



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA
IKLAN DONGWON TUNA VERSI JIN BTS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Linguistik (S.Li)

**ADLIN ZAHRA PRINGGADINI MATJAN
222007516065**

**FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS NASIONAL

***ANALYSIS OF SEMIOTICS ROLAND BARTHES ON
ADVERTISEMENT DONGWON TUNA'S FEAT JIN BTS***

UNDERGRADUATED THESIS

Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for the Sarjana Linguistic (S.Li)

**ADLIN ZAHRA PRINGGADINI MATJAN
222007516065**

**FACULTY OF LANGUAGES AND LITERATURE
KOREAN LANGUAGE PROGRAM
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN



A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Dr. Dra. Rurani Adinda, M.A.

Dr. Dra. Rurani Adinda, M.A.

Ketua Program Studi Bahasa Korea



A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Dra. Nana Suliana, M.A., M.Si., Ph.D.

Dra. Nana Suliana, M.A., M.Si., Ph.D.

Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra

HALAMAN PENGESAHAN

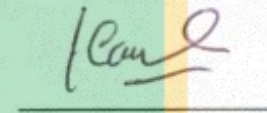
Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 12 Agustus 2026.

Yayah Cheriya S.E., M.A.



Ketua/Penguji

Rahmad Faisal S.E., M.Si.M.



Sekretaris/Penguji

Teguh Pratama Aditya M, S.Si., M.A



Pembimbing

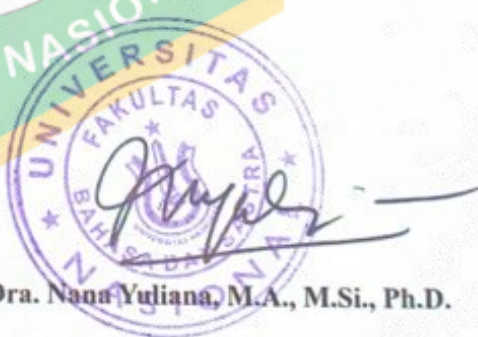
Disahkan pada tanggal 19 Agustus 2026



UNIVERSITAS NASIONAL



Dr. Dra. Rurani Adinda, M.A.



Dra. Nana Yuliana, M.A., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Adlin Zahra Pringgadini Matjan

Nomor Induk Mahasiswa : 222007516065

Program Studi : Bahasa Korea

Tempat & Tanggal Lahir : Tangerang, 8 Mei 2004

Alamat : Villa Bintaro Indah, Jl. Pulau Belitung V, Blok C13
No 9, Jombang, Ciputat, Tangerang Selatan

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Dongwon Tuna versi Jin BTS”

adalah asli (bukan jiplakan) 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.

Dengan pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak maupun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pertanyaan ini tidak benar.

Jakarta, 3 Agustus 2026

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPEL
5000
76294AOX089746079

Adlin Zahra Pringgadini Matjan

222007516065

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

Nama : Adlin Zahra Pringgadini Matjan
Nomor Induk Mahasiswa : 222007516065
Program Studi : Bahasa Korea
Tempat & Tanggal Lahir : Tangerang, 8 Mei 2004
Alamat : Villa Bintaro Indah, Jl. P. Belitung V, Blok
C13 No 9, Jombang, Ciputat, Tangerang Selatan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

“Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Dongwon Tuna versi Jin BTS”

1. Saya memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) / Kecerdasan Buatan secara bertanggung jawab hanya sebagai alat bantu (asisten) untuk mencari bahan referensi, melakukan pemetaan awal teori, dan menstrukturkan ide.
2. Saya menegaskan bahwa seluruh data, kutipan, dan informasi yang diperoleh melalui bantuan AI telah dicek kembali, dikonfirmasi, dan diverifikasi kebenarannya melalui sumber pertama (sumber primer) seperti buku, jurnal ilmiah, kamus, atau dokumen resmi yang valid.
3. Skripsi ini tetap merupakan hasil karya pemikiran, analisis, dan tulisan asli saya sendiri (bukan hasil copy-paste langsung atau plagiasi dari teks generator AI). Semua pendapat dan ide orang lain yang diambil dalam skripsi ini dicantumkan secara sah dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta bersedia mendapat sanksi akademik yang berlaku jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar.

Jakarta, 3 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,



Adlin Zahra Pringgadini Matjan

222007516065

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN (AI).....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
초록.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Kebaharuan Penelitian.....	10
1.8 Sistematika Penyajian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Semiotika	18
2.2.2 Semiotika Roland Barthes	19
2.2.3 Iklan	24
2.3 Kerangka Berpikir	25
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
3.1 Hasil Penelitian.....	27
3.2 Pembahasan	28
3.2.1 Model Iklan.....	28

3.2.2 Sinopsis Iklan.....	30
3.2.3 Hasil Temuan.....	32
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	59
4.1 Simpulan.....	59
4.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
TURNITIN.....	63
RIWAYAT HIDUP.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Hasil Temuan.....	32
Tabel 3. 2	Hasil Temuan.....	35
Tabel 3. 3	Hasil Temuan	37
Tabel 3. 4	Hasil Temuan	40
Tabel 3. 5	Hasil Temuan	42
Tabel 3. 6	Hasil Temuan	44
Tabel 3. 7	Hasil Temuan	46
Tabel 3. 8	Hasil Temuan	48
Tabel 3. 9	Hasil Temuan	50
Tabel 3. 10	Hasil Temuan	52
Tabel 3. 11	Hasil Temuan	54
Tabel 3. 12	Hasil Temuan	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Tanda Roland Barthes	20
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 3. 1 Hasil Penelitian	32
Gambar 3. 2 Hasil Penelitian	35
Gambar 3. 3 Hasil Penelitian	37
Gambar 3. 4 Hasil Penelitian	40
Gambar 3. 5 Hasil Penelitian	42
Gambar 3. 6 Hasil Penelitian	44
Gambar 3. 7 Hasil Penelitian	46
Gambar 3. 8 Hasil Penelitian	48
Gambar 3. 9 Hasil Penelitian	50
Gambar 3. 10 Hasil Penelitian	52
Gambar 3. 11 Hasil Penelitian	54
Gambar 3. 12 Hasil Penelitian	56



ABSTRAK

Iklan merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan, mempromosikan, serta membujuk khalayak agar tertarik terhadap suatu produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos dibentuk melalui unsur visual dan verbal dalam iklan Dongwon Tuna versi Jin BTS. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan Semiotika Roland Barthes yang mencakup tiga tingkat pemaknaan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Objek penelitian berupa iklan *Dongwon Tuna High-protein Super Tuna (w. BTS Jin)* berdurasi 55 detik yang dianalisis melalui 12 scene yang memuat tanda visual dan verbal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tingkat denotasi, iklan menampilkan unsur laut, ikan tuna, aktivitas memancing, produk Dongwon Tuna, figur Jin BTS, serta pesan mengenai protein dan kesehatan. Pada tingkat konotasi, tanda-tanda tersebut membentuk makna kesegaran, kealamian, kesehatan, nilai gizi, kualitas, keunggulan, kenikmatan, dan daya tarik produk. Pada tingkat mitos, iklan mengonstruksi tuna sebagai makanan yang identik dengan protein, kesehatan, kesegaran, dan kualitas. Produk tuna dalam kemasan kaleng tidak hanya direpresentasikan sebagai makanan praktis, tetapi juga sebagai makanan yang sehat, bergizi, segar, lezat, berkualitas, dan modern. Dengan demikian, interaksi unsur visual dan verbal dalam iklan membentuk citra “*Super Tuna*” yang memperluas pemaknaan Dongwon Tuna sebagai produk yang memiliki nilai kesehatan, kualitas, serta daya tarik emosional dan budaya populer.

Kata kunci: Semiotika iklan, Roland Barthes, Dongwon Tuna, Jin BTS, Iklan Korea.



ABSTRACT

Advertising is a form of communication used to convey messages, promote products or services, and persuade audiences to develop an interest in the products or services offered. This study aims to analyze how denotative, connotative, and mythical meanings are constructed through visual and verbal elements in the Dongwon Tuna advertisement featuring Jin BTS. This study employs a descriptive qualitative method using Roland Barthes' semiotic approach, which consists of three levels of signification: denotation, connotation, and myth. The object of this study is the 55-second advertisement Dongwon Tuna High-protein Super Tuna (w. BTS Jin), which was analyzed through 12 scenes containing visual and verbal signs. The findings show that, at the denotative level, the advertisement presents elements of the sea, tuna, fishing activities, Dongwon Tuna products, Jin BTS as the main figure, as well as messages related to protein and health. At the connotative level, these signs construct meanings of freshness, naturalness, health, nutritional value, quality, superiority, enjoyment, and product appeal. At the mythical level, the advertisement constructs tuna as food associated with protein, health, freshness, and quality. Canned tuna is not only represented as a practical food product but also as food that is healthy, nutritious, fresh, delicious, high-quality, and modern. Thus, the interaction of visual and verbal elements in the advertisement constructs the image of "Super Tuna", extending the meaning of Dongwon Tuna as a product associated with health, quality, emotional appeal, and popular culture.

Keywords: Advertising semiotics, Roland Barthes, Dongwon Tuna, Jin of BTS, Korean advertisement.



초록

광고는 메시지를 전달하고 제품이나 서비스를 홍보하며, 대중이 해당 제품이나 서비스에 관심을 갖도록 설득하는 의사소통의 한 형태이다. 본 연구는 진(방탄소년단 BTS)이 출연한 동원참치 광고에서 시각적 요소와 언어적 요소를 통해 외시적 의미, 함축적 의미 및 신화적 의미가 어떻게 형성되는지를 분석하는 것을 목적으로 한다. 본 연구는 질적 서술 연구 방법을 사용하며, 외시, 함축, 신화의 세 가지 의미작용 단계로 구성된 롤랑 바르트의 기호학 이론을 분석의 틀로 활용하였다. 연구 대상은 55 초 분량의 동원참치 고단백 슈퍼참치 (BTS 진 출연) 광고이며, 광고에 나타난 시각적·언어적 기호를 포함하는 12 개의 장면을 분석하였다. 연구 결과, 외시적 의미의 차원에서는 바다, 참치, 낚시 활동, 동원참치 제품, 진(BTS)의 모습과 함께 단백질 및 건강과 관련된 메시지가 나타났다. 함축적 의미의 차원에서는 이러한 기호를 통해 신선함, 자연성, 건강, 영양가, 품질, 우수성, 즐거움 및 제품의 매력이라는 의미가 형성되었다. 신화적 의미의 차원에서는 참치가 단백질, 건강, 신선함 및 품질과 동일시되는 의미가 구성되었다. 또한 캔 참치는 단순히 간편하게 섭취할 수 있는 식품으로만 재현되는 것이 아니라, 건강하고 영양가 있으며 신선하고 맛있으며 품질이 높고 현대적인 식품으로 재구성된다. 따라서 광고의 시각적 요소와 언어적 요소의 상호작용은 '슈퍼 참치 (*Super Tuna*)'라는 제품 이미지를 형성하며, 동원참치가 건강상의 가치와 품질, 정서적·대중문화적 매력까지 지닌 제품이라는 의미를 확장한다.

주제어: 광고 기호학, 롤랑 바르트, 동원참치, BTS 진, 한국 광고.

