



Tugas Akhir Skripsi:

**DEKONSTRUKSI MAKNA IKLAN BLUEBIRD VERSI
#STANDARNYAMANINDONESIA
(KAJIAN DEKONSTRUKSI DERRIDA)**

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

Nama : Iqtada Bi Muhammad

NIM : 2010411062

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Iqtada Bi Muhammad
NIM : 2010411062
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Dekonstruksi Makna Iklan Bluebird Versi
#StandarNyamanIndonesia (Kajian Dekonstruksi Derrida)

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



(Dr. (Kand) Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn.)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Selasa, 7 Januari 2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Iqtada Bi Muhammad
NIM : 2010411062
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 24 Desember 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Iqtada Bi Muhammad', written in a cursive style.

(Iqtada Bi Muhammad)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Iqtada Bi Muhammad
NIM : 2010411062
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: DEKONSTRUKSI MAKNA IKLAN BLUEBIRD VERSI #STANDARNYAMANINDONESIA (KAJIAN DEKONSTRUKSI DERRIDA) 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 :

Yang menyatakan,



(Iqtada Bi Muhammad)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Iqtada Bi Muhammad
NIM : 2010411062
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Dekonstruksi Makna Iklan Bluebird Versi
#StandarNyamanIndonesia (Kajian Dekonstruksi Derrida)

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

(Dr. (Kand) Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn.)

Penguji 1

(Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si.)

Penguji 2

(Azwar, SS., M.Si)

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: Selasa, 7 Januari 2025

ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis konstruksi makna "standar nyaman Indonesia" dalam iklan Bluebird versi #StandarNyamanIndonesia menggunakan pendekatan dekonstruktif Jacques Derrida. Fokus penelitian adalah membongkar hierarki makna, bias, dan asumsi yang tersembunyi dalam narasi iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan membentuk hierarki dengan menonjolkan keramahan, kebersihan, dan kemudahan akses sebagai inti kenyamanan. Namun, pendekatan dekonstruksi mengungkap bahwa makna tersebut bersifat cair, bias, dan tidak selalu mencerminkan pengalaman pengguna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa "standar nyaman" yang diusung dalam iklan adalah konstruksi sosial yang kompleks dan terbuka untuk interpretasi ulang.

Kata Kunci: Dekonstruksi, Makna, Standar Nyaman, Iklan Bluebird.

ABSTRACT

This study analyzes the construction of the meaning of "Indonesia's standard of comfort" in Bluebird's #StandarNyamanIndonesia advertisement using Jacques Derrida's deconstructive approach. The focus is on uncovering the hierarchy of meaning, biases, and hidden assumptions within the advertisement's narrative. The findings reveal that the advertisement establishes a hierarchy by emphasizing friendliness, cleanliness, and ease of access as the core aspects of comfort. However, the deconstructive approach shows that these meanings are fluid, biased, and do not always reflect users' experiences. This study concludes that the "standard of comfort" promoted in the advertisement is a complex social construct open to reinterpretation.

Keywords: Deconstruction, Meaning, Standard of Comfort, Bluebird Advertisement.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah S.W.T atas segala karunia-Nya, sehingga proposal penelitian ini telah selesai. Usulan penelitian ini berjudul “Dekonstruksi Makna Iklan Blurbird Versi #StandarNyamanIndonesia (Kajian Dekonstruksi Derrida)”. Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang membantu peneliti dalam penulisan usulan penelitian ini, yaitu.

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Kepala Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
3. Bapak Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.
4. Ibu Dr. Dra. Rr. Retno Dyah Kusumastuti M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu peneliti dalam segala urusan akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik selaku yang telah memberikan ilmu-ilmu selama peneliti berkuliah di UPN “Veteran” Jakarta.
6. Ibu dan seluruh anggota keluarga yang menyertai peneliti dengan semangat serta doa.
7. Teman-teman peneliti yaitu Abel, Rahul, Reza, Ucok, Ghifari, Wowink dan TJ yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.

Jakarta, 24 Desember 2024



Iqtada Bi Muhammad

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRACT.....	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.4.1. Tujuan Praktis	10
1.4.2. Tujuan Teoritis	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Akademis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	11
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Konsep Penelitian	19
2.2.1. Makna.....	19
2.2.2. Iklan	19
2.2.3. Media Sosial.....	21
2.3. Teori Penelitian	22
2.3.1. Dekonstruksi Jacques Derrida.....	22
2.4. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Objek Penelitian	27
3.2. Jenis Penelitian.....	27
3.2.1. Paradigma Kritis	27
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1. Observasi.....	28

3.3.2. Dokumentasi	29
3.4. Sumber Data.....	29
3.4.1. Data Primer	29
3.4.2. Data Sekunder	30
3.5. Teknik Analisis Data.....	30
3.5.1. Koding Data	30
3.5.2. Teknik Keabsahan Data	32
3.6. Jadwal Penelitian.....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	34
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	34
4.2. Hasil Penelitian	35
4.2.1. Koding Data	36
4.3. Pembahasan.....	44
4.3.1. Prinsip <i>Intern</i> Teks Mengusik Sistem Kebenaran.....	44
4.3.2. Membongkar Kontradiksi dan Hierarki Metafisik.....	51
4.3.3. Masalah Penyebaran Makna (Diseminasi).....	65
4.4. Ringkasan Hasil	73
BAB V KESIMPULAN.....	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran.....	79
5.2.1. Saran Akademis	79
5.2.2. Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial Indonesia	2
Gambar 2. Data Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia.....	2
Gambar 3. Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. Timeline Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Perencanaan Waktu.....	33
Tabel 3. Deskripsi Iklan Taksi Bluebird versi #StandarNyamanIndonesia	34
Tabel 4. Sekuen Iklan #StandarNyamanIndonesia	36
Tabel 5. Shot Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	40
Tabel 6. Sekuen Pertama Iklan #StandarNyamanIndonesia	45
Tabel 7. Sekuen Kedua Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	47
Tabel 8. Sekuen Ketiga Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	48
Tabel 9. Sekuen Pertama Iklan #StandarNyamanIndonesia	52
Tabel 10. Sekuen Kedua Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	54
Tabel 11. Sekuen Ketiga Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	56
Tabel 12. Sekuen Pertama Iklan #StandarNyamanIndonesia	59
Tabel 13. Sekuen Kedua Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	61
Tabel 14. Sekuen Ketiga Iklan #StandarNyamanIndonesia.....	63
Tabel 15. Analisis Makna Kenyamanan dan Alasan Penggunaan Transportasi...	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi iklan #StandarNyamanIndonesia.....	85
---	----