

**MAKNA DENOTASI DAN KONOTASI DALAM IKLAN
MAXIM MOCHA GOLD: KAJIAN SEMIOTIKA**

***DENOTATIVE AND CONNOTATIVE MEANING IN MAXIM
MOCHA GOLD ADVERTISEMENT: SEMIOTIC STUDY***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Linguistik (S.Li)**



PUTRI RIZKI ALIFA
NIM 183112200750190

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

**MAKNA DENOTASI DAN KONOTASI DALAM IKLAN
MAXIM MOCHA GOLD: KAJIAN SEMIOTIKA**

***DENOTATIVE AND CONNOTATIVE MEANING IN MAXIM
MOCHA GOLD ADVERTISEMENT: SEMIOTIC STUDY***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Linguistik (S.Li)**



PUTRI RIZKI ALIFA
NIM 183112200750190

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 29 Juli 2022 untuk diujikan.

Dr. Drs. Somadi, M.Pd.

Pembimbing

Mengetahui,

Fahdi Sachiya, S.S., M.A.

Ketua Program Studi

Dr. Drs. Somadi, M.Pd.

Dekan

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 15 Agustus 2022

Dra. Rurani Adinda, M.A.

Ketua/Penguji

Fahdi Sachiya, S.S., M.A.

Sekretaris/Penguji

Dr. Drs. Somadi, M.Pd.

Pembimbing/Penguji

Disahkan pada tanggal **9 September 2022**

Fahdi Sachiya, S.S., M.A.

Ketua Program Studi

Dr. Drs. Somadi, M.Pd.

Dekan

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Putri Rizki Alifa

Nomor Induk Mahasiswa : 183112200750190

Program Studi : Bahasa Korea

Tempat & Tgl Lahir : Jakarta, 24 Oktober 2000

Alamat : Cipinang Timur no. 18 RT. 013/ RW. 003,
Cipinang, Pulo Gadung, Jakarta Timur, 13240.

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**Makna Denotasi dan Konotasi dalam Iklan Maxim Mocha Gold: Kajian
Semiotika**

Adalah asli (bukan plagiasi) 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, 9 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Putri Rizki Alifa

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakaatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Makna Denotasi dan Konotasi dalam Iklan *Maxim Mocha Gold*: Kajian Semiotika” dengan tepat waktu. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional.

Tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tugas akhir ini dapat diselesaikan karena penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Somadi, M. Pd. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional dan dosen pembimbing. Terima kasih karena telah membimbing dengan sabar dan memberikan banyak bantuan dalam penulisan skripsi ini dari awal sampai dengan selesai.
2. Bapak Fahdi Sachiya, S.S., M.A. selaku Ketua Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.
3. Dosen-dosen Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional: Bapak Heri Suheri, S.S., M.M., Bapak Park Kyeong Jae, M.A., Bapak Evan Tjahjono Putra, S.S., M.BA., Ibu Dra. Rurani Adinda, M.A., Ibu Fitri Meutia, S.S., M.A., Ibu Ko Yoo Kyeong, Ibu Jung Shua, Ibu Kurnia

Rachmawati, S.S., M.A., Ibu Ndaru Catur Rini, M.I.Kom., dan Ibu Yayah Cheryyah, S.E., M.A.

4. Keluarga tersayang, Mama dan Papa yang tidak pernah lupa memberi support selama proses penulisan skripsi ini, juga kak Kiki, kak Kika, kak Sekar dan ponakanku Ammar yang selalu memberikan semangat.
5. Syafa, Dinny, Rifdah, Risa, Sabrina, Rahma, Delia, Mitha, Husnul dan teman-teman yang selalu membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi serta informasi-informasi yang telah diberikan kepada peneliti.
6. Dian, Mutia, Rulla, Sukma, Salma, dan Monica selaku teman seimbang dan seperjuangan yang selalu membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
7. SEVENTEEN yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini agar di tahun mendatang dapat segera bertemu secara langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan dan terdapat hal-hal yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, penulis ingin meminta maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini dan penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis juga berharap skripsi ini dapat menjadi referensi serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh.

Jakarta, 9 September 2022

Penulis,

Putri Rizki Alifa

DAFTAR ISI

Halaman Judul Sampul	
Halaman Judul Dalam	
Lembar Persetujuan.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Abstrak, <i>Abstract</i> , 초록	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.6 Sumber Data Dan Teknik Pengambilan Data.....	8
1.7 Sistematika Penyajian.....	9
BAB 2 KERANGKA TEORI	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Semiotika	13
2.2.2 Iklan TV Komersial.....	21
2.2.3 Budaya Minum Kopi Di Korea Selatan	23
2.3 Keaslian Penelitian	26
BAB 3 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
3.1 Hasil Penelitian.....	27
3.1.1 Penanda Dan Petanda Dalam Iklan Mocha Gold.....	27
3.1.2 Makna Denotasi dan Konotasi Dalam Iklan Mocha Gold	39
3.2 Pembahasan	48
3.2.1 Deskripsi Penanda dan Petanda	48
3.2.2 Deskripsi Makna Denotasi dan Konotasi.....	49
BAB 4 SIMPULAN DAN SARAN	57

4.1	Simpul an.....	57
4.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		61
RIWAYAT HIDUP PENULIS		70



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Signifier – Signified	16
Tabel 2. 2 Relasi Ekspresi dan Contoh	18
Tabel 3. 1 Data 1 (IK-3.2).....	27
Tabel 3. 2 Data 2 (IK-3.3).....	28
Tabel 3. 3 Data 3 (IK-1.1).....	29
Tabel 3. 4 Data 4 (IK-1.6).....	30
Tabel 3. 5 Data 5 (IK-2.3).....	31
Tabel 3. 6 Data 6 (IK-1.2).....	32
Tabel 3. 7 Data 7 (IK-1.5).....	33
Tabel 3. 8 Data 8 (IK-1.8).....	34
Tabel 3. 9 Data 9 (IK-2.5).....	35
Tabel 3.10 Data 10 (IK-1.4).....	36
Tabel 3. 11 Data 11 (IK-1.9).....	37
Tabel 3. 12 Data 12 (IK-2.2).....	38
Tabel 3. 13 Kelas Sosial, Gender, dan Profesi dengan Kode Data.	49



ABSTRAK

Penelitian ini membahas makna denotasi dan konotasi dalam iklan. Orang Korea menganggap secangkir kopi lebih dari sekadar minuman. Minum kopi sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Korea. Namun, kopi instan di Korea memiliki kepopuleran tersendiri dibanding kopi yang dibeli di kafe. *MAXIM Mocha Gold* merupakan brand kopi instan ternama di Korea Selatan dan sudah tidak asing lagi bagi banyak orang. Kopi Mocha Gold pun seringkali ditampilkan dalam iklan, drama, dan film Korea. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna denotasi dan konotasi dalam tiga video iklan Mocha Gold menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang merupakan pengembangan dari teori Ferdinand de Saussure tentang penanda dan petanda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik simak dan catat. Hasil penelitian ada sebanyak 12 data yang ditemukan. Makna denotasi dalam iklan tersebut merepresentasikan kelas sosial orang Korea yang meminum kopi Mocha Gold. Sementara itu makna konotasi dalam iklan dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan kelas sosial dan diferensiasi sosial, seperti gender dan profesi.

Kata kunci: Semiotika, Makna Denotasi dan Konotasi, Iklan Elektronik, Kopi Instan



ABSTRACT

This study discusses the meaning of denotation and connotation in advertising. For Koreans, a cup of coffee is more than just a drink, it's part of people's culture. However, Korean instant coffee has its own popularity within the society comparing to coffee bought at cafes. MAXIM Mocha Gold is a well-known instant coffee brand in South Korea and is already well-known to many people for decades. Mocha Gold coffee is often featured in Korean commercials, dramas and movies. Therefore, this study aims to analyse the denotation and connotation meaning out of the three Mocha Gold advertisement videos using Roland Barthes semiotics theory, which is an advancement of Ferdinand de Saussure's signifier and signified theory. This study uses a qualitative method that uses visual and note-taking techniques. As a result of this research showed that 12 data were found. The denotation meaning in this advertisement indicate Koreans who drink Mocha Gold coffee. Meanwhile the connotation meaning represents and divided into 3 groups according to social class and social differentiation, such as gender and occupation.

Keywords: Semiotics, Denotation and Connotation Meanings, Electronic Advertisement, Instant Coffee



초록

이 연구는 광고 확장과 함축의 의미를 탐구하는 것으로 한국의 문화를 알아가는 것에 목적이 있다. 한국인에게 커피 한 잔은 단순한 음료가 아니라 문화의 일부다. 하지만 한국의 인스턴트 커피는 카페에서 사 먹는 커피에 비해 사회에서 나름의 인기를 누리고 있다. 맥심 모카골드(MAXIM Mocha Gold)는 수십 년 동안 많은 사람들에게 알려진 한국의 유명한 인스턴트 커피 브랜드다. 모카골드 커피는 한국의 광고, 드라마나 영화에 자주 등장하다.

이러한 한국의 문화를 토대로 본 연구는 페르디낭 드 소쉬르의 기표와 기의 이론을 발전시킨 롤랑 바르트의 기호학 이론을 이용하여 3 개의 맥심 모카골드 광고 영상의 확장적, 함축적 의미를 분석하였다. 이 연구는 시각적 및 메모 작성 기술을 사용하는 질적 접근 방식을 사용했다. 본 연구의 결과 12 개의 데이터가 발견되었다. 이 연구결과 자료 분석을 통해서 광고의 확장된 의미는 결국 모카골드 커피를 마시는 한국인을 지칭하고 있다. 한편 함축적 의미로는 사회계층과 사회적 구분(성별, 직업)에 따라 3 군으로 나누어 표현하고 있다.

주요 용어: 기호학, 확장적 의미, 함축적 의미, 전자 광고, 인스턴트 커피

