

**SEMIOTIC ANALYSIS OF PDI-PERJUANGAN POLITICAL
CAMPAIGN ADVERTISEMENT “TUMPENG SEBAGAI
KEDAULATAN PANGAN”**

THESIS

**BY
JINO PRAYUDI KARTONO
NIM 105110100111035**



**STUDY PROGRAM OF ENGLISH
DEPARTMENT OF LANGUAGES AND LITERATURES
FACULTY OF CULTURAL STUDIES
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2014**

ABSTRACT

Kartono, Jino Prayudi. 2014. **Semiotic Analysis of *PDI-Perjuangan Political Campaign Advertisement "Tumpeng Sebagai Kedaulatan Pangan"***. Study Program of English. Department of Languages and Literature, Universitas Brawijaya. Supervisor: Iis Nur Rodliyah, Co-supervisor: Ida Puji Lestari

Keywords : semiotics, sign, advertisement, television, pdi-perjuangan

Advertisement becomes a device to promote their product, vision, and even ideology. General Election was held on 9 April 2014 and General Election for electing president was held 9 July 2014 (KPU, 2014). In this research, the researcher analyzes the sign of *PDI-Perjuangan* entitled "*Tumpeng Sebagai Kedaulatan Rakyat*". The researcher would like to answer two problems of the study; what are the signs found in PDI-P TV political campaign advertisement and what is the meaning of signs found in PDI-P TV political campaign advertisement. The purposes of this study are to find out the signs and the meaning of the signs found in PDI-P TV political campaign advertisement. This study uses triadic taxonomy of Peirce (1958) to analyze and find the signs.

This study uses qualitative research. The data of this study are taken from the advertisement of *PDI-Perjuangan* entitled "*Tumpeng Sebagai Keadaulatan Pangan*". *PDI-Perjuangan* is one of political parties which compete in General Election on 9th April 2014. In this study, the researcher chooses the advertisement because there are many kinds of element of sign in this advertisement. The researcher picks the data on Youtube because this website is trusted and protected.

The finding shows that based on the triadic concept of sign by Peirce (1931-1958). There are 96 signs found in this advertisement. In this advertisement, there are 59 symbols, 34 icons, and 3 indexes. Symbols is the highest numbers in one of three kinds of signs. From this finding, most of symbols are texts in this advertisement. All of the signs prove that this advertisement uses symbol as the sign to inform the viewer about the advertisement.

The advertisement is found the symbol, icon, and index together and the people can know the goal of this advertisement. Most signs found are symbols. Most symbols found in this advertisement are text.

ABSTRAK

Kartono, Jino Prayudi. 2014. *Semiotic Analysis of PDI-Perjuangan Political Campaign Advertisement “Tumpeng Sebagai Kedaulatan Pangan”*. Program Studi Bahasa dan Sastra Inggris. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Brawijaya. Pembimbing (I) : Iis Nur Rodliyah, Pembimbing (II): Ida Puji Lestari.

Kata Kunci : semiotika, tanda, iklan, televisi, pdi-perjuangan

Iklan menjadi sebuah alat untuk mempromosikan produk, visi, dan ideologi. Pemilu diadakan pada tanggal 9 April 2014 dan Pemilu untuk memilih presiden diadakan pada tanggal 9 Juli 2014 (KPU, 2014). Di penelitian ini, peneliti menganalisa tanda dari iklan PDI-Perjuangan yang berjudul “Tumpeng Sebagai Kedaulatan Pangan”. Peneliti akan menjawab dua rumusan masalah dalam penelitian ini; apa saja tanda-tanda yang ditemukan didalam iklan kampanye politik PDI-Perjuangan. Tujuan dari pembelajaran ini adalah menemukan tanda-tanda dan makna dari tanda-tanda yang ditemukan di dalam iklan kampanye politik PDI-Perjuangan. Penelitian ini menggunakan taksonomi triadik dari Peirce (1958) untuk menganalisa and menemukan tanda-tanda.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini diambil dari iklan PDI-Perjuangan yang berjudul “Tumpeng Sebagai Kedaulatan Pangan”. PDI-Perjuangan adalah salah satu partai yang mengikuti Pemilu pada tanggal 9 April 2014. Di penelitian ini, peneliti memilih iklan ini karena ada banyak macam tanda-tanda di iklan ini. Peneliti mengambil data di Youtube karena situs ini dipercaya dan aman untuk diakses.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan konsep triadik dari Peirce (1931-1958). Ada 96 tanda yang ditemukan di iklan ini. Di iklan ini, ada 59 simbol, 34 ikon, dan 3 indeks. Simbol telah menjadi jumlah yang tertinggi di dalam salah satu unsur dari tiga unsur tanda. Dari hasil penelitian ini, hampir dari simbol di iklan ini adalah teks. Semua tanda-tanda membuktikan bahwa iklan ini menggunakan simbol untuk menginformasikan kepada penonton tentang iklan tersebut.

Iklan ini ditemukan simbol, ikon dan indeks secara berkala dan orang-orang mengetahui tujuan dari iklan tersebut. Tanda yang paling ditemukan adalah simbol. Simbol yang paling ditemukan adalah teks.

REFERENCES

- A Brief History of Youtube .(2013). Retrieved April 29 2014, from <http://dailyinfographic.com/a-brief-history-of-youtube-infographic>
- Ayu, Senia Puspita.(2013). *Semiotic Analysis On Television Advertisement of Coca Cola: Reason to Believe Indonesian Version*. Unpublished Thesis. Malang. Brawijaya University.
- Belch and Belch (2003). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective Sixth Edition*. The McGraw-Hill Company
- Chandler, Daniel (2007). *Semiotics: The Basics Second Edition*. London: Routledge
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design choosing among five traditions*. London. SAGE Publication International Educational & Professional Publisher thousands oaks.
- Definiton of Advertisement (2014). Retrieved April 11, 2014, from <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/advertisement>
- Goddard, Angela. (1998). *Language of Advertising*. London:Routledge
- Johansen, Jorgen D and Larsen, Svend Erik. (2002). *Signs in Use An Introduction to Semiotics*. London: Routledge
- Iklan PDI Perjuangan-Indonesia Hebat (TVC Versi Tumpeng-Kedaulatan Pangan. (2014). Retrieved 30 March 2014, from <http://www.youtube.com/watch?v=OJS11ALc58E>
- Kumpulan Sejarah, Sejarah dan Penemuan Televisi. (2013). Retrieved April 11 2014, from <http://www.catatansejarah.com/2011/09/sejarah-dan-penemuan-televisi-tv.html>
- Komisi Pemilihan Umum. (2014). Retrieved April 15 2014, from <http://www.kpu.go.id/>
- Lembaga Survei Indonesia. (2013). *Pendapat Masyarakat Indonesia Tahun 2013 Survei Nasional Berkaitan Dengan PEMILU 2014*.
- Fryanti, Mega. (2012). *Semiotika*. Retrieved 16 May 2014, from <http://megafryanti.blogspot.com/2012/05/semiotika.html>
- Myers, M. (2000). *Qualitative research and the generalizability question: Standing firm with Proteus*. Retrieved from 23 March 2014, from <http://wilderdom.com/OEcourses/PROFLIT/Class6Qualitative1.htm>

- Peirce, Charles Sanders (1931-1958). *Collected Writings (8 Vols)*. (Ed Charles Harstone, Paul Weis & Arthur W. Burks). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Prithasari, Nadya Karina. (2012). *Semiotic Analysis on Television Advertisement of A Mild Cigarette*. Unpublished Thesis. Malang. Brawijaya University.
- Sejarah PDI-Perjuangan. (2012). Retrieved March 30 2014, from <http://www.dpcpdiperjuangan-lamongan.com/organisasi/sejarah/sejarah-pdi-perjuangan.html>
- Smith, Kate (2013). *The Meaning of Color*. Retrieved April 27, 2014, from <http://www.sensationalcolor.com>
- Television Advertising : Meaning, Definition (2010). Retrieved May 17 2014, from <http://www.adglitz.com/2010/11/television-advertising-meaning-definition/>
- Urada, Siti. (2014). *Semiotic Analysis of McDonald's Printed Advertisement*. Unpublished Thesis. Malang. Brawijaya University.
- Wayang ku, Raden Gatokaca. (2008). Retrieved May 16 2014, from <http://wayangku.wordpress.com/2008/10/13/raden-gatokaca/>