



(Sumber : youtube.com)

Skripsi:

KONSTRUKSI REALITAS KARAKTERISTIK GENERASI *MILLENNIAL*

(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Iklan Axis Versi Bronet 4G Owsem)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana

Nama : Rizqy Rahayu

NIM : 1510411095



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**



(Sumber : youtube.com)

Skripsi:

KONSTRUKSI REALITAS KARAKTERISTIK GENERASI *MILLENIAL*

**(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Iklan Axis Versi Bronet 4G
Owsem)**

Nama : Rizqy Rahayu

NIM : 1510411095



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

“Teruntuk Mama, Bapak, dan Kakak-kakak ku serta sahabat yang menemani hari-hari penulis di kampus Invidiani Sekoati, Nur Alfiatun Nisa, Indri Ahsanu Amala, Putri Apriani, dan sobat E-News yang selama 1 tahun mengudara Bersama Shelya Diptanala Sitepu dan Mega Mercia, serta Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015. Terimakasih atas perhatian, doa, dan semangat yang diberikan”

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Rizqy Rahayu

NRP : 1510411095

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 28 Januari 2019

Yang menyatakan,



Rizqy Rahayu

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Rizqy Rahayu
NIM : 1510411095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Konstruksi Realitas Karakteristik Generasi *Millenial* (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Iklan Axis Versi Bronet 4G Owsem)

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

Pembimbing Utama


Drs. Aan Setiadarata, M.Si

Pembimbing Pendamping


Windhi Tia Saputra, M.Si

Ketua Program Studi


Azwar, SS, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 18 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunianya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Konstruksi Realitas Karakteristik Generasi *Millenial* (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Iklan Axis Versi Bronet 4G Owsem)** sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari semangat, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang sangat membantu penulis. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada Drs. Aan Setiadarma, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Windhi Tia Saputra, M.Si selaku Dosen Pembimbing Pendamping. Kedua orangtua peneliti, Raharjo Slamet dan Tentrem. Kakak-kakak peneliti, Jihad Eko Hutomo dan Dwi Muhammad Furqon. Serta informan kunci peneliti Jefri Maulana Novalino dan informan lainnya yang telah bersedia membantu peneliti dalam mengumpulkan data.

Jakarta, 28 Januari 2019



Rizqy Rahayu

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizqy Rahayu
NRP : 1510411095
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : 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 :

**KONSTRUKSI REALITAS KARAKTERISTIK GENERASI *MILLENNIAL*
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Iklan Axis Versi Bronet 4G
Owsem)**

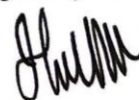
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Januari 2019

Yang menyatakan,



Rizqy Rahayu

Konstruksi Realitas Karakteristik Generasi *Millennial*
**(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Iklan Axis Versi
Bronet 4G Owsem)**

RIZQY RAHAYU

Abstrak

Teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang dengan cepat menjadikan generasi *millennial* berbeda dengan generasi sebelumnya dan memiliki keunikan tersendiri. Generasi *millennial* setidaknya memiliki tiga karakter utama, yaitu *connected, creative, confidence*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui karakteristik generasi *millennial* melalui tanda dan makna yang kemudian dikonstruksikan dalam iklan televisi Axis Bronet 4G Owsem. Penelitian ini dianalisis dengan semiotika Ferdinand De Saussure melalui penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Teori yang digunakan adalah teori konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang menyatakan bahwa televisi memiliki kekuatan untuk mengkonstruksikan realitas sosial. Hasil penelitian dari analisis yang dilakukan adalah penggambaran realitas karakteristik generasi *millennial* dalam kehidupan sehari-hari di era digital. Iklan Axis ingin mengkonstruksikan bahwa generasi *millennial* adalah generasi yang “*owsem*” atau “*awesome*” yang memiliki arti menakjubkan dan Axis memaknainya agar pelanggan Axis bisa tetap eksis dalam segala aktivitas digitalnya dengan pilihan paket internet yang disediakan oleh Axis di jaringan 4G. Besok Sabtu sebagai pembuat iklan diharapkan dapat memberikan hal-hal yang menarik bagi calon konsumen dalam penyampaian pesan tidak hanya menonjolkan unsur humor saja, namun tujuan dari pihak perusahaan untuk menyampaikan pesan melalui iklan lebih diutamakan.

Kata kunci : Generasi Millennial, Semiotika, Iklan Axis, Konstruksi Realitas

***Construction of the Characteristics of Millennial Generations
(Semiotics Analysis of Ferdinand De Saussure on the Axis Bronet 4G Owsem
Ad)***

RIZQY RAHAYU

Abstract

Information and communication technology that is developing rapidly makes the millennial generation different from the previous generation and has its own uniqueness. Millennial generation has at least three main characters, namely connected, creative, confidence. The purpose of this study is to know the characteristics of the millennial generation through signs and meanings which are then constructed in television advertisements Axis Bronet 4G Owsem. This research was analyzed by Ferdinand De Saussure's semiotics through signifier and signified. The theory used is social construction theory of the reality of Peter L. Berger and Thomas Luckman which states that television has the power to construct social reality. The results of the analysis carried out are depictions of the reality of millennial generations in everyday life in the digital era. Axis advertisement wants to construct that millennial generation is the generation that "owsem" or "awesome" that has amazing meanings and Axis means that Axis customers can still exist in all digital activities with the choice of internet packages provided by Axis on the 4G network. BesokSabatu as an advertising agency is expected to be able to provide interesting things for prospective customers in delivering messages not only to highlight the element of humor, but the purpose of the company to deliver messages through advertising is preferred.

Keyword : Millenial Generation, Semiotics, Axis Advertising, Reality
Construction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN	vi
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i>.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Signifikansi Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	15
2.2.1 Periklanan	15
2.2.2 Daya Tarik Iklan	16
2.2.3 Eksekusi Kreatif Iklan	18
2.2.4 Televisi Sebagai Media Periklanan	21
2.2.5 Media Massa dan Realitas Sosial	23
2.2.6 Khalayak Aktif.....	24
2.2.7 Generasi <i>Millenial</i>	26
2.3 Teori Penelitian	27

2.3.1 Analisis Semiotika	27
2.3.2 Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure	30
2.3.3 Konstruksi Sosial atas Realitas	34
2.4 Kerangka Berpikir	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metode Pengumpulan Data	39
3.1.1 Data Primer	39
3.1.2 Data Sekunder	40
3.2 Penentuan Informan	41
3.3 Teknik Analisis Data	43
3.4 Teknik Keabsahan Data	44
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	47
4.1.2 Profil Agensi Periklanan	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Analisis Data Berdasarkan <i>Signifier</i> dan <i>Signified</i>	49
4.2.2 Hasil Wawancara dengan Informan	64
4.3 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pemanfaatan Internet dalam Gaya Hidup	1
Gambar 2 Komposisi Pengguna Internet	2
Gambar 3 Konstruksi Sosial Media Massa	37
Gambar 4 Kerangka Berpikir	38
Gambar 5 Logo Axis	47
Gambar 6 Logo BesokSabtu	48
Gambar 7 Konstruksi Karakteristik Generasi <i>Millenial</i> oleh Media Massa	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2 Waktu Penelitian	45
Tabel 3 <i>Scene 1</i>	50
Tabel 4 <i>Scene 2</i>	51
Tabel 5 <i>Scene 3</i>	52
Tabel 6 <i>Scene 4</i>	54
Tabel 7 <i>Scene 5</i>	55
Tabel 8 <i>Scene 6</i>	57
Tabel 9 <i>Scene 7</i>	58
Tabel 10 <i>Scene 8</i>	60
Tabel 11 <i>Scene 9</i>	61
Tabel 12 <i>Scene 10</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form A5

Lampiran B Hasil Wawancara dengan *Key Informant*

 Hasil Wawancara dengan Informan 1

 Hasil Wawancara dengan Informan 2

 Hasil Wawancara dengan Informan 3

Lampiran C Dokumentasi

Lampiran D Riwayat Hidup