b>2.2.3 Semiotika</b> .....	<b>46</b>

2.2.4	Analisis semiotika Ferdinand de Saussure .....	48
2.2.5	new media .....	49
2.2.5	Instagram.....	57
2.3	LANDASAN TEORI.....	62
2.3.1	Teori New Media Oleh Pierre Levy.....	62
2.4	Kerangka pemikiran.....	66
<b>BAB III .....</b>		<b>67</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>67</b>
3.1	Jenis dan pendekatan penelitian.....	67
3.2	Metode Penelitian.....	67
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	73
3.7.2	Jadwal Penelitian .....	75
<b>BAB IV.....</b>		<b>77</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>77</b>
4.1	Gambaran umum perusahaan.....	77
4.1.1	Profil Perusahaan.....	77
4.1.2	Visi dan misi Perusahaan .....	78
4.2	Penyajian Data Hasil Penelitian .....	82
4.2.1	analisis semiotika video reels reels Ramadan instyle menggunakan teorisemiotika fedinand de Saussure .....	82
<b>BAB V .....</b>		<b>97</b>
<b>KESIMPULAN .....</b>		<b>97</b>
5.1	kesimpulan .....	97

<b>Teori New media .....</b>	<b>98</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram .....	5
Gambar 1. 2 Profil Instagram Hotel Mercure Jakarta Sabang.....	13
Gambar 1. 3 Iklan Ramadan Instyle .....	14
Gambar 1. 4 Reach dan Insight Akun Instagram Mercure Jakarta Sabang .	15

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan .....	79
Gambar 4. 2 Gambar Storyboard Hotel Mercure Jakarta Sabang .....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4. 3 Gambar Storyboard Hotel Mercure Jakarta Sabang .....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4. 4 Sequence Storyboard Ramadan InstyleError! Bookmark not defined.	
Gambar 4. 5 Storyboard Ramadan Instyle .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 6 Reach Video Ramadan Instyle .....	Error! Bookmark not defined.



## Daftar Tabel

**Tabel 2.1** penelitian terdahulu yang relevan .....

**Tabel 3.3.2. Informasi Penelitian**.....

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**.....

