

**SEMIOTIKA MAKNA TANDA KRITIK
DALAM IKLAN ROKOK A-MILD VERSI “BUKAN MAIN”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sastra



oleh:

Rizky Muhamad Ridwan

NIM 1808079

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
DEPARTEMEN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

**SEMIOTIKA MAKNA TANDA KRITIK
DALAM IKLAN ROKOK A-MILD VERSI “BUKAN MAIN”**

oleh
Rizky Muhamad Ridwan

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar
Sarjana Sastra pada Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra

©Rizky Muhamad Ridwan 2022
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus, 2022

©Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lain tanpa seizin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA TANDA KRITIK
PADA IKLAN ROKOK A-MILD VERSI “BUKAN MAIN”


oleh
Rizky Muhamad Ridwan
NIM 1808079

disetujui dan disahkan oleh:
Pembimbing I,



Prof. Dr. Aceng Ruhendi S., M.Hum.
NIP 195608071980121001

Pembimbing II,



Dr. Mahmud Fasya, S.Pd., M.A.
NIP 197712092005011001

Mengetahui,
Ketua Prodi Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Mahmud Fasya, S.Pd., M.A.
NIP 197712092005011001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Semiotika Makna Tanda dalam Iklan Rokok A-Mild versi “Bukan Main” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 25 Agustus 2022

Penulis,



Rizky Muhamad Ridwan

NIM : 1808079

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan terselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul “Semiotika Makna Tanda Kritik Dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Bukan Main” ini merupakan suatu karya tulis ilmiah yang diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana (S1) pada jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Skripsi ini menghasilkan penelitian dengan empat pokok permasalahan, yaitu (1) makna denotasi dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”, (2) makna konotasi dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”, (3) makna mitos dalam iklan rokok A-Mild versi “Bukan Main”, dan (4) makna kritik sosial dalam lirik lagu A-Mild versi “Bukan Main”.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses analisis tidak terlepas dari kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak demi mencapai kesempurnaan dalam skripsi ini.

Bandung, 25 Agustus 2022

Penulis,



Rizky Muhamad Ridwan

NIM : 1808079

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan dan semangat berbagai pihak yang telah ikut serta membantu dalam proses penelitian. Kontribusi yang ditelaah diberikan memberikan dampak yang berarti dan sangat membantu penulis dalam menyusun penelitian ini. Atas segala dukungan dan semangat tersebut, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penyusunan skripsi sebagai berikut.

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, kesabaran, dan pengabulan doa dalam melaksanakan penelitian dalam skripsi ini;
2. Prof. Dr. Aceng Ruhendi S., M.Hum., selaku dosen pembimbing skripsi I yang senantiasa membagikan ilmunya dalam kajian semiotika, memberikan saran masukan dengan rendah hati dan memberikan semangat kepada peneliti untuk terus berproses dalam melaksanakan penelitian;
3. Dr. Mahmud Fasya, S.Pd., M.A., selaku dosen pembimbing akademik sekaligus menjadi dosen pembimbing skripsi II dalam memberikan kesempatan kepada peneliti untuk berjuang dan memberikan semangat dalam proses penelitian;
4. Kedua Orang Tua saya, Bapak Sakri, S.Ag., M.M., dan Ibu Suyati S.Pd. yang sudah membiayai kuliah saya selama delapan semester serta dukungannya dalam menyelesaikan studi;
5. Fathiyah, Indry, Irene, Melina, Stasya, selaku sahabat seperjuangan dalam menggapai cita-cita, harapan dan kontribusinya dalam memberikan semangat dalam proses penelitian;
6. Hasna, Karina, Viona, Yulianto, selaku sahabat selama menuntut ilmu di Universitas Pendidikan Indonesia dengan memberikan semangat dalam menyelesaikan studi di jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan, baik dalam penyusunan maupun penyajian data. Sesungguhnya hal yang maha sempurna

hanyalah milik Allah SWT dengan segala kuasanya. Besar harapan Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang berkepentingan.

ABSTRAK

Dalam penelitian “Semiotika Makna Tanda dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Bukan Main”, muncul permasalahan iklan rokok yang mampu memengaruhi konsumen dari tayangan iklan. Tujuan dari penelitian ini menghasilkan analisis penggunaan teori Roland Barthes dalam Iklan Rokok A MILD Versi “Bukan Main”. Teori Barthes digunakan untuk mengaitkan unsur tanda, penanda, petanda, makna denotatif dan konotatif, serta mitos yang kemudian mengaitkan elemen-elemen verbal berupa teks, audio, dan visual. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk memotret fenomena yang terjadi dalam iklan rokok A MILD Versi “Bukan Main” sebagai kritik dan realitas sosial terhadap masyarakat. Berdasarkan hasil analisis penelitian, didapatkan temuan berupa (1) Makna denotasi dalam iklan, (2) Makna konotasi dalam iklan, (3) Makna mitos dan (4) Lirik lagu sebagai bentuk kritik sosial. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan digunakan sebagai sarana memengaruhi audiens melalui adegan dalam iklan. Lirik lagu yang ditampilkan merupakan representasi kritik sosial melalui media iklan dalam menarik perhatian masyarakat.

Kata kunci: semiotika, iklan, kritik sosial

ABSTRACT

In the research "Semiotics of Signs in A-Mild Cigarette Advertisements "Bukan Main" Version, cigarette advertising problems arise that can influence consumers from advertising impressions. The purpose of this study is to produce an analysis of the use of Roland Barthes' theory in the "Not Playing" Version of A MILD Cigarette Advertisement. Barthes theory is used to link elements of signs, markers, signifieds, denotative and connotative meanings, and myths which then link verbal elements in the form of text, audio, and visual. Qualitative descriptive method is used to photograph the phenomenon that occurs in the "Not Main" version of A MILD cigarette advertisement as a criticism and social reality towards society. Based on the results of the research analysis, the findings are (1) the meaning of denotation in advertisements, (2) the meaning of connotations in advertisements, (3) the meaning of myths and (4) song lyrics as a form of social criticism. In this study it can be concluded that advertising is used as a means of influencing the audience through scenes in the advertisement. The song lyrics displayed are a representation of social criticism through advertising media in attracting public attention.

Keywords: *semiotics, advertising, social criticism*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teoretis	8
2.1 Semiotika	8
2.2 Iklan.....	9
2.3 Kritik Sosial	12
2.4 Musik	13
2.5 Lirik Lagu.....	14
2.6 Ideologi	15
B. Tinjauan Pustaka	16
BAB III METODE PENELITIAN	18

3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Pengumpulan Data.....	21
1. Instrumen Penelitian.....	21
2. Data dan Sumber Data	22
3. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3 Analisis Data	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 HASIL	26
4.1.1 Makna Denotasi dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Bukan Main”.....	26
4.1.2 Makna Konotasi dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Bukan Main”.	86
4.1.3 Mitos dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Bukan Main”.....	133
4.1.4 Bagaimana Makna Kritik Sosial dalam Lirik Lagu Iklan Rokok A-MILD Versi “Bukan Main”?	160
4.2 PEMBAHASAN	170
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	194
5.1 Simpulan	194
5.2 Implikasi.....	194
5.3 Rekomendasi.....	195
DAFTAR PUSTAKA.....	196
BIODATA PENELITI.....	199
LAMPIRAN.....	201

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Tanda Roland Barthes	19
Gambar 3. 2 Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes	19

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Adegan Kesatu Makna Denotasi.....	28
Tabel 4. 2 Adegan Kedua Makna Denotasi	30
Tabel 4. 3 Adegan Ketiga Makna Denotasi	32
Tabel 4. 4 Adegan Keempat Makna Denotasi	34
Tabel 4. 5 Adegan Kelima Makna Denotasi	36
Tabel 4. 6 Adegan Keenam Makna Denotasi.....	39
Tabel 4. 7 Adegan Ketujuh Makna Denotasi	44
Tabel 4. 8 Adegan Kedelapan Makna Denotasi.....	47
Tabel 4. 9 Adegan Kesembilan Makna Denotasi.....	49
Tabel 4. 10 Adegan Ke-10 Makna Denotasi.....	51
Tabel 4. 11 Adegan Ke-11 Makna Denotasi.....	54
Tabel 4. 12 Adegan ke-12 Makna Denotasi.....	58
Tabel 4. 13 Adegan Ke-13 Makna Denotasi.....	64
Tabel 4. 14 Adegan Ke-14 Makna Denotasi.....	70
Tabel 4. 15 Adegan Ke-15 Makna Denotasi.....	76
Tabel 4. 16 Adegan Ke-16 Makna Denotasi.....	80
Tabel 4. 17 Adegan Ke-17 Makna Denotasi.....	85
Tabel 4. 2. 1 Adegan Kesatu Makna Konotasi.....	87
Tabel 4. 2. 2 Adegan Kedua Makna Konotasi	89
Tabel 4. 2. 3 Adegan Ketiga Makna Konotasi	91
Tabel 4. 2. 4 Adegan Keempat Makna Konotasi	93
Tabel 4. 2. 5 Adegan Kelima Makna Konotasi.....	95
Tabel 4. 2. 6 Adegan Keenam Makna Konotasi	97
Tabel 4. 2. 7 Adegan Ketujuh Makna Konotasi.....	99
Tabel 4. 2. 8 Adegan Kedelapan Makna Konotasi.....	101
Tabel 4. 2. 9 Adegan Kesembilan Makna Konotasi.....	104
Tabel 4. 2. 10 Adegan Ke-10 Makna Konotasi.....	106
Tabel 4. 2. 11 Adegan Ke-11 Makna Konotasi.....	108

Tabel 4. 2. 12 Adegan Ke-12 Makna Konotasi.....	111
Tabel 4. 2. 13 Adegan Ke-13 Makna Konotasi.....	115
Tabel 4. 2. 14 Adegan Ke-14 Makna Konotasi.....	119
Tabel 4. 2. 15 Adegan Ke-15 Makna Konotasi.....	122
Tabel 4. 2. 16 Adegan Ke-16 Makna Konotasi.....	128
Tabel 4. 2. 17 Adegan Ke-17 Makna Konotasi.....	133
Tabel 4. 3. 1 Adegan Kesatu Mitos.....	134
Tabel 4. 3. 2 Adegan Kedua Mitos	136
Tabel 4. 3. 3 Adegan Ketiga Mitos	138
Tabel 4. 3. 4 Adegan Keempat Mitos	139
Tabel 4. 3. 5 Adegan Kelima Mitos	141
Tabel 4. 3. 6 Adegan Keenam Mitos.....	142
Tabel 4. 3. 7 Adegan Ketujuh Mitos	144
Tabel 4. 3. 8 Adegan Kedelapan Mitos.....	146
Tabel 4. 3. 9 Adegan Kesembilan Mitos.....	147
Tabel 4. 3. 10 Adegan Ke-10 Mitos	148
Tabel 4. 3. 11 Adegan Ke-11 Mitos	150
Tabel 4. 3. 12 Adegan Ke-12 Mitos	151
Tabel 4. 3. 13 Adegan Ke-13 Mitos	153
Tabel 4. 3. 14 Adegan Ke-14 Mitos	154
Tabel 4. 3. 15 Adegan Ke-15 Mitos	156
Tabel 4. 3. 16 Adegan Ke-16 Mitos.....	158
Tabel 4. 3. 17 Adegan Ke-17 Mitos.....	159

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi.....	201
Lampiran 2. Adegan Iklan Rokok A-Mild Versi “Bukan Main”.....	203
Lampiran 3. Transkripsi Lirik Lagu A-Mild Versi “Bukan Main”.....	207

DAFTAR PUSTAKA

- Achsani, F., & Laila, S. A. N. (2020). Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Menyambut Lebaran Karya Pendhoza. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 122–133. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1435>
- Alfianika, N. (2016). ANALISIS WACANA KRITIS TEORI INCLUSION THEO VAN LEEUWEN DALAM BERITA KRIMINAL TEMA PENCURIAN KORAN POSMETRO PADANG EDISI MEI 2013. *Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat*, 2(1). <https://doi.org/10.22202/jg.2016.v2i1.1407>
- Dermawan, A. (2013). DIALEKTIKA TEORI KRITIS MAZHAB FRANKFURT DAN SOSIOLOGI PENGETAHUAN. *Sosiologi Reflektif*, 8(1), 326–339.
- Dessiliona, T., Nur, T., Raya, J., & Km, B. S. (2018). *METAFORA KONSEPTUAL DALAM LIRIK LAGU BAND REVOLVERHELD ALBUM IN FARBE (Conceptual Metaphor in Songs Lyric Revolverheld Band Album in Farbe)* 24(2).
- Gunawan, I. (2013). *METODE PENELITIAN KUALITATIF : Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hady Hartanto, B., & Chamalia Rochmah, E. (2020). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Volume 4 Nomor 1, Juni 2020 Hartanto, Rochmah, Goziyah;Critical Discourse Analysis of Theo Van*. 4(1). <https://doi.org/10.21009/AKSIS>
- Haspari dan Girsang. (2015). *MAKNA OPTIMISME DALAM IKLAN POLITIK*, 1(9).
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Millenienbun, A., & Tamburian, D. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Blibli.com terhadap Minat Beli Konsumen. *Kiwari*, 1(2), 356–362.
- Nurdiansyah, C. (2018). Analisis Semiotika Makna Motivasi Berkarya Lirik Lagu Zona Nyaman Karya Fourtenty. *Komunikasi*, 9(2), 161–167.
- Payung, Z., & Tanduk, R. (2018). Pemaknaan Mitos Teks Ritual Adat Rambu Solo' Bagi Kehidupan Manusia Toraja. *Semkaristek 1*, 155–161.

- Poespowardojo dan Seran. (2016). *Diskursus Teori-Teori Kritis: Kritik Atas Kapitalisme Klasik, Modern, dan Kontemporer*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Ponika, R., Siregar, N., & Puspita, R. (2019). Representasi Kritik Sosial Terhadap Polisi Pada Karikatur Di Media Sosial. *Komunikasi Mahasiswa*, 19–26.
- Prasetyaningtyas, A. (2012). ANALISIS SEMIOTIK DAN WACANA PADA IKLAN ROKOK LA LIGHTS “YANG LAIN BERSANDIWARA, GUE APA ADANYA!” VERSI TOPENG MONYET DI MEDIA TELEVISI. *Skriptorium*, 1(3), 32–48.
- Pratiwi, T. S., Putri, Y. R., & Sugandi, M. S. (2015). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP LOGO CALAIS TEA ROLAND BARTHES SEMIOTICS ANALYSIS ON CALAIS TEA LOGO. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 4327–4336.
- Prihatiningsih, W. (2016). ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN SPRITE EDISI MITOS VS KENYATAAN DI TELEVISI. *Komunikasi*, 10(2), 467–506.
- Putri, I. G. (2020). SEMIOTIKA TANDA VERBAL DAN VISUAL PADA IKLAN KAMPANYE PENCEGAHAN PENYEBARAN COVID-19. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 4(2), 10–18. <https://doi.org/10.22225/kulturistik.4.2.1871>
- Sari, M. P., Nisa, R. L., & Aprilliani, L. (2020). Analisis Semiotika pada Billboard Campaign A Mild ‘Nanti Lo Juga Paham.’ *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 19–28. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25058>
- Setiawan, A. R. (2019). *Tak Melayang Dipuji, Tak Tumbang Dicaci: Kajian Biografi Oza Kioza*.
- Shofa, F., & Astri Utami, M. (2017). Menyingkap Makna dan Tanda dalam Iklan Rokok A-Mild Versi “Hasrat”: Kajian Semiotika. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 6(2), 180. <https://doi.org/10.26499/rnh.v6i2.266>
- Sukyadi, D. (2013). DAMPAK PEMIKIRAN SAUSSURE BAGI PERKEMBANGAN LINGUISTIK DAN DISIPLIN ILMU LAINNYA. 3(2), 1–19.
- Suprpti, D., Apriliya, S., & Nugraha, A. (2021). PEDADIDAKTIKA: JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR Penggunaan Bahasa Gaul Pada Peserta Didik Sekolah Dasar. In *All rights reserved*, 8(3). <http://ejournal.upi.edu/index.php/pedadidaktika/index>

- Susanti, H., Kustina, R., Harfiandi, D., Bina, U., & Getsempena, B. (2021). ANALISIS TINGKAT KETERBACAAN BUKU TEKS BAHASA INDONESIA PRODUKTIF BAHASA INDONESIA UNTUK SMK/MAK KELAS X. Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Pradoko. (2015). SEMIOTIKA GUNA PENELITIAN OBJEK KEBUDAYAAN MATERIAL SENI. *Imaji*, 13(2), 1–20.
- Qusairi, W. (2017). MAKNA KRITIK SOSIAL PADA LIRIK LAGU MERDEKA KARYA GRUP MUSIK EFEK RUMAH KACA. 5(4), 202–216.
- Wasith Albar, M. (2018). ANALISIS SEMIOTIK CHARLES SANDER PIERCE TENTANG TAKTIK KEHIDUPAN MANUSIA: DUA KARYA KONTEMPORER PUTU SUTAWIJAYA. *Lensa Budaya*, 13(2), 123–136.
<http://journal.unhas.ac.id/index.php/jlb>