

**ANALISIS SEMIOTIKA BRAND IMAGE DALAM IKLAN  
KOPI TUBRUK GADJAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Muhammadiyah Jember

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**2021**

**ANALISIS SEMIOTIKA BRAND IMAGE DALAM IKLAN  
KOPI TUBRUK GADJAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Jember  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :

**Amalia Nadia Agustin**

**1710521029**

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

**2021**



## **PERSEMPAHAN**

Dengan segala puji syukur atas kehadirat Allah SWT serta dukungan moral maupun moril dari orang-orang terkasih, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa penuh bangga dan bahagia saya sampaikan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Pertama, kepada Allah SWT, karena atas izin dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai waktunya. Puji syukur kepada Allah SWT telah mengabulkan doa-doa hingga saat ini dan telah memberikan kejutan-kejutan yang tak terhingga oleh hambanya.
2. Kedua, kepada kedua orang tua saya, bapak Suherman dan ibuk Wasiniati, sudah sepenuh hati mendukung saya, mendoakan saya, sampai saya bisa berada di titik seperti sekarang.
3. Ketiga, untuk adik dan saudara-saudara yang sudah mendukung saya terimakasih banyak juga keluarga besar akung Tonawi karena selalu memberi semangat dan doa serta moral.
4. Keempat, kepada dosen pembimbing saya Ibu Ari Susanti, S.sos., M.Med., kom yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya dengan penuh kesabaran, menuntun penggeraan skripsi saya dengan telaten. Selalu memberi semangat untuk terus belajar.
5. Kelima, terimakasih kepada teman-teman terdekat, karena telah membantu tiap perjalanan penelitian ini.
6. Keenam, Anggota anti teror, team hura, IK17, firmansyah, dan semua pihak yang terlibat.
7. Ketujuh, Almamaterku yang mengantarkan dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

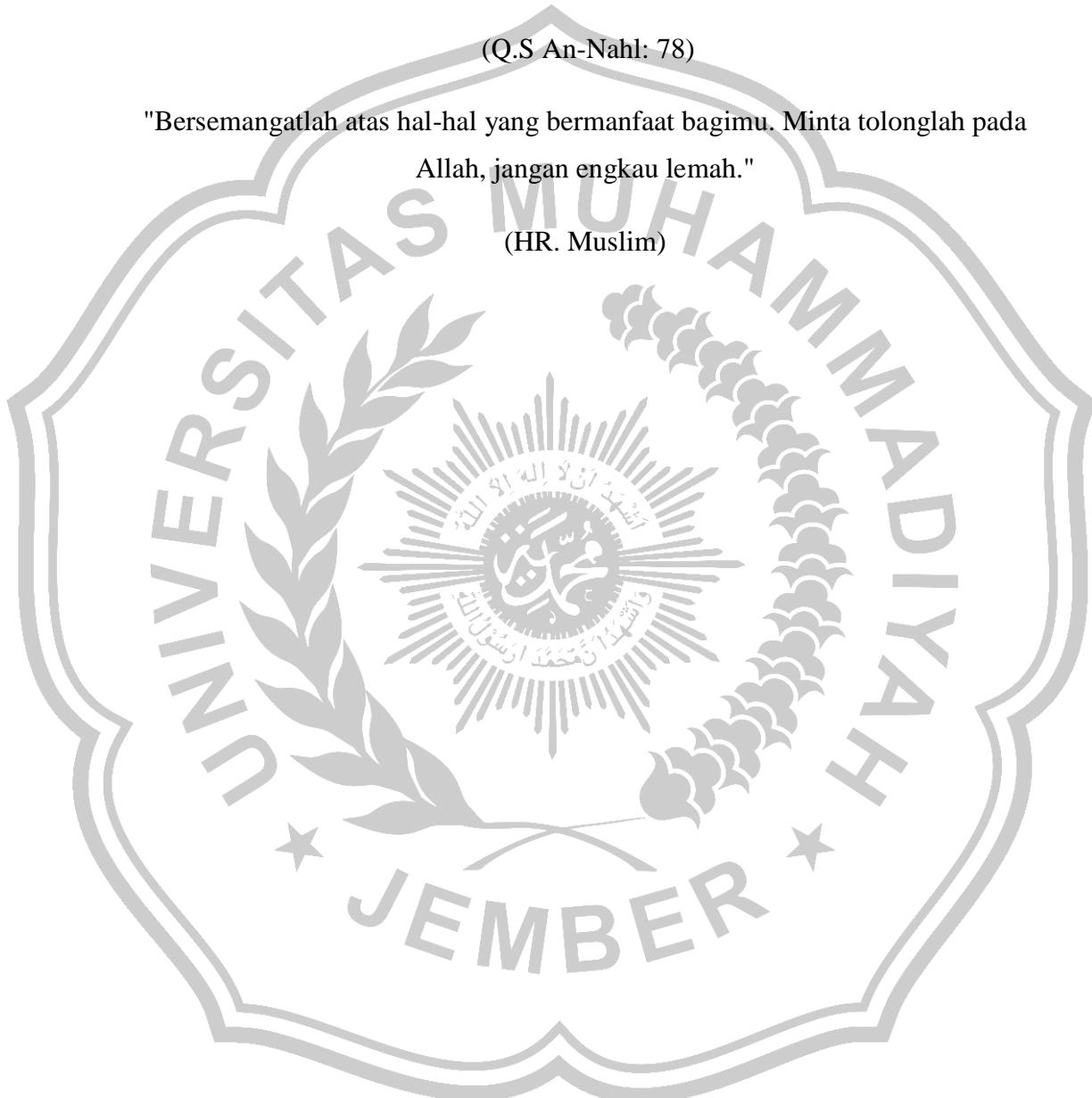
## MOTTO

"Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu apa pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati agar kamu bersyukur."

(Q.S An-Nahl: 78)

"Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah."

(HR. Muslim)



## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

### **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Nadia Agustin

NIM : 1710521029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang sayaaku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 21 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Amalia Nadia Agutin  
NIM: 1710521029

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul: **ANALISIS SEMIOTIKA BRAND IMAGE DALAM IKLAN KOPI TUBRUK GADJAH**

Oleh:

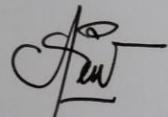
**Amalia Nadia Agustin**

**NIM 1710521029**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji

Jember, 21 Agustus 2021

Pembimbing I



Ari Susanti S.Sos.,M.Med.Kom  
NIP.19770401.1.1703807

## **HALAMAN PENGESAHAN**

### **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi oleh Amalia Nadia Agustin, NIM: 1710521029 ini telah dipertahankan didepan Tim Pengaji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

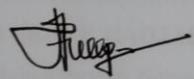
Hari : Sabtu

Tanggal : 21 Agustus 2021

Tempat : Online Via Zoom

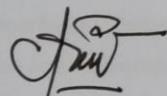
#### **Tim Pengaji:**

Ketua,



Dr. Juariyah, M.Si  
NIP: 196708061993032002

Sekretaris,



Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom  
NPK: 19770401.1.1703807

Anggota,

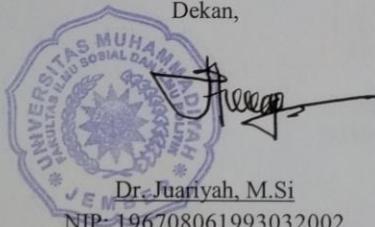


Drs. Hery B. Cahyono M.Si.  
NPK: 02 11 316

Mengetahui:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,



## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

### **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Nadia Agustin  
NIM : 1710521029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS SEMIOTIKA BRAND IMAGE DALAM IKLAN KOPI TUBRUK GADJAH”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jember

Pada tanggal: 21 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



**Amalia Nadia Agustin**

**NIM: 1710521029**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ANALISIS SEMIOTIKA BRAND IMAGE DALAM IKLAN KOPI TUBRUK GADJAH” yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tiada manusia yang sempurna di dunia ini karena itu pasti mempunyai kekurangan-kekurangan. Penulis tak lepas dari kekurangan itu, sehingga apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, merupakan kebanggaan bagi penulis apabila ada kritik maupun saran-saran yang baik merupakan bekal untuk melangkah kejalan yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Juariyah M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Dr. Sudahri S.Sos., M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ari Susanti, S.sos., M.Med., kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Semua teman-teman yang telah membantu hingga tersusun skripsi ini.

Semoga Allah s.w.t memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penyusun. Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 21 Agustus 2021

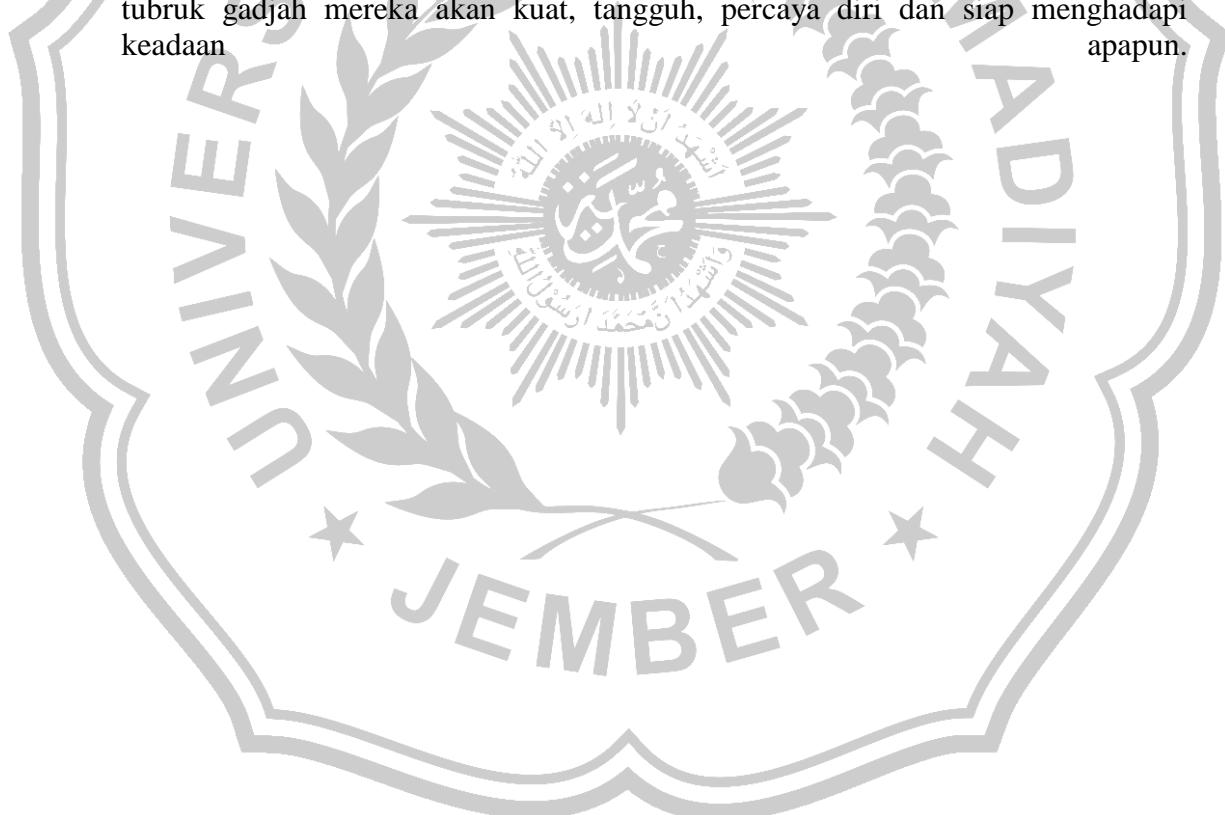
Penulis

## ABSTRAK

Agustin, Amalia Nadia, 2021. *Analisis Semiotika Brand Image Dalam Iklan Kopi Tubruk Gadjah*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing Ari Susanti, S.sos., M.Med., kom.

**Kata kunci :** *Semiotika, Brand Image, Iklan*

Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang dilatarbelakangi oleh suatu penayangan iklan yang unik di televisi. Dengan menggunakan semiotika pierce peneliti terfokus pada makna tanda yang terkandung dalam iklan Kopi Tubruk Gadjah. Ikon, Simbol dan Indeks merupakan tanda yang dapat mempresentasikan pada iklan Kopi Tubruk Gadjah. Metode penelitian ini adalah Kualitatif yang bersifat deskriptif dimana hal ini disebabkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang sifatnya non-hitung dengan mengambil wawasan yang seluas-luasnya. Sebagai alat pengumpul data, dilakukan observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini akan dibahas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna tanda yang terkandung pada brand image dalam iklan kopi tubruk gadjah. Hasil dari penelitian ini merupakan simbol kepala gajah memiliki makna kepuhanan dan kekuatan dimana kopi tubruk sudah ada dari zaman dahulu yang artinya kopi tubruk gadjah akan melambung tinggi sampai sulit didapat karena banyak masyarakat yang menikmatinya. Dan simbol kekuatan karena gajah mempresentasikan kekuatan dalam kopi tersebut, ketika seseorang minum kopi tubruk gadjah mereka akan kuat, tangguh, percaya diri dan siap menghadapi apapun.



## ABSTRACT

Agustin, Amalia Nadia, 2021. *Analisis Semiotika Brand Image Dalam Iklan Kopi Tubruk Gadjah*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing Ari Susanti, S.sos., M.Med., kom.

**Kata kunci :** *Semiotika, Brand Image, Iklan*

This thesis is the result of research which is motivated by a unique advertisement on television. By using Pierce semiotics, the researcher focused on the meaning of the sign contained in the Kopi Tubruk Gadjah advertisement. Icons, Symbols and Indexes are signs that can represent the Kopi Tubruk Gadjah advertisement. This research method is qualitative descriptive in nature where this is due to the research conducted by the authors who are non-calculated by taking the broadest possible insight. As a data collection tool, observations and documentation were carried out. In this study, the purpose of this study will be to determine the meaning of the sign contained in the brand image in the advertisement for Kopi Turuk Gadjah. The results of this study are a symbol of the elephant's head having the meaning of extinction and strength where brewed coffee has existed from ancient times, which means that the elephant's tubruk coffee will soar high until it is difficult to obtain because many people enjoy it. And a symbol of strength because elephants represent strength in the coffee. When someone drinks coffee, they will be strong, tough, confident and ready to face any situation.



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
PERSEMBERAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vi
HALAMAN PENGESAHAN .....	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II .....	6
TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Komunikasi Pemasaran .....	9
2.2.1. Promotion Mix .....	11
2.2.2. Iklan .....	13
2.3. Brand Image .....	15
2.4. Analisis Semiotik .....	17
2.4.1. Semiotika Pierce .....	18
2.5. Kerangka Pemikiran .....	20
BAB III .....	22

METODE PENELITIAN.....	22
3.1.    Jenis Penelitian .....	22
3.2.    Objek Penelitian .....	23
3.3.    Sumber Data Penelitian .....	23
3.4.    Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5.    Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.6.    Teknik Analisis Data .....	24
BAB IV .....	26
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	26
4.1.    Gambaran Obyek Penelitian.....	26
4.1.1.    Profil Iklan Kopi Tubruk Gajah.....	26
4.1.2.    Sinopsis Iklan.....	27
4.1.3.    Profil Produsen Kopi Tubruk Gadjah .....	27
4.2.    Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	27
4.2.1.    Analisis Semiotika Charles Pierce .....	36
4.2.2.    Kopi Tubruk Gadjah Sebagai Warisan Budaya Bangsa .....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	41
5.1    Kesimpulan.....	41
5.2    Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA .....	42
LAMPIRAN.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Tiga Sahabat Berkumpul Bersama Sambil Sinum Kopi .....	28
Gambar 4 2 Seseorang Sedang Menyeruput Secangkir Minuman .....	29
Gambar 4 3 Tiga sahabat sedang menoleh kearah yang sama.....	30
Gambar 4 4 seseorang sedang menyeruput secangkir minuman .....	31
Gambar 4 5 Tiga sahabat terkejut saat melihat tembok retak dan hancur .....	32
Gambar 4 6 Muncul seekor kepala gajah dari tembok bata.....	33
Gambar 4 7 Pria baju hitam dan wanita itu menoleh ke arah pria baju abu-abu ..	34
Gambar 4 8 Semua pemain menikmati secangkir minuman dengan label gelas kopi tubruk gadjah .....	36

