



**REPRESENTASI KONSEP LOVEMARK DALAM IKLAN YOUTUBE BANK
CENTRAL ASIA (BCA) DON'T KNOW? KASIH NO! (ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Nama : Achmad Fauzi Prasetyo

NIM : 1910411144

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
'VETERAN' JAKARTA



**REPRESENTASI KONSEP LOVEMARK DALAM IKLAN YOUTUBE BANK
CENTRAL ASIA (BCA) DON'T KNOW? KASIH NO! (ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Nama : Achmad Fauzi Prasetyo

NIM : 1910411144

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
'VETERAN' JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Achmad Fauzi Prasetyo

NIM : 1910411144

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Januari 2025

Yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
C. D. GAM. 110604944

(Achmad Fauzi Prasetyo)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Fauzi Prasetyo
NIM : 1910411144
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**(REPRESENTASI KONSEP LOVEMARK DALAM IKLAN YOUTUBE
BANK CENTRAL ASIA (BCA) DON'T KNOW KASIH NO (ANALISIS
SEMOTIKA ROLAND BARTHES)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 8 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Achmad Fauzi Prasetyo)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Achmad Fauzi Prasetyo
NIM : 1910411144
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Representasi Konsep Lovemark Dalam Iklan Youtube Bank
Central Asia (BCA) Don't Know Kasih No (Analisis
Semiotika Roland Barthes)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Puri Bestari Mardani, M.Hum.,M.Si)

Penguji 1



(Ahmad Zakki Abdullah, S.IP.,M.Si)

Penguji 2



(Dr. Azwar, S.S., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Januari 2025

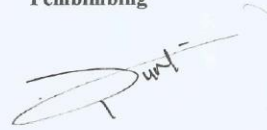
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Achmad Fauzi Prasetyo
NIM : 1910411144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Konsep Lovemark Dalam Iklan Youtube Bank Central Asia (BCA) Don't Know Kasih No (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Puri Bestari Mardani, M.Hum.,M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa konsep *lovemark* cetusan Kevin Roberts yang dikaji menggunakan kajian semiotika Roland Barthes. Penelitian ini berfokus pada tiga elemen pembentuk *lovemark* yaitu, misteri, sensualitas, dan intimasi. Penelitian dilakukan dengan memilih adegan untuk kemudian dikaji menggunakan makna denotasi, konotasi dan mitos semiotika Roland Barthes yang kemudian disimpulkan elemen konsep *lovemark* apa yang dilambangkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kajian signifikasi dua tahap semiotika Roland Barthes. Data pada penelitian ini didapatkan melalui teknik observasi. Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi pada enam adegan iklan BCA *Don't Know? Kasih No!* masing-masing makna denotasi, konotasi dan mitos pada adegan tersebut serta elemen konsep *lovemark* yang digambarkan. Elemen konsep *lovemark* yang digambarkan adalah elemen misteri yang dilihat secara keseluruhan iklan dan pada adegan satu, dua dan enam, serta elemen intimasi pada adegan tiga sampai enam.

Kata Kunci: Iklan, *Lovemark*, Penipuan *online*, Semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze Kevin Roberts's lovemark concept using Roland Barthes's semiotic study. This study focused on 3 elements that constitute lovemark; mystery, sensuality, and intimacy. The study was conducted by selecting scenes from the advertisement to be analyzed using the denotative, connotative, and myth meanings in Roland Barthes's semiotic study, which were then used to determine the lovemark elements represented. This study uses a qualitative method with Roland Barthes's two-stage signification semiotics approach. Data were collected in this study through observation. The results of this study identified the denotative, connotative, and myth meanings in six scenes from the BCA Don't Know? Kasih No! advertisement, as well as the lovemark elements depicted. The identified lovemark elements are mystery, both identified on the advertisement as a whole and also on first and second scene, and intimacy element on third until sixth scene.

Keywords: Advertisement, Lovemark, Online fraud, Roland Barthes's Semiotic Study

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, berkat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Representasi Konsep Lovemark Dalam Iklan Youtube Bank Central Asia (BCA) *Don't Know? Kasih No!* (Analisis Semiotika Roland Barthes)” dengan baik. Penelitian ini tidak lepas dari keterlibatan dan dukungan berbagai pihak yang telah membantu peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyusun skripsi ini. Rasa terima kasih terdalah peneliti ucapkan pada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta, Bapak Dr. S. Bektu Istiyanto, M.Si.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si.
3. Dosen Pembimbing Akademik, Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si. yang telah membimbing masa perkuliahan peneliti.
4. Dosen Pembimbing, Ibu Puri Bestari Mardani, M.Hum., M.Si. yang telah membimbing peneliti, memberi saran dan kritik serta dukungan yang amat berarti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Penguji, Bapak Ahmad Zakki Abdullah, S.IP., M.Si dan Ibu Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom,MA. Yang telah memberi arahan dan masukan dalam penyusunan dan perbaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberi ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan peneliti.
7. Staff Akademik Mahasiswa dan Staff Program Studi, yang telah membantu peneliti memenuh kebutuhan akademik peneliti, khususnya dalam memenuhi syarat pendaftaran sidang.
8. Keluarga Peneliti, kedua orang tua peneliti, Mamah dan Bapak, terima kasih atas segala dukungan materil dan moralnya, terima kasih telah percaya pada peneliti. Kakak Peneliti Mba Nda dan Mas Randy, terima kasih segala bantuan dan dukungannya.

9. Teman terdekat peneliti sejak Sekolah Dasar, Barudak Yuks (Raka, Ihsan, Nugraha), serta sahabat Sekolah Menengah Pertama peneliti, Annisa, yang telah berbaik hati menjadi teman cerita serta banyak memberi bantuan dan menghibur peneliti.
10. Teman-teman kuliah, Alif, Arya, Hafiz, Govinda, Albert, Iqbal, Pipi. Terima kasih telah menjadi teman yang baik bagi peneliti.

Peneliti sadar sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Peneliti menerima segala bentuk kritik dan saran agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik.

Bogor, 24 Desember 2024



Achmad Fauzi Prasetyo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	11
1.3.Tujuan Penelitian	11
1.4.Manfaat Penelitian	12
1.5.Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1.Konsep dan Teori Penelitian	14
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2. Representasi	17
2.1.3. <i>Lovemark</i>	18
2.1.4. Iklan	22
2.1.5. Media Sosial	26
2.2.Teori Penelitian	28
2.2.1. Semiotika	28
2.2.2. Semiotika Roland Barthes	29

2.3.Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1.Objek Penelitian.....	33
3.2.Jenis Penelitian.....	34
3.3.Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.Sumber Data.....	35
3.5.Teknik Analisis Data.....	35
3.6.Teknik Keabsahan Data	36
3.7.Unit Analisis	37
3.8.Tabel Rencana Waktu	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1. Profil Bank Central Asia (BCA).....	44
4.1.2. Iklan BCA <i>Don't Know? Kasih No!</i>	45
4.2. Hasil Penelitian	46
4.3. Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Youtube dan Jangkauan Iklannya.....	10
Gambar 2. Sistem Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Unit Analisis..... 37

Tabel 2. Rincian Waktu Penelitian..... 42