

**REPRESENTASI NARSIS DALAM IKLAN TELEVISI
(STUDI SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN AXIS
VERSI GANTENG DIKIT CEKREK)**

SKRIPSI



**OLEH
SERGI M. QURAYZI
NIM. 1210521015**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
MEI 2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Sergi Mawaruffa Qurayzi, NIM: 1210521015 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 9 Juni 2016

Tempat : Lantai 3 Gedung C ruang 4.3 Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Hery B. Cahyono, M. Si
NIDN. 0713046301

Suyono, SH., M.I.Kom.
NIDN. 0705086503

Anggota,

Sudahri, S.Sos.,M.I.Kom
NIDN. 0704067901

Mengetahui:
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember
Dekan,

Drs. Hery B. Cahyono, M. Si
NIDN. 0713046301

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: “REPRESENTASI NARSIS DALAM IKLAN TELEVISI (STUDI SEMIOTIKA PADA IKLAN AXIS VERSI GANTENG DIKIT CEKREK)” yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas 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 masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, merupakan bekal melangkah kejalan yang lebih sempurna.

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

1. Bapak Drs. Hery B. Cahyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Suyono, SH.,M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga semua bantuan, dorongan dan bimbingan yang telah diberikan itu akan mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 18 Mei 2016

Sergi Mawaruffa Qurayzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Media Massa.....	5
2.1.1 Penelitian Media Massa.....	6
2.2 Televisi.....	9
2.2.1 Iklan Televisi.....	12
2.2.2 Konsep Iklan Televisi.....	16
2.2.3 Fungsi Iklan.....	18
2.2.4 Tujuan Iklan.....	20
2.2.5 Unsur-unsur Iklan.....	21
2.2.6 Bentuk-bentuk Iklan.....	22
2.2.7 Kelebihan Televisi.....	27
2.2.8 Kelemahan Televisi.....	31
2.3 Teori Semiotika.....	33
2.3.1 Semiotika dan Tokoh.....	37
2.3.2 Prinsip Semiotika Menurut Roland Barthes.....	39
2.3.3 Model Analisis Pemaknaan Konotatif Dan Denotatif.....	42
2.4 Konsep Representasi.....	44
2.5 Konsep Narsis.....	47
2.5.1 Awal Mula Narsisme.....	49
2.5.2 Ciri-ciri Narsisme.....	51
2.5.3 Narsis Versus Eksis.....	51

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Objek Penelitian.....	53
3.3 Sumber Data.....	53
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Teknik Analisis Data.....	54
1. Tahap Pemilahan Segmen.....	54
2. Tahap Analisis.....	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Produk dan Produk.....	55
4.2 Deskripsi Seri Iklan.....	56
4.3 Representasi Narsis Dalam Iklan Axis Versi Ganteng Dikit Cekrek.....	56
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xvii

JADWAL PENELITIAN

No.	Uraian Kegiatan	Bulan Ke:				
		3	4	5	6	7
1	Pengajuan judul penelitian					
2	Penulisan proposal penelitian					
3	Penelitian					
4	Pembuatan bab 4					
5	Pembuatan bab 5					
6	Revisi penelitian					
7	Persetujuan acc penelitian skripsi					

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, Burhan. 2008. *Kontruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dagun, Save M. 1997. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Fiske, John. 2011. *Cultural And Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Monle., dan Johnson, Carla,. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Moleong, Lexy. 1991. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Severin, Werner J. dan Tankard, James W. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Ke-5*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tondowidjojo. 1985. *Media Massa dan Pendidikan Kanisius*. Yogyakarta: UII Press.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Yusuf, Awaluddin. 2005. *Representasi Etnik Tionghoa Dalam Iklan Dukacita*. Yogyakarta: UII Press.

Sumber referensi lain :

http://googleweblight.com/?lite_url=http://m.republika.co.id/berita/humaira/sana-sini/13/09/06/msofh2-8-ciri-orang-narsis&ei=1ldQTnV-&lc=en-1D&s=1&m=36&host=www.google.co.id&ts=1460619042&sig=APY536xP91Xp8ZZM9i6Fkcnk-ppbhLCQ

<https://id.m.wikipedia.org>

<https://m.youtube.com/watch?v=YJKybbEkUws>

<https://www.translate.com/english/eksis-di-dalam-kosakata-pergaulan-modern-dpat-diartikan-sebagai-terkenal-popular-dan-kerap-mucnh/26848420>

nationalgeographic.co.id

www.axisnet.id

Wulandari, Diah Sito. *Representasi Metroseksual dalam Iklan Televisi (Studi Semiotika Terhadap Garnier Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub)*.

Tidak Diterbitkan: 2012.