

**PENGUNAAN HUMOR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI YANG PERSUASIF
PADA IKLAN**

**(STUDI ANALISIS SEMIOTIK CHARLES SANDERS PEIRCE PADA IKLAN
SHAMPO *HEAD AND SHOULDER* VERSI JOE TASLIM DAN FADIL JAIDI DALAM
YOUTUBE)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Sebagai Syarat Funa Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



OLEH

MARIA APRILIYANI LADO DOPO

43118033

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

2022



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Ahmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Website : <http://www.unwira.ac.id> E-mail : info@unwira.ac.id

Kupang 85225 – Timor - NTT

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini, **Kamis, 08 Desember 2022 Pukul 13.00 WITA** Telah diadakan Ujian Sarjana Program Skripsi, bagi mahasiswa :

Nama : **Maria Apriliyani Lado Dapo**
No. Reg. : **431 18 033**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi :

PENGUNAAN HUMOR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI YANG PERSUASIF PADA IKLAN (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce pada Iklan Shampo Head and Shoulders versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi dalam Youtube)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Ketua | : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA |
| 2. Sekretaris | : Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom |
| 3. Penguji Materi I | : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si |
| 4. Penguji Materi II | : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom |
| 5. Penguji Materi III | : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA |
| 6. Pembimbing I | : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA |
| 7. Pembimbing II | : Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom |

[Handwritten signatures of the panel members]

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = **83**
Penguji II = **84**
Penguji III = **88**
Lulus dengan Nilai = **85/A**

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI : TANGGAL : JAM :
Hasil Ujian Ulang =

[Official stamp and signature of the Dean]
Drs. Pratikto Tokan, MA

Kupang, 08 Desember 2022
Ketua Tim Penguji,

[Signature of P. Hendrikus Saku Bouk]
P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Maria Apriliyani Lado Dopo

Nomor Registrasi : 43118033

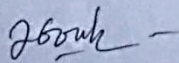
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (skripsi) dengan judul: **PENGUNAAN HUMOR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI YANG PERSUASIF PADA IKLAN (STUDI ANALISIS SEMIOTIK CHARLES SANDERS PIERCE PADA IKLAN SHAMPO HEAD AND SHOULDERS VERSI JOE TASLIM DAN FADIL JAIDI DALAM YOUTUBE)** adalah benar-benar karya sendiri yang dibimbing oleh P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA selaku pembimbing I dan Ibu Innosensia E.I.Ndiki Satu,S.Sos.M.I.Kom selaku pembimbing II. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya penyimpangan, maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, Desember 2022

Disahkan

Pembimbing I



P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA



Maria Apriliyani Lado Dopo

No. Registrasi: 43118033

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGUNAAN HUMOR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
YANGPERSUASIF PADA IKLAN (STUDI ANALISIS SEMIOTIK
CHARLES SANDERS PIERCE PADA IKLAN SHAMPO *HEAD AND
SHOULDERS* VERSI JOE TASLIM DAN FADIL JAIDI DALAM
YOUTUBE)**

Diajukan Oleh:

Nama : Maria Apriliyani Lado Dopo

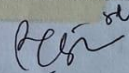
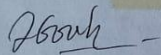
Program Studi : Ilmu Komunikasi

NIM : 43118033

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA) (Innosensia E.I.Ndiki Satu, S.Sos.M.I.Kom)

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



(Drs. Frans Bapa Tokan, MA)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGUNAAN HUMOR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
YANGPERSUASIF PADA IKLAN (STUDI ANALISIS SEMIOTIK
CHARLES SANDERS PIERCE PADA IKLAN SHAMPO *HEAD AND
SHOULDERS* VERSI JOE TASLIM DAN FADIL JAIDI DALAM
YOUTUBE)

Disetujui Oleh:

Nama : Maria Apriliyani Lado Dopo

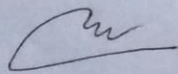
Program Studi : Ilmu Komunikasi

No. Registrasi : 43118033

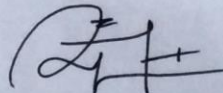
Disetujui Oleh:

Penguji I

Penguji II



(Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si)



(Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom)

MOTTO

“Berusaha terus menjadi orang baik, tanpa harus memaksakan diri untuk jadi yang terbaik”

It's not always easy, but that's life.

Be strong because there are better days ahead.

__Mark Lee

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Sang pemberi kehidupan dan sumber sukacita, Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai dan membimbing penulis dalam setiap langkah dan proses yang dilalui sehingga langkah dan proses tersebut menjadi pelajaran bermakna untuk terus berbenah diri.
2. Orang Tua tercinta, Bapak Petrus Seso Lado dan Ibu Helena Sero yang telah mendoakan sembari memberikan dukungan moral dan materi pada penulis hingga terselesainya skripsi ini
3. Almamater tercinta tempat penulis merajut pendidikan, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Skripsi yang berjudul “Penggunaan Humor Sebagai Media Komunikasi Yang Persuasif Pada Iklan (Studi Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce Pada Iklan Shampo *Head and Shoulder* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi dalam Youtube) ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini sudah melibatkan banyak pihak. Oleh karena itu, sudah sepatutnya penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik Widya Mandira
4. Pater Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA selaku pembimbing I dan Ibu Innosensia E.I.N Satu, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II karena telah membimbing dan membantu penulis dari awal hingga selesainya Skripsi ini

5. Ibu Fransiska D. Setyaningsih, M.Si selaku penguji I dan Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos.M.I.Kom selaku penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis
6. Seluruh Dosen dan pegawai Universitas Katolik Widya Mandira
7. Kepada adik-adik tercinta Gilang Dopo dan Cindi Dopo yang selalu memberikan dukungan kepada penulis lewat caranya masing-masing.
8. Teman-teman penulis yaitu: Petra Obe, Lilis Towary, Sandra Mali, Dion, Sarry, Grace, Inshi, Tris, Aleong, Loris, Jho, Eky dan Roland yang selalu mendukung dan mendengarkan semua keluhan penulis.
9. Kepada member EXO dan NCT terutama Park Chanyeol dan Mark Lee terima kasih telah mengisi masa mudaku menjadi lebih berwarna. Tanpa kalian hari-hariku tidak akan bahagia.
10. Kepada Jikom 18, terimakasih telah berjuang bersama
11. Kepada diri sendiri, tetap Semangat

Penulis sadar bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan usul, saran maupun kritikan demi penyempurnaan Skripsi ini.

Kupang, Desember 2022

Penulis

Abstrak

Penelitian ini diajukan sebagai skripsi dengan judul “Penggunaan Humor sebagai Media Komunikasi yang Persuasif pada Iklan (Studi Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce pada Iklan Shampo *Head and Shoulders* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi. iklan ini merupakan iklan shampo yang didalamnya memiliki unsur humor yang membuat iklan ini berdeda dari yang lain. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tanda (*sign*), acuan tanda (*objek*) dan penggunaan tanda (*interpretant*) penggunaan humor sebagai media komunikasi yang persuasif pada iklan shampoo *Head and Shoulders* yang di iklankan oleh Joe Taslim dan Fadil Jaidi dalam youtube.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode semioitik Charles Sandres Peirce dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dokumentasi dan studi pustaka. Kemudian penulis menganalisis iklan dengan melihat adegan (*scene*) yang menampilkan penggunaan humor sebagai media komunikasi yang persuasif pada iklan dengan menggunakan semiotik Charles Sandrers Peirce.

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data pada penggunaan humor sebagai media komunikasi pada iklan ini, yaitu tanda adalah *screenshot* pada iklan yang menampilkan humor didalamnya, objek adalah penjelasan terhadap adegan-adegan humor yang terdapat dalam iklan dan interpretan adalah penjelasan secara luas mengapa adegan tersebut dipilih.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam iklan Shampo *Head and Shoulders* ini terdapat makna tersirat yang disampaikan dalam iklan ini, yaitu iklan bisa menjadi media yang bisa membujuk para khalayak agar menyukainya dengan menambahkan unsur humor di dalam iklan. Peneliti juga memberikan saran agar dalam iklan-iklan komersial lainnya bisa menambahkan unsur humor dalam iklan yang mereka produksi agar memikat banyak konsumen.

Kata kunci: Iklan, Humor, Media Komunikasi

DAFTAR ISI

COVER

KATA PENGANTARi

DAFTAR ISIiv

Daftar Baganvi

Daftar Gambarvii

Daftar Tabelviii

Abstrakix

BAB 1 PENDAHULUAN1

1.1 Latar Belakang1

1.2 Rumusan Masalah5

1.3 Tujuan Penelitian5

1.4 Manfaat Penelitian5

1.4.1 Manfaat Teoritis5

1.4.2 Manfaat Praktis6

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi, Hipotesis7

1.5.1 Kerangka Berpikir7

1.5.2 Asumsi9

1.5.3 Hipotesis9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA10

2.1 Penelitian Terdahulu10

2.2 Komunikasi14

2.2.1 Unsur-unsur Komunikasi14

2.2.2 Fungsi Komunikasi16

2.3 Iklan19

2.3.1 Definisi Iklan19

2.3.2 Efektifitas iklan	20
2.4 <i>Head and Shoulders</i>	21
2.5 Humor	23
2.5.1 Humor dalam Iklan	23
2.6 YouTube	27
2.6.1 Periklanan YouTube	27
2.7 Semiotika	30
2.7.1 Semiotika Charles Sanders Pierce	31
BABIII METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Jenis Penelitian	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	42
3.4 Defenisi Konstruk	42
3.5 Indikator Penelitian	42
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6.1 Sumber Data	42
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	46
4.1 Profil PT. Procter & Gambele	46
4.2 Deskripsi iklan shampo <i>Head and Shoulders</i> versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi	47
BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	51
5.1 Analisis Data	51
5.2 Interpretasi Data	58

BAB VI PENUTUP	61
6.1 Kesimpulan	61
6.2Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran	8
------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshot YouTube	3
Gambar 1.2 Screenshot YouTube	3
Gambar 4.1 Fadil Jaidi menunjukkan tingkah kocaknya	48
Gambar 4.2 Adegan melompat pagar Joe Taslim dan Fadil Jaidi	48
Gambar 4.3 Adegan Fadil membuka helm	49
Gambar 4.4 Mengendarai mobil terbuka.....	50
Gambar 4.5 penggunaan supers	50
Gambar 4.6 Crew yang bergosip di belakng layar	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Gambar Scene 1.....	52
Tabel 1.2 Analisis Gambar Scene 2	55
Table 1.3 Analisis Gambar Scene 3.....	57
Table 1.4 Analisis Gambar Scene 4	60
Table 1.5 Analisis Gambar Scene 5	63
Tabel 1.6 Analisis Gambar Scene 6	67