

KEARIFAN LOKAL PADA IKLAN ROKOK TELEVISI DJI SAM SOE

(Analisis Semiotika Kearifan Lokal pada Iklan Rokok Televisi DJI SAM SOE
Tahun 2005, Tahun 2015 Dan Tahun 2016)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memeperoleh Gelar Strata – 1

Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Adi Hartono

20120530087

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Adi Hartono
No. Mahasiswa : 20120530087
Jurusan/konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Advertising
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Kearifan Lokal pada Iklan Rokok Dji Sam Soe

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, Mei 2018

Adi Hartono

MOTTO

**JIKA ORANG LAIN BISA,
KENAPA HARUS SAYA???**

**JANGAN TAKUT JADI ORANG PINTAR,
JADI JANGAN TAKUT BELAJAR**

(MAMAK TERKASIH)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

- ❖ Allah SWT karena atas rahmat, hidayah dan anugerah-Nya dapat terselesaikan dengan lancar
- ❖ Mamak yang selalu memberikan semangat kepada anaknya serta mendoakan yang terbaik untuk anaknya
- ❖ Bapak yang selalu memberikan dukungannya ketika mengerjakan skripsi sehingga terselesaikan dengan lancar
- ❖ Bidadari – bidadari ku Omah Yusra, Ayuk Tetha, Sandra, Nyonya Dita, Cepi, Rifah, Vanisa, Tiwi, dan Ranum
- ❖ Saudara seperjuangan di dunia skripsi Nurlatifa Khoirunnisa , Leo Irdhany, serta Wisnu Pamungkas
- ❖ Saudara setanah air Gembul dan Andis sang artis

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rezeki, kekuatan dan wawasan. Tak lupa penulis hanturkan salam beserta shalawat kepada Baginda Rasulullah SAW sebagai junjungan dan suri teladan seluruh umat manusia di dunia.

Tak henti-hentinya penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Kearifan Lokal pada Iklan Rokok Dji Sam Soe”** ini dengan perjuangan dan dapat diselesaikan sesuai dengan harapan. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi penting bagi ilmu pengetahuan dan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah terlibat dan membantu proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan rendah hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT beserta Rasul-Nya Muhammad SAW
2. Bapak Dr. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Dosen Pembimbing Bapak Dr Filosa Gita Sukmono S.I.Kom MA. Terimakasih atas bimbingannya dalam dua tahun ini dan telah banyak memberikan masukan,pencerahan serta mengajari dalam penulisan skripsi yang baik dan yang lainnya mengenai skripsi
6. Dosen Penguji Bapak Fajar Junaedi S.Sos., M.Si.. terimakasih telah banyak memberikan masukan dan saran mengenai skripsi sehingga terselesaikan dengan lancar
7. Dosen Penguji Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom.. terimakasih telah banyak memberikan masukan dan sarannya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Pengajar, Staff dan karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang banyak memberikan ilmu pengetahuan dalam perkuliahan yang sangat bermanfaat

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan seluruh mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi. Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan ataupun kelemahan,

oleh karena itu kritik dan saran dapat penulis jadikan sebagai bahan evaluasi.

Semoga persembahan ini dapat selalu memberikan manfaat.

Wasalamualaikum Wr.Wb

Penulis

Adi Hartono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI.	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.	xiii
ABSTRACK	xiv

BAB I

PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis	13

E. Kajian Literatur.....	13
1. Penelitian Terdahulu	13
2. Kearifan Lokal	15
3. Iklan Rokok.....	18
4. Semiotika.....	23
F. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Objek Penelitian.....	27
3. Teknik Pengumpulan Data.....	27
4. Teknik Analisis Data.....	27
G. Sistematika Penulisan	34

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	35
A. Iklan Rokok Menurut Etika Pariwisata Indonesia.....	35
B. Iklan Rokok Dji Sam Soe di Mata masyarakat.....	37
C. Iklan Rokok Dalam Media.....	39
D. Kearifan Lokal Dalam Media.....	41
E. Kearifan Lokal di Indonesia.....	45

BAB III

ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Catatan Pembuka.....	48
B. Pembahasan.....	49
3.1 Iklan Dji Sam Soe Tahun 2005	49
3.2.1 Iklan Dji Sam Soe Tahun 2015	54

3.2.1.a Silat Minangkabau.....	55
3.2.1.b Tari Tobe(perang) Papua.....	63
3.2.1.c Sungkeman.....	65
3.3.1 Iklan Dji Sam Soe Tahun 2016.....	70
C. Catatan Penutup	78

BAB IV

PENUTUP.....	80
---------------------	-----------

A. Kesimpulan	80
---------------------	----

B. Saran.....	82
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Potongan iklan Versi Tahun 2005	10
Gambar 1.2 Potongan iklan Versi Tahun 2015	11
Gambar 1.3 Potongan iklan Versi Tahun 2016.....	11
Gambar 1.4 Bagan Analisis Roland Barthes.....	29
Gambar 2.1 Logo Dji Sam Soe	38
Gambar 2.2 Cover Acara Si Bolang.....	42
Gambar 2.3 Cover Acara MTMA	43
Gambar 2.4 Cover Acara Jejak Petualang.....	44
Gambar 3.1Pekerja Muda Menyapa Mandor	50
Gambar 3.2 Pekerja Tua Menyapa Mador	51
Gambar 3.3 Silat Minangkabau	55
Gambar 3.4 Potongan Adegan Film Merantau	62
Gambar 3.5 Tari Tobe (perang) Papua.....	63
Gambar 3.6 Senjata Tradisoal Papua	66
Gambar 3.7 Sungkeman	67

Gambar 3.8 Suku Ende Lio Membangun Rumah Musalaki	70
Gambar 3.9 Mendirikan Rangka Atap Rumah Musalaki.....	70
Gambar 3.10 Gotong royong mengangkat kayu besar.....	71
Gambar 3.11 Pemberian ikat kepala kepada kaum muda	71
Gambar 3.10 Gotong royong mengangkat kayu besar.....	74
Gambar 3.8 Suku Ende Lio Membangun Rumah Musalaki	75
Gambar 3.11 pemberian ikat kepala kepada kaum muda	75

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Adi Hartono

20120530087

Kearifan Lokal Pada Iklan Rokok Televisi Dji Sam Soe

Tahun : 2018 + 85 Halaman + 12 Gambar

Daftar Pustaka : 22 Buku + 3 Jurnal + 12 Sumber Online

Iklan rokok adalah iklan yang dibatasi dengan dilarangnya memperlihatkan wujud rokok inilah yang membuat iklan rokok berbeda, dan harus berfikir lebih kreatif, Jenis penelitian ini adalah studi deskriptif metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Bhartes, Penelitian ini bertujuan untuk melihat, memahami, menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana kearifan lokal digambarkan dalam iklan rokok televisi Dji Sam Soe. Hasil dari penelitian ini adalah, kearifan lokal yang ditampilkan pada iklan yaitu sopan santun dalam menyapa orang khususnya menyapa orang yang lebih tua. Kearifan yang menggambarkan keharmonisan antar anak muda dan orang tua terwujud dalam iklan Dji Sam Soe versi *musalaki* dimana anak muda dan orang tua secara gotong royong membangun rumah adat musalaki, dalam lingkup lebih intim juga tergambar dalam iklan Dji Sam Soe versi sungkeman dimana anak melakukan ritual sungkeman kepada orang tuanya menjelang menikah sebagai wujud terima kasih karena telah dirawat dan dibesarkan. Kearifan lokal yang menghubungkan manusia dengan alam dan lingkungan sekitar juga tergambar dalam iklan versi silat minangkabau dan versi tari tobe papua. kearifan untuk selalu menjaga diri dari berbagai rintangan, dalam iklan versi minang seorang laki-laki minang harus bisa membela diri dengan silat, dalam versi tari tobe papua kearifan untuk menjaga diri dan menjaga alam sekitar menjadi sesuatu yang sakral, prosesi pemanggilan ruh leluhur pada tari tobe, dan atribut yang digunakan masyarakat papua sangat lekat dengan alam, namun juga terkesan primitif.

Kata Kunci : Kearifan Lokal, Analisis Semiotik, Iklan Rokok

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Sosial and Political Science

Communication Departement

Advertising Concentration

Adi Hartono

20120530087

Local Wisdom in Cigarette Advertise Dji Sam Soe Television

Year of Thesis : 2018 + 85 Page +Picture

Bibliography : 22 Books + 3 Journals + 12 Online Media Source

Cigarette advertise was restiracted advertise with forbidden by showing cigaarete form , that make different and must creative thinking, this study is deskriptive, by methode of kualitatif by Roland Bhartes Semiotik approach, this study aim to see, undertood, and explained how local wisdom dercribe in Dji Sam Soe advertise television. The result of the study was local wisdom on advertise was politeness to say hello to older people, local wisdom that describe harmony between young generation and older people was realize in Dji Sam Soe musalaki version, wich young generation and older people on mutual cooperation to build Traditional house of musalaki version, in a more intimate sphere is also reflected in Dji Sam Soe of sungkeman advertise to the parents before wedding as a of gratitude for being for treated and raised. Local wisdom to conecteed people to nature and the enviroment version of silat minangkabau and tobe dance papua version. wisdom to always keep away from various obstacles , in the min version of an advertise a minang man should be able defend himself with silat, in the tobe dance of papua, wisdom to keep yourself and keep the natural surrounding into something sacred, the process of calling the ancestral spirits on tobe dance , and atributes used by the people of papua very closely to nature , but also impressed primitive.

Keywords : Local Wisdom, Semiotik Analysis , Cigarette Advertise