

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Joko Aji Suryawan (20150530085)

Representasi Multikulturalisme Asia dalam Iklan Asian Games 2018 (Analisis Semiotika Iklan Televisi Asian Games 2018 versi “Color of Asia”)

Tahun Skripsi: 2019 + 72 halaman + 8 gambar + 3 tabel

Daftar Pustaka: 46 buku + 11 jurnal + 3 majalah + 6 internet

Pada tahun 2018 Indonesia terpilih menjadi tuan rumah Asian Games untuk kedua kalinya setelah yang pertama pada tahun 1962. Asian Games merupakan event olahraga empat tahunan untuk negara-negara Asia. Asian Games tentu tidak lepas dari keterlibatan media di dalamnya, salah satu keterlibatannya adalah sebagai media promosi. Media promosi paling lazim digunakan adalah iklan, seperti Asian Games 2018 yang juga menggunakan iklan sebagai media promosinya. Tema iklan tidak pernah lepas dari konstruksi realitas sosial yang ada, iklan Asian Games 2018 mengangkat tentang multikulturalisme di Asia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui multikulturalisme di Asia, dan bagaimana Asia direpresentasikan dalam iklan yang menggunakan simbol-simbol budaya di Asia.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis semiotika pemikiran Roland Barthes. Metode ini bertujuan untuk mencari makna denotasi dan konotasi sehingga mitos yang terbentuk di masyarakat sangat berpengaruh dalam proses pemaknaan. Makna-makna dalam metode semiotika dapat digali dari berbagai tanda yang peneliti dapatkan dalam potongan *scene* pada iklan Asian Games 2018 versi “*Color of Asia*”. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa, iklan ini mengandung unsur representasi multikulturalisme di Asia dalam tiga pembahasan. Pertama, representasi Asia dalam konteks gender. Kedua, representasi orang Asia dalam ranah keyakinan dan kearifan lokal. Ketiga, representasi harmoni Asia dalam konteks hubungan antar negaranya. Dalam tiga pembahasan tersebut peneliti menelusuri beberapa masalah sosial yang terjadi.

Kata kunci: Multikulturalisme, Asian Games, Representasi

ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social Science and Politic Science
Communication Studies Departement
Advertising Concentration**

Joko Aji Suryawan (20150530085)

**Representation of Asian Multiculturalism in Asian Games 2018 Advertisements
(Semiotic Analysis of Asian Games 2018 Television Ads of “Color of Asia”
Version)**

Year of Thesis: 2019 + 72 pages + 8 images + 3 tables

Bibliography: 46 books + 11 journals + 3 magazines + 6 internet

In 2018, Indonesia chose to be host of Asian Games for 2nd chance after for the first time in 1962. Asian Games is sports event for Asian countries which is done every four years. Asian Games can not be separated from media involvement in it, one of them involvement is as promotion media. The most common promotional media is advertisement. Asian Games that also use advertisement as media promotion. The theme of the ad has never been separated from social reality construction which exists, this Asian Games 2018 ad is raised the theme of multiculturalism in Asia. The purpose of this research is find out about multiculturalism in Asia and how Asia represented in television ads use cultural symbols in Asia.

This research is qualitative research that uses semiotic analysis methods of Roland Bhartes. The purpose of his methods is looking for denotation and connotation meaning, so myth are formed in the community is very influential in the meaning process. Meanings in semiotic methods can be explored from various signs that the researcher got from scene pieces in Asian Games 2018 television ads of “color of Asia” version. This research is using data collection techniques literature review and documentation.

The results of this research concluded that, in this advertisement has a contains representation of Asian multiculturalism in three parts. First, Asian representation in gender context. Second, representation of Asian people in the realm of belief. Third, representation of Asian harmony in the realm of relations between countries. In these three parts researcher explore a number of social problems that occur.

Key word: Multiculturalism, Asian Games, Representation