

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SAW, yang telah memberi rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta, terutama kedua orang tua peneliti, Sabran dan R. Saragih yang selama ini telah memberikan kasih sayang dan dukungan baik moril maupun materil sehingga peneliti dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik. Untuk saudara-saudari yang peneliti sayangi. Anis Nawiah, Rama Yudin dan Dewi Anjani, peneliti ucapkan terimakasih atas dukungan yang besar dari mereka bertiga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk Mas Amin Nurdion Ajirido penulis ucapkan banyak terimakasih karena telah banyak memberi masukan dan bimbingan dalam memberikan saran dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.

Skripsi yang berjudul “Persaingan Iklan Minuman Berenergi Di Televisi (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Kuku Bima dan E-Juss)” ini dibuat sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat banyak bimbingan, motivasi, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menghaturkan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. H.Irwan Nst, S.Pd., MAP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

2. Ibu Dra. Effiati J, Hsb, M,Si selaku Dosen Pembimbing I peneliti yang banyak memberi masukan dan bimbingan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Drs. H.Syafruddin Ritonga, MAP selaku Dosen Pembimbing II peneliti yang banyak memberi masukan dan bimbingan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Ibu Rehia K. Isabell B, S.Sos., MSP selaku Ketua Program Study dan Dosen Wali peneliti di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area
5. Seluruh Dosen pengajar di Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmunya kepada peneliti
6. Sahabat-sahabat yang selalu memberi canda tawa serta dukungan kepada peneliti: Amin Nurdion Ajirido, Igit Sisworo, Feri Gunawan, Syukria, Ratna Sari P. Ningrum, Friska Rizki Novianti, Devis Wulan Dari, Helena Sitompul dan Sity Syahada Harafah.
7. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2008 yang bersama-sama menuntut ilmu di Universitas Medan Area yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Teman-teman sesama karyawan CV. Mutiara Covier yang banyak membantu peneliti baik moril maupun material: Bang Ipan, Bang Agus, Bang Eka, Bang Yansah, Bang Amat, Bang Fii dan Bang Jantor

Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati peneliti menerima saran dan masukan yang dapat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi sumbangan pemikiran kepada setiap pembacanya.

Medan, 2012

Peneliti

Muhammad Hazir

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A Latar Belakang Masalah.....	1
B Perumusan Masalah.....	5
C Pembatasan Masalah.....	5
D Tujuan Penelitian.....	6
E Manfaat Penelitian.....	6
F Krangka Teori.....	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A Iklan.....	9
B Semiotika.....	28
C Analisa Semiotika Iklan.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A Jenis Penelitian.....	37
B Operasional Konsep.....	38
C Sumber Berita.....	39
D Konsep Penelitian.....	40
E Teknik Pengumpulan Data.....	41
F Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV ANALISIS DATA	
A Penyajian Data.....	47
B Penyajian Data Iklan Kuku Bima versi “Ener-G Rasa Rosa”.....	47
C Penyajian Data Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	48
D Analisis Data.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A Kesimpulan.....	75
B Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1	Elemen-elemen Bahasa Gambar.....	24
Tabel 2	Kerja Kamera dan Teknik Penyutiran.....	27
Tabel 3	Identifikasi Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	47
Tabel 4	Teknik-teknik dalam Menyutir Gambar Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	47
Tabel 5	Identifikasi Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Buka Rasa Rosa”.....	48
Tabel 6	Teknik-teknik dalam Menyutir Gambar Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	48
Tabel 7	Ikon Scene Pertama Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	52
Tabel 8	Ikon Scene Kedua Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	58
Tabel 9	Ikon Scene Pertama Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	64
Tabel 10	Ikon Scene Kedua Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1	Signifikasi Dua Tahap Roland Bartes.....	32
Gambar 2	Scene Pertama Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	49
Gambar 3	Scene Kedua Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	56
Gambar 4	scene Penutup Iklan Kuku Bima versi “Energi Rasa Rosa”.....	61
Gambar 5	Scene Pertama Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	63
Gambar 6	Scene Kedua Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	67
Gambar 7	Scene Penutup Iklan E-Juss versi “Energi Ginseng Anggur Bukan Rasa Rosa”.....	72