



REPRESENTASI PESAN KRITIK SOSIAL DALAM IKLAN MARJAN TIKUS RAKUS 2026 (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

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

Nama: Hafish Irfan Pramasta

NIM: 2210411285



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA
2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Hafish Irfan Pramasta

NIM : 2210411285

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, Agustus 2026

Yang menyatakan,



Hafish Irfan Pramasta

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hafish Irfan Pramasta

NIM : 2210411285

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : REPRESENTASI PESAN KRITIK SOSIAL DALAM
IKLAN MARJAN TIKUS RAKUS 2026 (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 21 Juli 2026

Yang menyatakan,



Hafish Irfan Pramasta

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

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

Nama : Hafish Irfan Pramasta
NIM : 2210411285
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 PESAN KRITIK SOSIAL DALAM IKLAN MARJAN
TIKUS RAKUS 2026 (ANALISIS SEMIOTIKA 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 : 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Hafish Irfan Pramasta

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Hafish Irfan Pramasta
NIM : 2210411285
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Representasi Pesan Kritik Sosial Dalam Iklan Marjan Tikus Rakus 2026 (Analisis Semiotika Roland Barthes)

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



(Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA.)

Penguji 1



(Dra. Siti Maryam, M.Si.)

Penguji 2



(Ratu Laura Mulia BP., S.Psi, M.Sc.)

Koordinator Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 20 Juli 2026

REPRESENTASI PESAN KRITIK SOSIAL DALAM IKLAN MARJAN TIKUS RAKUS 2026 (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

HAFISH IRFAN PRAMASTA

ABSTRAK

Iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan kritik terhadap fenomena sosial melalui simbol dan narasi. Iklan Marjan “Tikus Rakus” Tahun 2026 memanfaatkan tokoh Sang Kuni sebagai simbol perilaku serakah yang merepresentasikan berbagai persoalan sosial di masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi pesan kritik sosial dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” Tahun 2026 menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data berupa dua episode iklan, yaitu Tikus Rakus dan Kembali Damai. Unit analisis terdiri atas tujuh scene yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dan dianalisis berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan sebagai pendekatan utama dan didukung perspektif hegemoni Antonio Gramsci untuk memperdalam pemaknaan sosial dan ideologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tingkat denotasi iklan menggambarkan Sang Kuni yang menimbulkan kekacauan dan dihadapi oleh Nakula serta Sadewa. Pada tingkat konotasi, Sang Kuni merepresentasikan keserakahan, penyalahgunaan kekuasaan, dan kepentingan pribadi, sedangkan Nakula dan Sadewa melambangkan keberanian, kepedulian, serta tanggung jawab sosial. Pada tingkat mitos, iklan menyampaikan bahwa keserakahan dan tindakan yang merugikan kepentingan bersama akan menimbulkan kekacauan sosial, sedangkan pengendalian diri, kepedulian, dan kerja sama menjadi nilai penting dalam menjaga kehidupan masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan Marjan “Tikus Rakus” Tahun 2026 tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga merepresentasikan kritik sosial melalui simbol visual dan narasi yang menyampaikan pesan moral kepada masyarakat.

Kata Kunci: Representasi, Kritik Sosial, Iklan Marjan, Semiotika Roland Barthes, Simbol Visual

***Representation of Social Criticism Messages in the 2026 Marjan
"Tikus Rakus" Advertisement: A Roland Barthes Semiotic Analysis***

HAFISH IRFAN PRAMASTA

ABSTRACT

Advertising functions not only as a medium for product promotion but also as a communication medium that conveys social criticism through symbols and narratives. The 2026 Marjan "Tikus Rakus" advertisement employs the character of Sang Kuni as a symbol of greed to represent various social issues occurring in society. This study aims to analyze the representation of social criticism messages in the 2026 Marjan "Tikus Rakus" advertisement using Roland Barthes' semiotic analysis. This research applies a descriptive qualitative approach, with data collected from two advertisement episodes, namely Tikus Rakus and Kembali Damai. The unit of analysis consists of seven selected scenes using purposive sampling, which are analyzed through the levels of denotation, connotation, and myth. Roland Barthes' semiotic analysis is used as the main approach and supported by Antonio G. The findings reveal that, at the denotative level, the advertisement portrays Sang Kuni creating chaos, while Nakula and Sadewa attempt to restore order. At the connotative level, Sang Kuni represents greed, abuse of power, and self-interest, whereas Nakula and Sadewa symbolize courage, social awareness, and responsibility. At the mythical level, the advertisement conveys that greed and actions that prioritize personal interests over the common good lead to social disorder, while self-control, cooperation, and social responsibility are essential values for maintaining harmony. This study concludes that the 2026 Marjan "Tikus Rakus" advertisement functions not only as a promotional medium but also as a representation of social criticism conveyed through visual symbols and narrative.

Keywords: Representation, Social Criticism, Marjan Advertisement, Roland Barthes' Semiotics, Visual Symbols.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Representasi Pesan Kritik Sosial dalam Iklan Marjan ‘Tikus Rakus’ Tahun 2026 (Analisis Semiotika Roland Barthes)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ririen Christiany dan Bapak Agus Prayitno selaku orang tua penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, pengorbanan, serta dukungan moral dan material hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penelitian ini. Tiada kata yang cukup untuk menggambarkan rasa syukur dan terima kasih penulis atas segala hal yang telah diberikan. Semoga pencapaian ini tidak menjadikan penulis tinggi hati, melainkan menjadi pengingat bahwa setinggi apa pun ilmu yang diraih, adab, rasa syukur, dan bakti kepada orang tua merupakan kunci utama yang harus senantiasa dijaga.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA. yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, kritik, serta saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dra. Siti Maryam, M.Si. selaku Dosen Penguji I dan Ratu Laura Mulia BP., S.Psi, M.Sc. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti dalam penyempurnaan penelitian ini.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Alvisha Najwannida, selaku kekasih penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi, perhatian, serta dukungan, dan turut membantu dalam proses penyusunan skripsi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik
2. Sahabat - sahabat Kelas H Angkatan 2022 Ilmu Komunikasi dan Bejo Family yang telah memberikan semangat, dukungan, kebersamaan, serta berbagai pengalaman berharga selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat penulis dari Program Studi Hubungan Internasional, yaitu Darren, Irwan dan Mierza, yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat, serta meluangkan waktu untuk membantu penulis selama proses penyusunan skripsi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Raffi Indrajati dan Khautsar Alip, sahabat penulis dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, yang senantiasa menjadi tempat penulis berbagi cerita dan keluh kesah serta memberikan semangat, motivasi, dan dukungan sejak penulis menjadi mahasiswa baru hingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Sahabat-sahabat penulis dari Program Studi Ilmu Politik, yaitu Hakim, Satria, Mayla dan Astri, yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk meluangkan waktu selama proses penyusunan skripsi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Sahabat-sahabat penulis yang tergabung dalam grup CJ7, yang telah menemani penulis sejak bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP), serta senantiasa menjadi tempat penulis berbagi cerita dan keluh kesah, memberikan semangat, motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya kajian semiotika dan komunikasi massa, maupun bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 30 Juli 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hafidh', written over a horizontal line.

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep Penelitian	21
2.2.1 Representasi	21
2.2.2 Iklan	23
2.2.3 Simbol Visual.....	26
2.2.4 Kritik Sosial.....	28
2.2.5 Pesan Kritik Sosial.....	30
2.3 Teori Penelitian.....	32
2.3.1 Teori Semiotika Roland Barthes	32
2.3.2 Teori Hegemoni Antonio Gramsci	35

2.4 Kerangka Berpikir	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Objek Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Observasi	41
3.3.2 Dokumentasi.....	42
3.4 Sumber Data	43
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder.....	46
3.5 Teknik Analisis Data	46
3.5.1 Reduksi Data	47
3.5.2 Penyajian Data	48
3.5.3 Analisis Denotasi, Konotasi, dan Mitos	48
3.5.4 Interpretasi Pesan Kritik Sosial dan Objek Kritik.....	49
3.5.5 Interpretasi dengan Perspektif Hegemoni Antonio Gramsci	50
3.5.6 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	51
3.6 Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.2 Sinopsis	54
4.3 Unit Analisis Penelitian.....	55
4.4 Analisis Semiotika Representasi Kritik Sosial Pada Iklan Marjan Tikus Rakus 56	
4.4.1 Analisis Scene 1: Kemunculan Pertama Sang Kuni Sebagai Ancaman	56
4.4.2 Analisis Scene 2: Pelarian Sang Kuni	61
4.4.3 Analisis Scene 3: Tikus Berada Di Infrastruktur Kota.....	65
4.4.4 Analisis Scene 4: Sang Kuni Melahap Kripto Di Tengah Kota.....	68
4.4.5 Analisis Scene 5: : Konfrontasi Nakula-Sadewa Dengan Sang Kuni	71
4.4.6 Analisis Scene 6: Serangan Nakula Membuat Sang Kuni Semakin Beringas	75
4.4.7 Analisis Scene 7: Sang Kuni Berhasil Dikalahkan	78

BAB V.....	100
PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Saran Praktis.....	101
5.2.2 Saran Teoritis.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Daftar Scene Iklan Marjan “Tikus Rakus”	44
Tabel 3. 2 Perencanaan Waktu Penelitian.....	51
Tabel 4. 1 Analisis Scene I.....	57
Tabel 4. 2 Analisis Scene II	61
Tabel 4. 3 Analisis Scene III	65
Tabel 4. 4 Analisis Scene IV	68
Tabel 4. 5 Analisis Scene V	71
Tabel 4. 6 Analisis Scene VI.....	75
Tabel 4. 7 Analisis Scene VII	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cuplikan Video Iklan Marjan ‘Tikus Rakus’ Di Akun Youtube Marjan Boudoin Tahun 2026.....	2
Gambar 1. 2 Cuplikan Gambar ‘Tikus Rakus’ Di Akun Youtube Marjan Boudoin Tahun 2026	3
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Cuplikan Gambar “Kemunculan Pertama Sang Kuni Sebagai Ancaman” Di Iklan Marjan “Tikus Rakus“	57
Gambar 4. 2 Cuplikan Gambar “Pelarian Sang Kuni” Di Iklan Marjan “Tikus Rakus“	61
Gambar 4. 3 Cuplikan Gambar “Tikus Berada Di Infrastruktur Kota” Di Iklan Marjan “Kembali Damai“	65
Gambar 4. 4 Cuplikan Gambar “ Sang Kuni Melahap Kripto Di Tengah Kota ” Di Iklan Marjan “Kembali Damai“	68
Gambar 4. 5 Cuplikan Gambar “ Konfrontasi Nakula-Sadewa Dengan Sang Kuni” Di Iklan Marjan “Kembali Damai“	71
Gambar 4. 6 Cuplikan Gambar “Serangan Nakula Membuat Sang Kuni Semakin Beringas” Di Iklan Marjan “Kembali Damai“	75
Gambar 4. 7 Cuplikan Gambar “Sang Kuni Berhasil dikalahkan” Di Iklan Marjan “Kembali Damai“	78