

ACH AZIMY HAMDY Representation of Madura Cultural in Advertising Syrup Marjan Version let's bathed Cow (Communication of Semiotics Analysis At Syrup Marjan let's bathed Cow) Under Guidance Dewi Quraisyin, S.Pdi., M.Si

ABSTRACT

This study aims to provide an overview of cultural representation Madura using semiotic analysis of Roland Barthes in advertising communication Syrup Marjan versions come bathed cows. This study tries to establish the meaning of the signs used at once reveal hidden messages that are contained in this advertise. So, the writer do qualitative research with a focus on scenes depicting the culture of Madura, and then select scenes in advertise that represent the culture of Madura. Madura culture theme selection by the producer of this ad is very interesting and has its own character, especially about bull-races, clothing Madura custom, as well as language and accent Madura. Madura Island in East Java is known as the island of salt, and exotic, so it is known both nationally and internationally. The results of analysis advertising syrup Marjan version let's bathe cows above found some conclusions as follow their form of gratitude Madurace in the lens, and the bull-races, clothing Madura custom, Madura language is a Madura culture, which must be preserved and always remember to society Madura especially for the youth so that later Madurace culture that its essence into the Madurace identity is not lost by modernization times.

keywords: Representation, Madura Culture, advertising, communication semiotics

ACH AZIMY HAMDY Reperesentasi Budaya Madura dalam Iklan Sirup Marjan Versi Ayo Mandiin Sapi (Analisis Semiotika Komunikasi Pada Iklan Sirup Marjan Ayo Mandiin Sapi) Di Bawah Bimbingan Dewi Quraisyin,S.Pd.I.,M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang reperesentasi budaya Madura dengan menggunakan analisis semiotika komunikasi Roland Barthes dalam iklan Sirup Marjan versi ayo mandiin sapi. Penelitian ini berusaha membuka makna dari tanda-tanda yang digunakan sekaligus menyingkapkan pesan yang secara tersembunyi yang terkandung di dalam iklan ini. Untuk itu penulis melakukan penelitian kualitatif dengan fokus pada adegan-adegan yang menggambarkan budaya Madura, untuk kemudian menyeleksi adegan-adegan dalam iklan yang merepresentasikan budaya Madura. Pilihan tema budaya Madura oleh produser iklan ini sangat menarik dan mempunyai karakter tersendiri terutama tentang karapan sapi, pakaian adat Madura, serta bahasa maupun logat Madura. Pulau Madura yang berada di wilayah pulau Jawa Timur dikenal sebagai pulau garam, dan eksotik, sehingga dikenal secara nasional maupun internasional. Adapun hasil dari analisis iklan sirup marjan versi ayo mandiin sapi di atas ditemukan beberapa kesimpulan sebagai berikut adanya bentuk syukur masyarakat Madura dalam lensa, serta karapan sapi, pakaian adat Madura, Bahasa Madura merupakan kebudayaan budaya Madura yang harus dilestarikan dan selalu di ingat bagi masyarakat Madura khususnya bagi para pemuda sehingga nantinya budaya Madura yang esensinya menjadi identitas masyarakat Madura tidak hilang tergelus moderisasi zaman.

Kata Kunci: Represents, Budaya Madura, iklan, semiotika komunikasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
ABSTRACT	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	4
1.3.Tujuan Penelitian	4
1.4.Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Representasi	6
2.2 Semiotika	8

2.2.1 Semiotika Roland Bartes.....	9
2.3 Kebudayaan.....	14
2.3.1 Wujud kebudayaan.....	14
2.3.2 Wujud Ide.....	14
2.3.3 Wujud perilaku.....	15
2.3.4 Wujud artefak.....	15
2.3.5 Unsur kebudayaan.....	15
2.3.6 Munculnya budaya.....	16
2.4 Kebudayaan Madura	16
2.4.1 Pakaian Adat Madura.....	17
2.4.1.1 Baju pesa'an	17
2.4.1.2 pecut khas madura	17
2.4.2 Karapan Sapi.....	18
2.5 Iklan	18
2.5.1 Pengertian Iklan	18
2.5.2 Fungsi dan tujuan iklan	22
2.5.3 Jenis Iklan	23
2.6 Pengambilan dan pemaknaan gambar	25
2.7 Penelitaian Terdahulu	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Objek Penelitian.....	32

3.3 Teknik pengumpulan data	32
3.3.1 Dokumentasi primer.....	32
3.3.2 Dokumentasi Skunder	33
3.4 Teknik analisis data	33
3.5 Teknik Validasi data	34

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Pulau Madura	36
4.2 Visualisasi kebudayaan madura dalam iklan marjan	36
4.3 Profil perusahaan	46
4.3.1 Visi dan Misi	47
4.4 produk sirup marjan	48

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Budaya madura dalam iklan marjan	50
5.1.1 pakaian adat madura	50
5.1.1.1 Baju pesa'an	51
5.1.1.2 baju kaos warna merah putih atau merah polos	51
5.1.1.3 Odheng	54
5.1.2 cambuk atau pecut khas madura	57
5.1.3 kerapan sapi	59
5.1.3.1 keleles	62
5.1.3.2 pangonong	64

5.1.3.3 pangangguy atau rerengan	66
5.2 Budaya patriarki masyarakat Madura	68
5.3 Simbol kepatuhan masyarakat Madura	69
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1
Gambar 4.2
Gambar 4.5
Gambar 4.6
Gambar 4.7
Gambar 4.8
Gambar 4.9
Gambar 4.10
Gambar 4.11
Gambar 4.12
Gambar 4.13
Gambar 4.14
Gambar 4.15
Gambar 4.16
Gambar 4.17
Gambar 4.18