

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