

**SKRIPSI**

**IKLAN KISPRAY DI TELEVISI DALAM MEMBENTUK PILIHAN**

**KONSUMEN**

**(Analisis Semiotika pada Iklan Kispray Versi “Pilihan Istri Cerdas” tahun  
2009)**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

**ANNA SETYAWATI**

1610414120003

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**BANJARMASIN**

**2023**

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Pertama-tama saya ucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas kemudahan, kesehatan, nikmat, dan juga rahmat yang telah diberikan, sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua, adik, dosen pembimbing, dan seluruh teman-teman yang ikut andil membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.

Terima kasih banyak telah memberikan semangat, do'a, bantuan, serta motivasinya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Merekalah yang membuat semuanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai.

Terima kasih banyak atas semua pengorbanan, nasihat, kasih sayang, dan do'a yang tak pernah hentinya kalian berikan kepada saya khususnya ayah dan ibu saya tercinta. Terima kasih kepada seluruh teman-teman program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2016, teman seperjuangan yang sudah menemani, membantu serta memberikan dukungan di saat pengerjaan skripsi

## **LEMBAR PERNYATAAN**

### **YANG BERTANDA TANGAN DIBAWAH INI :**

NAMA : Anna Setyawati  
TEMPAT/TANGGAL LAHIR : Tamiang Layang, 04 Maret 1999  
NIM : 1610414120003  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
FAKULTAS : FISIP ULM Banjarmasin

Dengan ini saya menyatakan

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan doktor) baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing dan masukan dari tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat peyang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Banjarmasin, 12 Juli 2023

MATERAI  
TEMPEL  
10000

Anna Setyawati  
(1610414120003)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan. Brigjend H. Hasan Basry Kayu Tangi 70123  
Telp. (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

IKLAN KISPRAY DI TELEVISI DALAM MEMBENTUK PILIHAN KONSUMEN

(Analisis Semiotika pada Iklan Kispray Versi "Pilihan Istri Cerdas" tahun 2009)

- A. Nama Mahasiswa : Anna Setyawati  
NIM : 1610414120003
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~78,56~~ (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada 14 Juni 2023.

C. Tim Penguji:

a. Ketua

Dr. Fahrianoor, M.Si  
NIP.197403132006041002

(.....)

b. Sekretaris

A. Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom., M.A  
NIP. 19900108201707104001

(.....)

c. Anggota

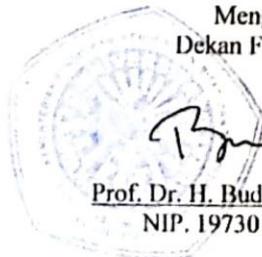
Astinana Yulianti, S.S., M.Ikom  
NIP.198907302019032018

(.....)

Banjarmasin, 26 Juni 2023  
Ketua Pembimbing

Dr. Fahrianoor, M.Si  
NIP. 197403132006041002

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.,  
NIP. 19730122 199802 1 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Rabu Empat Belas Juni Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3306/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 12 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Anna Setyawati  
NIM : 1610414120003  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Iklan Kispray Dalam Membentuk Pilihan Konsumen (Analisis Semiotika Pada Iklan Kispray Versi "Pilihan Istri Cerdas Tahun 2009)

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi  
Waktu Ujian : 11.00 s/d selesai  
Nilai : 78,56 (A-)  
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 14 Juni 2023

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Anna Setyawati

1. Ketua : Dr.Fahrianoor.,M.Si  
( )
2. Sekretaris : Achmad Bayu C.,S.Ikom.,M.A  
( )
3. Anggota : Astinana Yuliarti,S.S.,M.Ikom  
( )

Mengetahui/membenarkan :  
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti,S.IP.,M.Si  
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Anna Setyawati  
NIM : 1610414120003  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Iklan Kispray Dalam Membentuk Pilihan Konsumen  
(Analisis Semiotika Pada Iklan Kispray Versi "Pilihan Istri Cerdas Tahun 2009)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr.Fahrianoor.,M.Si	77	
2.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	76	
3.	Astinana Yuliarti,S.S.,M.Ikom	79	
Jumlah		236	
Nilai Rata-rata		78,67	Nilai Akhir = 78,56 CA -

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 14 Juni 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 3306/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Dr.Fahrianoor.,M.Si
2. Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A
3. Astinana Yuliarti,S.S.,M.Ikom

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Anna Setyawati  
NIM : 1610414120003  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Iklan Kispray Dalam Membentuk Pilihan Konsumen  
(Analisis Semiotika Pada Iklan Kispray Versi "Pilihan Istri  
Cerdas Tahun 2009)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023  
J a m : 11.00 WITA - Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 12 Juni 2023  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



Balai  
Sertifikasi  
Elektronik

Catatan

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik atau hasil olahannya merupakan aset digital yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN.

## ABSTRAK

**Anna Setyawati, 1610414120003, 2023, Iklan Kispray di Televisi dalam Membentuk Pilihan Konsumen (Analisis Semiotika pada Iklan Kispray Versi “Pilihan Istri Cerdas” tahun 2009)** dibimbing oleh Fahrianoor dan Achmad Bayu Chandrabuwono.

Iklan televisi mempunyai dampak yang besar kepada khalayak dalam bentuk audio visual. Kreativitas pengiklan bisa dimanfaatkan dan dioptimalkan dengan menggabungkan gerakan, keindahan, drama, warna, suara, musik, sensasi ketegangan, dan komedi. Iklan adalah suatu bentuk komunikasi non personal dan komersial. Iklan digunakan untuk menjangkau berbagai afiliasi, menciptakan nama merek. Iklan adalah sebuah representasi visual untuk menciptakan komunikasi menjadi gaya hidup selanjutnya diatur menjadi sebuah gambar, tema, serta makna simbolis.

Pada kali ini, metode pendekatan penelitian yang peneliti gunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan studi Literatur. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan menganalisa mengenai makna pesan dalam iklan Kispray versi “Pilihan Istri Cerdas” Tahun 2009 di televisi dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yaitu dengan membagi semiotika jadi tiga bagian diantaranya yaitu: denotasi, konotasi dan mitos.

Pada hasil penelitian, dari analisis yang telah didapatkan mengenai makna menunjukkan bahwa iklan mengusung tema yang sederhana yaitu dengan konsep rumah tangga dengan kebiasaannya mencuci baju menggunakan tangan dan memberikan pewangi dengan cara direndam yang berlatarkan jemuran pakaian, dari visual iklan menunjukkan bahwa target pasar produk yaitu ibu rumah tangga, terlihat teknik memberikan pewangi dengan cara tersebut membuat kelelahan dan boros, dengan munculnya produk Kispray dapat memberikan solusi praktis, hemat, dan tahan lama untuk pewangi pakaian. Hal itu mengubah teknik memberikan pewangi pakaian yang dianggap kuno menjadi mudah & praktis.

**Kata kunci:** Iklan, Semiotika, Roland Barthes

## **ABSTRACT**

***Anna Setyawati, 1610414120003, 2023, Kispray Advertisements on Television in Forming Consumer Choices (Semiotic Analysis of Kispray Advertisements, the “Smart Wives Choice” Version, 2009) supervised by Fahrianoor and Achmad Bayu Chandrabuwono.***

*Television advertisements have a great impact on audiences in the form of audio-visual. Advertisers' creativity can be harnessed and optimized by combining motion, beauty, drama, color, sound, music, suspense and comedy. Advertising is a form of non-personal and commercial communication. Advertising is used to reach various affiliates, creating a brand name. Advertising is a visual representation to create communication into a lifestyle which is then organized into an image, theme, and symbolic meaning.*

*At this time, the research approach method used by researchers is a qualitative approach, namely by using a descriptive research type. Data collection techniques in this study are observation, documentation, and literature study. This study aims to find out and analyze about the meaning of the message in the 2009 version of the Kispray advertisement "Choice of a Smart Wife" on television using Roland Barthes's semiotic approach, namely by dividing semiotics into three parts, namely: denotation, connotation and myth.*

*In the results of the study, from the analysis that has been obtained regarding the meaning, it shows that the advertisement carries a simple theme, namely with the concept of households with the habit of washing clothes by hand and giving fragrance by soaking them on clothesline, from visual advertisements it shows that the target market for the product is mothers. In households, it can be seen that the technique of providing perfume in this way makes it tiring and wasteful, with the advent of Kispray products it can provide practical, economical and long-lasting solutions for deodorizing clothes. It changes the technique of giving clothes perfume which is considered ancient to be easy & practical.*

***Keywords:*** Advertising, Semiotics, Roland Barthes

## KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas Berkah, Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Proposal skripsi ini dengan judul **“Iklan Kispray di Televisi dalam Membentuk Pilihan Konsumen (Analisis Semiotika pada Iklan Kispray Versi “Pilihan Istri Cerdas” tahun 2009)**, serta sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta pengikut Beliau hingga akhir zaman. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada Program Strata-1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.

Penulis tentunya menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dalam penyusunan proposal skripsi ini, sehingga masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan dari segi aspek materi yang disajikan maupun dalam teknik penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan.

Penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dukungan, motivasi, bimbingan serta semangat dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Yuanita Setyastuti, S.I.P.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
4. Astinana Yuliarti, S.S.,M.I.kom selaku Dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan bimbingan, masukan, arahan dan sumbangsih pemikiran dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Fahrianoor, S.IP, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan, sumbangsih pemikiran dalam proses penulisan dan penyusunan proposal skripsi ini.
6. A. Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., MA, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan, sumbangsih pemikiran dalam proses penulisan dan penyusunan proposal skripsi ini.
7. Dr. Siswanto Rawali, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberi arahan, nasehat dan bimbingan selama masa perkuliahan. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah

mendidik dan banyak memberikan ilmu pengetahuan selama menjalani masa kuliah serta terima kasih kepada seluruh staf Prodi Ilmu Komunikasi.

8. Para Staf Akademik, Kemahasiswaan, perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak membantu penulis.
9. Kedua orang tua, Adik dan Keluarga yang telah memberikan dukungan secara materil maupun moril, semangat, kasih sayang, serta doa kepada penulis sehingga selalu bersemangat dalam mengerjakan proposal skripsi ini.
10. Teman-teman dari Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2016, dan teman-teman seperjuangan: Atik Asniyah, Nor Risna, Aina Rahmawati, Mulyani, Ririn Purnawati dan Sumiati yang telah memberi bantuan, semangat, motivasi serta tempat bertukar pikiran.

Akhir kata semoga Allah SWT memberikan kebaikan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam kelancaran penyusunan proposal skripsi ini.

Banjarmasin, Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

### JUDUL

<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
<b>BAB II TINJAUAN TEORI</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Sejenis	10
2.2 Tinjauan Konseptual	12
2.2.1 Komunikasi	14
2.2.2 Iklan	21
2.2.3 Televisi	25
2.2.4 Iklan Televisi	29
2.2.5 Media Massa	31
2.2.6 Komunikasi Massa	32
2.2.7 Semiotika	37
2.2.8 Semiotika Roland Barthes	40
2.3 Tinjauan Teori	45
2.4 Kerangka Pemikiran	53

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>55</b>
3.1 Pendekatan Penelitian	55
3.2 Tipe Penelitian	56
3.3 Objek Penelitian	56
3.4 Jenis dan Sumber Data	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Teknik Analisis Data	60
3.7 Triangulasi Data	61
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum	63
4.2 Hasil Penelitian	64
4.3 Pembahasan	72
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan kispray “pilihan istri cerdas” edisi tahun 2009.....	4
Gambar 1.2 Iklan kispray “pilihan istri cerdas” edisi tahun 2013.....	5
Gambar 1.3 Iklan kispray “pilihan istri cerdas” edisi tahun 2014.....	5
Gambar 2.1 Peta Roland Barthes.....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	10
Tabel 2.2 Kerangka pemikiran.....	44
Tabel 3.6.2 Alur Analisis Semiotika Roland Barthes.....	51
Tabel 3.6.3 Tabel Penyajian Data.....	61