

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN AQUA #100% INDONESIA DALAM
MENGHADAPI ISU BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ILMU KOMUNIKASI (S.I.KOM)**



Disusun oleh :

Nuke Eka Damayanti

NPM: 2070201047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH TANGERANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN AQUA #100%
INDONESIA DALAM MENGHADAPI ISU BOIKOT
PRODUK PRO ISRAEL

Diajukan Oleh : Nuke Eka Damayanti

NPM : 2070201047

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Skripsi Disetujui


Tangerang, 11 Juli 2024

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Pembimbing Skripsi


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN. 0429077605


Ade Siti Khaeriah, M.I.Kom
NIDN: 8911220021

Skripsi

**ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN AQUA #100% INDONESIA DALAM
MENGHADAPI ISU BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL**

Oleh:
Nuke Eka Damayanti

2070201047

Program Studi Ilmu Komunikasi

Telah diujikan di depan Tim Penguji Pada Tanggal 21 Juli 2023

Ketua Sidang



Ade Siti Khaeriah, M.I.Kom

NIDN: 8911220021

Anggota Sidang I



Ilham Ramdana, M.I.Kom

NIDN: 0430048604

Anggota Sidang II



Korry El Yana, M.I.Kom

NIDN: 0412118701

Mengetahui,



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN: 0429077605

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi/ Pemerintahan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Setiap Kesulitan ada kemudahan. Setiap masalah pasti ada solusi”

(Nuke Eka Damayanti)

Skripsi ini saya persembahkan dengan hormat dan cinta kasih kepada :

1. Orangtua saya, Alm.Ayahanda Nikun dan Ibunda Sumiati
2. Saudara-saudara saya
3. Teman & Sahabat seperjuangan program studi Ilmu Komunikasi 2020
4. Keluarga dan kerabat yang selalu mendukung & mencurahkan perhatiannya

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nuke Eka Damayanti
NPM : 20-70-201-047
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir : Magetan, 29 Juni 1999
Alamat : Perumahan Villa Permata Blok D12 No 3A

Dengan ini menyatakan bahwa:

A. Tugas akhir dalam bentuk Skripsi yang berjudul:

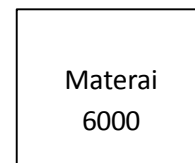
ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN AQUA #100% INDONESIA DALAM MENGHADAPI ISU BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL

Adalah **BENAR** disusun/ dibuat oleh saya sendiri dan jika kemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuatkan oleh orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat/ mencontek/ menjiplak hasil karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima segala akibat yang ditimbulkan berupa pembatalan/ pencabutan Gelar Akademik dan siap mengulang kembali penyusunan Skripsi dari awal.

B. Bahwa seluruh dokumen (foto copy ijazah, foto copy transkrip nilai) dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah **Asli** milik saya pribadi dan dapat saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 06 Agustus 2024



(Nuke Eka Damayanti)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobil'Alamin, segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala pertolongan, Rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, serta para sahabat yang setia hingga akhir zaman. Skripsi ini yang berjudul “ Analisis Semiotika Iklan AQUA #100% Indonesia Dalam Menghadapi Isu Boikot Produk Pro Israel” merupakan hasil karya ilmiah yang disusun oleh penulis untuk memenuhi dan melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Penulisan ini tidak terlepas dari kerjasama dan peran orang-orang di sekitar penulis, yang telah memberikan pemikiran dan tenaga demi tercapainya tujuan dari penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. H. Ahmad Amarullah, M.pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
2. Dr. H. Achmad Kosasih, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
3. Fitria Santi, S.Ag, M.I.Kom, Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.
4. Nurhakim, S.Sos, M.Si, Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
5. Dr.Mirza Shahreza, M.I.Kom, Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom, selaku Sekretaris program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Ade Siti Khaeriah, M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bermurah hati menyediakan waktu,pikiran dan telah memberikan arahan,saran,dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ayahanda tercinta, Alm.Bapak Nikun. Terimakasih semasa hidupnya beliau selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan

sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

9. Pintu surgaku, ibunda Sumiati, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a yang terbaik hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
10. Adik perempuanku, Evril Abelian Anetasya, Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.
11. Kucing kesayanganku, Meng, Mili dan Milo, Terimakasih karna sudah hadir dan menjadi penyemangat penulis disaat penulis sedang hancur atas kepergian Alm ayahanda tercinta dan menjadi semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi hingga selesai.
12. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, program Studi Ilmu Komunikasi yang turut memberikan kontribusi dan bantuan di bidang akademik bagi penulis.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi jurusan Public relation khususnya Rachma, Novi, Amanda dan Tri yang selalu berjuang bersama saling memberikan dukungan satu sama lain.
14. Serta seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu, memberikan saran dan doa dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan Rahmat dan nikmat-Nya, penulis menyadari bahwa skripsi ini merupakan skripsi sederhana yang memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf jika ada kata-kata yang luring berkenan dan semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Tangerang, 11 Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Semiotika Iklan AQUA #100% Indonesia Dalam Menghadapi Isu Boikot Produk Pro Israel “. Youtube merupakan salah satu media beriklan. Secara dasarnya, penyajian iklan adalah proses komunikasi yang memanfaatkan elemen kreatif untuk mengirim pesan-pesan kepada khalayak. Salah satu iklan yang menggunakan Youtube sebagai tempat periklanan adalah iklan AQUA 100% Indonesia versi Yanti, iklan ini menceritakan tentang salah satu karyawan AQUA yang sudah bekerja selama 27 tahun di pabrik yang didirikan oleh Tirta Utomo. Yanti menjelaskan bagaimana AQUA memproduksi produknya dengan menjaga kualitas produk karna AQUA selalu menjaga sumber airnya dengan melakukan pelestarian alam di sekitar sumber mata air yang digunakan. Yanti juga menjelaskan bahwa AQUA berdedikasi 100% untuk Indonesia terlihat bahwa bendera merah putih berkibar tepat di pintu masuk pabrik AQUA ketika Yanti sedang memperkenalkan diri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Bagaimana Analisis Semiotika Iklan AQUA #100% Indonesia Dalam Menghadapi Isu Boikot Produk Pro Israel menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian menetapkan iklan AQUA 100# Indonesia versi Yanti dengan 9 gambar sebagai unit analisisnya. Hasil penelitian bahwa iklan AQUA 100% Indonesia menggunakan elemen-elemen semiotika untuk menyampaikan pesan tentang kemurnian, kualitas, dan identitas lokal. Dalam konteks isu boikot produk pro-Israel, iklan ini mengajak konsumen untuk mendukung produk lokal yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan Indonesia. Melalui simbol-simbol nasionalisme dan keberlanjutan. Iklan ini mendorong konsumen untuk memilih produk yang selaras dan nilai-nilai lokal dan kebanggaan nasional.

Kata Kunci : Charles Sander Peirce, AQUA 100% Indonesia versi Yanti,Iklan Youtube, Analisis Semiotika

ABSTRACT

This research is entitled "Semiotic Analysis of AQUA #100% Indonesia Advertisements in Facing the Issue of Boycotting Pro-Israel Products". YouTube is an advertising medium. Basically, advertising presentation is a communication process that utilizes creative elements to send messages to the audience. One of the advertisements that uses YouTube as an advertising platform is the Yanti version of the AQUA 100% Indonesia advertisement. This advertisement tells the story of one of the AQUA employees who has worked for 27 years at the factory founded by Tirta Utomo. Yanti explained how AQUA produces its products by maintaining product quality because AQUA always protects its water sources by preserving nature around the water sources used. Yanti also explained that AQUA was 100% dedicated to Indonesia. It could be seen that the red and white flag was flying right at the entrance to the AQUA factory when Yanti was introducing herself. The purpose of this research is to find out how to analyze the semiotics of AQUA #100% Indonesia advertising in dealing with the issue of pro-Israel product boycotts using descriptive qualitative research. The research determined the Yanti version of the AQUA 100# Indonesia advertisement with 9 images as the unit of analysis. The research results show that the 100% Indonesian AQUA advertisement uses semiotic elements to convey messages about purity, quality and local identity. In the context of the pro-Israel product boycott issue, this advertisement invites consumers to support local products which are not only of high quality but also support the sustainability of Indonesia's environment. Through symbols of nationalism and sustainability. These ads encourage consumers to choose products that align with local values and national pride.

Keywords : Charles Sander Peirce, Yanti version of AQUA 100% Indonesia, Youtube Ads, Semiotic Analysis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR	12
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Fokus Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Al-Qur'an dan Hadits	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Deskripsi Subjek/Objek, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1. Subjek dan Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.3. Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.1.4. Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Produsen Utama AQUA PT.Tirta Investama.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Logo Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.

4.1.4 Produk dan Layanan Utama Perusahaan..... **Error! Bookmark not defined.**

4.1.5 Perubahan Logo Kemasan Pada AQUA**Error! Bookmark not defined.**

4.1.6 AQUA Dalam Pusaran Boikot Produk Zionis ...**Error! Bookmark not defined.**

4.1.6.1 Upaya AQUA Menanggapi Isu Boikot**Error! Bookmark not defined.**

4.2 Representasi Iklan AQUA #100% Indonesia Dalam Menghadapi Isu Boikot Produk Pro Israel berdasarkan Analisis Semiotika Charles Sander Peirce.**Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....**Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan**Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA.....**Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 postingan media social Twitter.....	2
Gambar : 1.2 Postingan Melalui Media Sosial Facebook.....	3
Gambar 1.3 Iklan AQUA.....	4
Gambar 2.1 Model Segitiga Peirce.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Logo Danone-AQUA.....	33
Gambar 4.2 Merek Air Minum Dalam Kemasan Danone-AQUA.....	36
Gambar 4.3 Logo AQUA Sebelum Perubahan.....	37
Gambar 4.4 Logo AQUA Setelah Ada Perubahan.....	38
Gambar 4.5 Postingan Media Sosial Twitter.....	41
Gambar 4.6 Klarifikasi Kominfo.....	41
Gambar 4.7 Iklan AQUA versi Sejarah.....	42
Gambar 4.8 Iklan AQUA versi Yanti.....	43
Gambar 4.9 Danone memberikan donasi.....	44
Gambar 4.10 Pabrik AQUA.....	45
Gambar 4.11 Yanti.....	46
Gambar 4.12 karyawan melihat poster.....	48
Gambar 4.13 Proses Produksi.....	50
Gambar 4.14 Pemandangan Alam.....	51
Gambar 4.15 Pelestarian Lingkungan.....	52
Gambar 4.16 Tetesan Air.....	54
Gambar 4.17 Karyawan AQUA.....	55
Gambar 4.18 Tagline.....	57