

SKRIPSI
Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48 melalui Analisis
Semiotika Roland Barthes

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Dian Febrianti

2210414220002

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2026

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil Alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam karena atas karunia dan kuasaNya maka skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orangtua penulis sebagai tanda cinta, hormat dan rasa syukur penulis yang tidak terhingga kepada mereka yaitu **Bapak Iswandi** dan **Ibu Makhrita**, yang telah mengasihi, merawat serta mendidik penulis sendari lahir hingga dewasa. Serta tak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada kakak penulis **Dita Apriani**, **S.M** dan adik penulis yang tersayang **Dimas Saputra** atas kehadiran, motivasi dan semangatnya selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Semoga setiap langkah kalian semua selalu di lindungi dan selalu dalam keberkahan dari Allah SWT walaupun kita terpisah jarak 445 km dan 232 km jauhnya.

Dan terakhir skripsi ini penulis persembahkan untuk diri penulis sendiri, **Dian Febrianti** karena telah berhasil ada ditahap ini dan melawan rasa keraguan dan takut yang luar biasa besarnya selama menjalani hal ini. Terimakasih atas semua usaha yang telah dilakukan dan terimakasih karena sudah bertahan hidup lebih lama serta beribu maaf aku ucapkan atas perjalanan yang tidak sempurna dan tidak sesuai rencana. Semoga ilmu dan pengalaman yang didapatkan berkah dunia akhirat. aamiin Allahumma aamiin.

LEMBAR PENGESAHAN

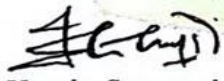
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48 melalui Analisis Semiotika Roland Barthes

- A. Nama Mahasiswa : Dian Febrianti
NIM 2210414220002
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. Fahranoor, S.IP M.Si. []
NIP. 197403132006041002
 - b. Penguji I
Muhammad Nizar Hidayat S.IP.,M.A. []
NIP. 198911282020121011
 - c. Penguji II
Noviana Sari, S.IP.,M.A. []
NIP. 198511072015042001

Banjarmasin, 7 Juli 2026

Ketua Jurusan
Ilmu Komunikasi


Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si
NIP. 198208212006042002

Ketua Pembimbing


Dr. Fahranoor, S.IP
M.Si
NIP. 197403132006041002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM


Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001

LEMBAR ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya bertanda tangan bahwa,

Nama : Dian Febrianti
NIM : 2210414220002
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarbaru, 18 Februari 2004
Program Studi : SI-Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Alamat Email : 2210414220002@mhs.ulm.ac.id
Judul Skripsi : Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48
melalui Analisis Semiotika Roland Barthes

Saya menyatakan sebenar-benarnya bahwa skripsi dan penelitian ini adalah murni ditulis dan diteliti oleh penulis, hasil karya ilmiah ini bukan merupakan hasil praktik plagiarisme. Seluruh sumber yang digunakan penulis dalam karya ilmiah ini dicantumkan pada halaman daftar pustaka.

Apabila suatu saat terdapat praktik penyimpangan, manipulasi, dan plagiarisme yang terbukti dalam karya ilmiah ini dan mengindikasikan bukan murni hasil karya ilmiah yang saya tulis. Penulis siap menerima konsekuensi berdasarkan aturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat ini saya buat secara sadar dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 15 September 2026
Yang membuat pernyataan



Dian Febrianti
NIM. 2210414220002

LEMBAR BERITA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS 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 Selasa Tujuh Juli Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2302/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 3 Juli 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Dian Febrianti
NIM : 2210414220002
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT 48 melalui Analisis Semiotika Roland Barthes

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 10.00 s/d selesai
Nilai : 77,2
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

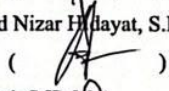
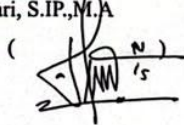
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 7 Juli 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Dian Febrianti

1. Ketua : Dr.Fahrianoor.,M.Si
()
2. Sekretaris : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.
()
3. Anggota : Noviana Sari, S.IP.,M.A
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

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

LEMBAR DAFTAR NILAI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS 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 : Dian Febrianti
NIM : 2210414220002
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT 48 melalui Analisis Semiotika Roland Barthes

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr.Fahrianoor.,M.Si	77	
2.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	78	
3.	Noviana Sari, S.IP.,M.A	76	
Jumlah		231	
Nilai Rata-rata		77	Nilai Akhir = 77,2

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 7 Juli 2026

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

LEMBAR SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2302/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Dr. Fahrianoor, S.IP, M.Si
2. Muhammad Nizar Hidayat, MA
3. Noviana Sari, S.IP, MA

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

Nama : Dian Febrianti
NIM : 2210414220002
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT 48 melalui
Analisis Semiotika Roland Barthes

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 07 Juli 2026
J a m : 10.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 3 Juli 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).



ABSTRAK

Dian Febrianti. 2210414220002. 2026. Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48 melalui Analisis Semiotika Roland Barthes. Skripsi. Dibimbing oleh Fahrianoor.

Perkembangan media digital mendorong iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi yang memanfaatkan unsur visual, verbal, dan audio untuk menyampaikan pesan secara kreatif. Iklan Axioo x JKT48 menampilkan berbagai tanda yang membangun makna kreativitas melalui penggunaan warna, ekspresi, gesture, storytelling, musik, dan simbol. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna kreativitas dalam iklan Axioo x JKT48 melalui analisis semiotika Roland Barthes.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Analisis dilakukan terhadap enam adegan utama dengan mengidentifikasi tanda visual, verbal, dan audio berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan mitos.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dalam iklan dibangun melalui perpaduan unsur visual, verbal, dan audio yang saling mendukung dalam penyampaian pesan. Makna denotasi menunjukkan aktivitas yang tampak secara langsung, makna konotasi menggambarkan kreativitas sebagai strategi komunikasi yang menarik perhatian audiens, sedangkan makna mitos menunjukkan bahwa teknologi modern direpresentasikan sebagai bagian dari gaya hidup generasi muda yang aktif, kreatif, dan mengikuti perkembangan zaman.

Kata Kunci: Kreativitas, Iklan, Semiotika Roland Barthes, Axioo, JKT48

ABSTRACT

Dian Febrianti. 2210414220002. 2026. The Meaning of Creativity in the Axioo x JKT48 Advertisement Through Roland Barthes' Semiotic Analysis. Supervised by Fahrianoor.

The development of digital media has transformed advertising from merely a promotional medium into a communication medium that utilizes visual, verbal, and audio elements to deliver creative messages. The Axioo x JKT48 advertisement presents various signs that construct the meaning of creativity through the use of colors, facial expressions, gestures, storytelling, music, and symbols. This study aims to identify the meaning of creativity in the Axioo x JKT48 advertisement through Roland Barthes' semiotic analysis.

This study employed a descriptive qualitative method using Roland Barthes' semiotic approach. Data were collected through observation, documentation, and literature review. The analysis focused on six main scenes by identifying visual, verbal, and audio signs based on the concepts of denotation, connotation, and myth.

The findings indicate that creativity in the advertisement is constructed through the integration of visual, verbal, and audio elements that support the delivery of the advertising message. The denotative meaning represents the literal activities presented in the advertisement, the connotative meaning reflects creativity as a communication strategy to attract audience attention, while the mythical meaning portrays modern technology as part of the lifestyle of a young generation that is active, creative, and adaptive to technological developments.

Keywords: Creativity, Advertisement, Roland Barthes' Semiotics, Axioo, JKT48.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48 melalui Analisis Semiotika Roland Barthes” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dalam proses penyusunan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta seluruh jajaran wakil rektor yang telah memberikan fasilitas, kemudahan, dan kebijakan akademik yang sangat mendukung kelancaran studi penulis.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir.
5. Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A. selaku Dosen Penguji 1
6. Ibu Noviana Sari, S.IP., M.A. selaku Dosen Penguji 2

7. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang dengan tulus membagikan ilmu, pengalaman, serta nilai-nilai kehidupan selama penulis menempuh pendidikan.
8. Kepada teman-teman saya tersayang M. Syarif Fadillah, Rizky Aulia Indah Sari dan Muhammad Wildan yang telah menjadi bagian penting dimasa perkuliahan penulis. Terimakasih atas semua hal yang kalian berikan baik dimasa senang maupun dimasa susah serta terimakasih banyak atas semua cerita dan canda tawa yang kalian berikan yang membuat penulis bersyukur atas kehadiran kalian dimasa perkuliahan.
9. Kepada Muhammad Reynaldi Fadillah yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis saat penggarapan skripsi ini, terimakasih banyak atas waktu dan semua hal lainnya yang membuat penulis merasa lebih hidup dan bersyukur menjalani kehidupan.
10. Kepada Gabriela Abigail Mewengkang yang menjadi motivasi penulis untuk memilih judul skripsi ini dan selalu membuat penulis merasa terhibur dan semangat saat penulis sedang sedih dan merasa sendiri, terimakasih banyak karena sudah jadi moodbooster penulis selama ini.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, motivasi, serta berbagai bentuk kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kebaikan, perhatian, dan dukungan yang telah kalian semua diberikan. Setiap bantuan sekecil apapun

memiliki arti yang sangat berharga dan menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang di dalam bidang ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang periklanan.

Banjarmasin, 07 Juli 2026

Penulis

Dian Febrianti

2210414220002

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR BERITA UJIAN SKRIPSI	v
LEMBAR DAFTAR NILAI	vi
LEMBAR SURAT TUGAS	vii
KATA PENGANTAR	x
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
2.1 Penelitian Sejenis.....	5
2.2 Tinjauan Konseptual	16
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2 Iklan	18
2.2.3 Kreativitas	19
2.2.4 Kreativitas Iklan.....	26
2.2.5 Visual dan Verbal dalam Iklan	28
2.3 Tinjauan Teoritis	30
2.3.1 Semiotika	30
2.3.2 Semiotika Roland Barthes.....	32
2.3.3 Semiotika Roland Barthes dalam Analisis Iklan.....	34
2.4 Kerangka Berpikir.....	37
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Tipe Penelitian	39
3.3 Objek Penelitian.....	39
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4.1 Jenis Data	40
3.4.2 Sumber Data.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42

3.5.1 Studi Literatur	42
3.5.2 Observasi.....	43
3.5.3 Dokumentasi	43
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.7 Peta Tanda Semiotika Roland Barthes	44
3.8 Keabsahan Data.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Profil Axioo.....	47
4.1.2 Profil JKT48.....	48
4.1.3 Gambaran Umum Iklan Axioo x JKT48	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Adegan Pembuka (Opening)	51
4.2.2 Adegan Permasalahan (Problem)	56
4.2.3 Adegan Solusi (Solution)	61
4.2.4 Adegan Informasi Merchandise Kolaborasi.....	66
4.2.5 Adegan Penampilan JKT48.....	70
4.2.6 Adegan Penutup (Slogan dan Logo)	75
4.3 Pembahasan.....	79
4.3.1 Makna Kreativitas Melalui Unsur Visual dalam Iklan Axioo x JKT48	79
4.3.2 Makna Kreativitas Melalui Unsur Verbal dalam Iklan Axioo x JKT48.....	82
4.3.3 Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48 Berdasarkan Analisis Semiotika Roland Barthes.....	84
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96