



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMAKNAAN KEMEWAHAN DALAM
IKLAN**

**(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM
IKLAN SPRITE VERSI “KENYATAAN GAK SEINDAH
SOSMED SELEBRITI – MAKAN MEWAH” DI YOUTUBE)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM (193516516098)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**THE MEANING OF LUXURY IN ADVERTISING
(ROLAND BARTHES SEMIOTICS ANALYSIS IN THE
“REAL VERSION OF SPRITE ADVERTISEMENT NOT AS
BEAUTIFUL AS SOSMED CELEBRITIES – LUXURIOUS
EATING” ON YOUTUBE)**

THESIS

Submitted as one of requirements to obtain a Bachelor's Degree of
Communication Science (S.I. Kom)

Muhammad Nur Huda Al Hasani

NPM (193516516098)

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

2023

PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FOLMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Judul/Skripsi : PEMAKNAAN KEMEWAHAN DALAM IKLAN
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES
DALAM IKLAN SPRITE VERSI KENYATAAN GAK
SEINDAH SOSMED SELEBRITI – MAKAN MEWAH
DI YOUTUBE)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Nasional.

Jakarta, Juli 2023

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 28 Juli 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, M.Si

Ketua Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si. .

PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul/Skripsi : PEMAKNAAN KEMEWAHAN DALAM IKLAN
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES
DALAM IKLAN SPRITE VERSI "KENYATAAN
GAK SEINDAH SOSMED SELEBRITI – MAKAN
MEWAH" DI YOUTUBE)


Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.


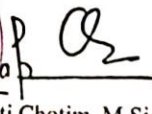
Jakarta, Juli 2023

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing


Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.


Dekan

Dr. Erma Gmawati Chotim, M.Si.

PENGESAHAN DOSEN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PEMAKNAAN KEMEWAHAN DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA
ROLAND BARTHES DALAM IKLAN SPRITE VERSI "KENYATAAN GAK
SEINDAH SOSMED SELEBRITI MAKAN MEWAH" DI YOUTUBE)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

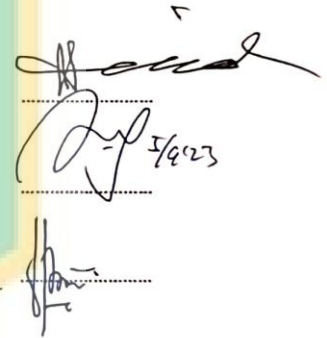
Ketua Sidang Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Pembimbing I Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 September 2023



Handwritten signatures of the examiners and supervisor, including a date stamp '4/9/23'.

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516098
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Prodi / Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : PEMAKNAAN KEMEWAHAN DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM IKLAN SPRITE VERSI "KENYATAAN GAK SEINDAH SOSMED SELEBRITI – MAKAN MEWAH" DI YOUTUBE)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, Agustus 2023

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., 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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhammiad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516098
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi (Periklanan)
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2023




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PEMAKNAAN KEMEWAHAN DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES
DALAM IKLAN SPRITE VERSI "KENYATAAN GAK SEINDAH SOSMED SELEBRITI -
MAKAN MEWAH" DI YOUTUBE)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

THE MEANING OF LUXURY IN ADVERTISING (ROLAND BARTHES SEMIOTICS
ANALYSIS IN THE "REAL VERSION OF SPRITE ADVERTISEMENT NOT AS BEAUTIFUL
AS SOSMED CELEBRITIES - LUXURIOUS EATING" ON YOUTUBE)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 5/9/2023	TGL: 5/9/2023	TGL: 5/9/2023
		

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Nur Huda Al Hasani
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516098
Judul Skripsi : Pemaknaan Kemewahan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Sprite Versi “Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti - Makan Mewah” 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 dipublikasikan sebelumnya atau yang ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

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

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 4 September 2023

Yang membuat pernyataan



Muhammad Nur Huda Al Hasani

BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA

SEMESTER GENAP/GANJIL TAHUN AKADEMIK 20²²...../20²³.....

Nama Mahasiswa : Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516075
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi (Periklanan)
Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 4 Febuari 2001
Alamat Rumah : Perum Griya Telaga Permai Blok F6 No 7 Kel. Cilangkap,
Kec. Tapos, Kota Depok, Jawa Barat
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 082298843150
E-mail : Sani67886@gmail.com

Jakarta, 4 Agustus 2023
Alumni,

Muhammad Nur Huda Al Hasani

ABSTRAK

Nama : Muhammad Nur Huda Al Hasani
NPM : 193516516098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemaknaan Kemewahan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Sprite Versi “Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti - Makan Mewah” Di Youtube)

Kata Kunci: Kemewahan, Semiotika, Hipperealitas	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, mendeskripsikan, serta memberikan analisis makna kemewahan yang terkandung dalam iklan Sprite versi Kemewahan Gak Seindah Sosmed Selebriti - Makan Mewah di Media Sosial <i>Youtube</i> dengan menggunakan teori Hiperrealitas dengan mengaitkan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis Semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian yang didapat mengenai makna kemewahan dalam iklan Sprite yaitu terdapat kemewahan yang dibagi menjadi tiga kategori yaitu kemewahan secara penampilan, gaya hidup, konsumtif tinggi. Realitas yang digambarkan dalam iklan ini menunjukkan adanya hipperealitas dalam iklan ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemewahan yang dipresentasikan dalam iklan Sprite versi kenyataan gak seindah sosmed selebriti - makan mewah di YouTube dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kemewahan melalui penampilan, gaya hidup, dan konsumtif tinggi. Kemewahan tersebut terlihat dari potongan-potongan adegan yang ditampilkan dalam iklan. Makna kemewahan dalam iklan ini digunakan untuk mencapai tujuan iklan tersebut. Iklan Sprite versi kenyataan gak seindah sosmed selebriti bertujuan untuk menyampaikan pesan bahwa realitas yang ditampilkan dalam iklan tidak selalu sama dengan realitas sebenarnya.
Pembimbing	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

Name : Muhammad Nur Huda Al Hasani

NPM 193516516098

Study Program : *Communication Studies*

Title : *The Meaning Of Luxury In Advertising (Roland Barthes Semiotics Analysis In The “Real Version Of Sprite Advertisement Not As Beautiful As Sosmed Celebrities – Luxurious Eating” On Youtube)*

<p>Key Word: <i>Luxury, Semiotics, Hyperreality</i></p>	<p>The purpose of this study is to find out, describe, and provide an analysis of the meaning of luxury contained in the Sprite advertisement for the Luxury version that is not as beautiful as Social Media Celebrities - Fancy Dining on Youtube Social Media by using the theory of hyperreality by linking this research using a qualitative descriptive method with Roland Barthes' Semiotics analysis. The results obtained regarding the meaning of luxury in Sprite advertisements are that there is luxury which is divided into three categories, namely luxury in appearance, lifestyle, high consumption. The reality depicted in this ad shows the presence of hyperreality in this ad. This research concludes that the luxury presented in the real version of Sprite advertisement is not as beautiful as celebrity social media - luxury dining on YouTube can be divided into three categories, namely luxury through appearance, lifestyle, and high consumption. This luxury can be seen from the cutscenes shown in the ad. The meaning of luxury in this ad is used to achieve the purpose of the ad. The reality version of the Sprite advertisement is not as beautiful as celebrity social media, which aims to convey the message that the reality shown in advertisements is not always the same as the actual reality.</p>
<p><i>Supervisor</i></p>	<p>Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.</p>

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan seru sekalian alam. Atas nikmat dan rahmat- Nya penulis dapat menyelesaikan makalah ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Proposal skripsi ini, dengan judul “Pemaknaan Kemewahan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Sprite Versi Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti – Makan Mewah Di Youtube” Penelitian ini ditulis untuk memenuhi seminar proposal serta persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan makalah ini, terutama kepada

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
4. Dr. Bhakti Nur Avianto, S,IP. M.S.i, Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si, Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Nursatyo S.sos., M.Si Selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

8. Dr. Dwi Kartikawati, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan segenap hati membimbing, memberikan arahan, mendengarkan kebuntuan yang dialami penulis dalam penelitian ini. Bimbingan yang diberikan dengan cara yang halus serta mudah dimengerti, kemudahan dalam melakukan bimbingan baik via online maupun offline, serta dukungan yang tak henti-hentinya diberikan diberikan Ibu Dwi mempunyai andil besar bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

9. Swastiningsih, SE, M.Si sebagai Dosen Akademik di Universitas Nasional yang selalu memberikan bantuan dan bimbingan pada perkuliahan.

10. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mencurahkan segenap perhatian dan ilmunya kepada penulis

11. Darusman dan Asih Widiningrum sebagai orang tua penulis yang setia memberikan dukungan serta doa bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian

12. Saya ingin berterima kasih kepada teman-teman dekaps yaitu Endri. Leon, Zidan, Reza yang turut serta membantu penulis ditengah keadaan mentok sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini.

13. Teman-teman dekat baik Zainal, Reza, Bedul, Wafi, Amanda, Citra, kidut yang telah mensupport penulis ketika pusing dalam proses penulisan dengan diajak main serta nongkrong agar mampu melanjutkan penelitian serta pikiran yang lebih tenang.

14. Teman-teman tamteng Rafli, Calvin, Ibrahim, Ray, Ilham, Jibrán, Dkk yang memberikan bantuan serta dorongan bagi peneliti.

15. Saya ingin berterima kasih kepada seseorang bernama Aupa yang telah menjadi *Support System* bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Secara pribadi, penulis pun ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada teman-teman tercinta yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian. Hanya kepada Allah SWT, kebaikan mereka dikembalikan, semoga limpahan pahala, berkah dan rahmat-Nya diberikan kepada mereka. *Amien ya Robbal 'Alamien.*



Jakarta, 11 September, 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Muhammad Nur Huda Al Hasani'.

Muhammad Nur Huda Al Hasani

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN DOSEN	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DI REVISI	vi
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
BIODATA ALUMNI MAHASISWA	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kerangka Teori	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.2 Iklan.....	26
2.2.3 Periklanan.....	34
2.2.4 Makna.....	39
2.2.5 Hiperrealitas	43
2.2.6 Kemewahan.....	45
2.2.7 Semiotika.....	50
2.2.8 Sosial Media.....	53
2.2.9 Semiotika Roland Barthes	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1 Pendekatan Penelitian.....	59
3.2 Penentuan Informan.....	60

3.3	Teknik Pengumpulan Data	60
3.4	Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	61
3.5	Keabsahan Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Sejarah Perusahaan.....	65
4.2	Analisis Data Semiotika Roland Bathes pada Iklan Sprite .. Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti - Makan Mewah di Youtube	69
4.3	Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		100



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	13
Tabel 4.1 Gaya Hidup Mewah melalui Swafoto bersama Makanan Mewah...	72
Tabel 4.2 Gaya Hidup Mewah melalui Pelayanan Restoran Mewah Table Service.....	74
Tabel 4.3 Penampilan Mewah melalui Pria berpakaian Jas	77
Tabel 4.4 Penampilan Mewah melalui Properti Restoran Mewah.....	79
Tabel 4.5 Kemewahan melalui Pelayan menggunakan Tuxedo	81
Tabel 4.6 Kemewahan melalui Penampilan Rambut Klimis	82
Tabel 4.7 Kemewahan melalui Membeli Hidangan Lobster Orange.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta Roland Barthes	54
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	57
Gambar IV. 1 Pria Swafoto dengan makanan mewah	73
Gambar IV. 2 Pria diberikan pelayanan Table Service	75
Gambar IV. 3 Pria berpenampilan mewah dengan mengenakan jas	77
Gambar IV. 4 Penampilan Restoran Mewah	79
Gambar IV. 5 Pelayan mengenakan pakaian Tuxedo	81
Gambar IV. 6 Penampilan rambut klimis	83
Gambar IV. 7 Pelayan mengantarkan hidangan Lobster Orange	84

