



Judul Skripsi

**REPRESENTASI KEBUDAYAAN INDONESIA DALAM IKLAN PARIWISATA
WONDERFUL INDONESIA VERSI DISCOVER THE RICHNESS OF THE
CULTURE DI YOUTUBE**

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

Nama : Adam Haris Kurniadi

NIM : 1510411071



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU 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 : Adam Haris Kurniadi

NRP : 1510411071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 21 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Adam Haris Kurniadi

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Adam Haris Kurniadi

NRP : 1510411071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul : **Representasi Kebudayaan Indonesia Dalam Iklan Pariwisata *Wonderful Indonesia* Versi *Discover The Richness Of The Culture* Di Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 (satu) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta.

Pembimbing Utama



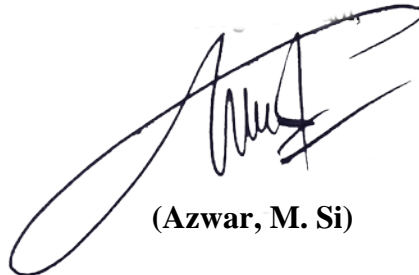
(**Dr. Antar Venus, M. A. Comm**)

Pembimbing Pendamping



(**Ahmad Zakki A., M.Si**)

Ketua Program Studi,



(**Azwar, M. Si**)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal ujian : 17 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan doa kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunianya. Sehingga skripsi berjudul "**REPRESENTASI KEBUDAYAAN INDONESIA DALAM IKLAN PARIWISATA *WONDERFUL INDONESIA* VERSI *DISCOVER THE RICHNESS OF THE CULTURE* DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**" ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah di tentukan.

Berbagai hambatan serta kesulitan telah peneliti hadapi dengan baik dalam penyusunan skripsi ini, namun semuanya dapat penulis lalui berkat dorongan dan semangat banyak pihak yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Antar Venus, MA.Comm selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama masa penyelesaian skripsi.
2. Ahmad Zakki. A, M.Si. Dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dalam hal penulisan skripsi dan semangat dalam penyelesaian skripsi.
3. Azwar, SS, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP "Veteran" Jakarta yang telah menjadi Kaprogdi yang baik dan selalu membantu mahasiswa/i nya
4. Dr. Kusumajanti, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jakarta yang telah berperan dalam perkembangan fakultas serta memberikan saran dan masukan untuk pembuatan laporan skripsi.
5. Staf Tata Usaha serta MIKMAS Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jakarta
6. Orang Tua dan kakak yang selalu mendoakan, mendukung, dan selalu menyemangati dalam mengerjakan skripsi ini.

7. Cut Ikhvani Audina yang telah banyak membantu dalam menyemangati penulis
8. Serta teman –teman seperjuangan di Advertising, teman –teman Ilmu Komunikasi dan teman-teman dari club Frame of Photography dan tidak lupa teman teman IpilBasjok yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti.
9. Dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penyusunan skripsi ini disusun secara sebaik-baiknya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua, Amin

Jakarta, 21 Januari 2019

Adam Haris Kurniadi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Adam Haris Kurniadi
NRP : 1510.411.071
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 Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **REPRESENTASI KEBUDAYAAN INDONESIA DALAM IKLAN PARIWISATA WONDERFUL INDONESIA VERSI DISCOVER THE RICHNESS OF THE CULTURE DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan.

Adam Haris Kurniadi

REPRESENTASI KEBUDAYAAN INDONESIA DALAM IKLAN PARIWISATA WONDERFUL INDONESIA VERSI DISCOVER THE RICHNESS OF THE CULTURE DI YOUTUBE

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

Adam Haris Kurniadi

Abstrak

Iklan pariwisata Wonderful Indonesia versi *Discover The Richness of The Culture* memiliki konsep iklan yang menarik dengan menggunakan konsep iklan keberagaman budaya Indonesia. Didalamnya terdapat bermacam tanda-tanda yang menggambarkan kebudayaan Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi kebudayaan Indonesia yang terdapat dalam iklan pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture* di *Youtube*. Penelitian ini dianalisa menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, serta mitos dalam iklan tersebut. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif yang bersifat interpretatif untuk memfokuskan dirinya pada tanda dan teks, serta bagaimana penulis menafsirkan dan memahami kode atau makna di balik tanda atau teks tersebut. Penelitian ini akan menghasilkan makna denotasi yang timbul dalam iklan tersebut merupakan gambaran nyata yang benar terjadi dari keadaan serta daerah-daerah di Indonesia yang memiliki beragam kebudayaan, makna konotasi yang timbul menggambarkan bahwa kebudayaan Indonesia memiliki cerita tersendiri di setiap *scene-scene* yang tampil dalam iklan tersebut, serta makna mitos yang muncul menggambarkan bahwa setiap budaya Indonesia yang muncul pada iklan tersebut mempunyai cerita dan makna mitos nya masing-masing, dan memang sudah diyakini dan dipercayai, karena mitos yang muncul dari sebuah kebiasaan masyarakat yang terkandung didalam iklan pariwisata *Wonderful Indonesia* versi *Discover The Richness of The Culture*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah iklan ini merepresentasikan kebudayaan Indonesia yang mengandung makna denotasi, konotasi, serta mitos.

Kata kunci : Representasi, Kebudayaan Indonesia, Analisis semiotika Roland Barthes

**INDONESIAN CULTURE REPRESENTATION IN WONDERFUL
INDONESIA TOURISM ADVERTISEMENT VERSION DISCOVER THE
RICHNESS OF THE CULTURE IN YOUTUBE**

(Roland Barthes's Semiotic Analysis)

Adam Haris Kurniadi

Abstract

Tourism ad Wonderful Indonesia version of Discover The Richness of The Culture has an interesting advertising concept using the concept of Indonesian cultural diversity advertising. Inside there are various signs that describe Indonesian culture. This study aims to determine the representation of Indonesian culture contained in the Wonderful Indonesia tourism advertisement by Discover The Richness of The Culture on Youtube. This study was analyzed using Roland Barthes's semiotic analysis theory to find out the meaning of denotations, connotations, and myths in these advertisements. The method used is a qualitative method that is interpretative in nature to focus on signs and text, and how the author interprets and understands the code or meaning behind the sign or text. This research will produce the denotation meaning that arises in the advertisement which is a real picture that actually occurs from the situation and regions in Indonesia that have various cultures, the connotation meaning that arises illustrates that Indonesian culture has its own story in each scene that appears in the advertisement and the meaning of the myth that emerges illustrates that every Indonesian culture that appears in the ad has its own story and meaning of the myth. and indeed it is believed and trusted. because of the myth that emerged from a custom of society. contained in the Wonderful Indonesia tourism advertisement by Discover The Richness of The Culture. The conclusion of this study is that this ad represents Indonesian culture which contains the meanings of denotation, connotation, and myth.

Keywords: Representation, Indonesian Culture, Roland Bartes semiotic analysis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Signifikansi Penelitian	1
1.2 Fokus penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3.1 Pertanyaan Umum.....	7
1.3.2 Pertanyaan Spesifik.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat penelitian.....	8
1.6 Sistematika penulisan.....	8
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	16
2.2.1 Representasi	16
2.2.2 Kebudayaan.....	18

2.2.3 Kebudayaan Indonesia	19
2.2.4 Media Baru.....	21
2.2.5 Youtube	24
2.3 Teori Penelitian	25
2.3.1 Analisis Semiotika	25
2.3.2 Semiotika Iklan	29
2.3.3 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	31
2.4 Kerangka Berfikir.....	35
BAB III.....	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3 Teknik Analisis Data.....	38
3.4 Teknik Keabsahan Data	39
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	40
BAB IV	42
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Profil Perusahaan	43
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Analisis Data Berdasarkan Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos	47
4.3 Pembahasan.....	77
BAB V.....	87
PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis.....	89
Daftar Pustaka	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kenaikan Jumlah Wisatawan	5
Tabel 2	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3	Susunan Jadwal Kegiatan.....	41
Tabel 4	Analisis Scene 1	48
Tabel 5	Analisis Scene 2	50
Tabel 6	Analisis Scene 3	53
Tabel 7	Analisis Scene 4	54
Tabel 8	Analisis Scene 5	56
Tabel 9	Analisis Scene 6	58
Tabel 10	Analisis Scene 7	60
Tabel 11	Analisis Scene 8	62
Tabel 12	Analisis Scene 9	64
Tabel 12	Analisis Scene 10	66
Tabel 13	Analisis Scene 11	68
Tabel 14	Analisis Scene 12	70
Tabel 15	Analisis Scene 13	72
Tabel 16	Analisis Scene 14	74
Tabel 17	Analisis Scene 15.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Logo <i>Wonderful Indonesia</i>	3
Gambar 2	Penari klono Rojo	4
Gambar 3	Peta model tanda Roland Barthes	33
Gambar 4	Kerangka Berfikir	35
Gambar 5	Logo <i>Wonderful Indonesia</i>	44
Gambar 6	Penghargaan <i>Wonderful Indonesia</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita online *Wonderful Indonesia*
- Lampiran 2 Riwayat Hidup