

**REPRESENTASI RELASI IBU DAN ANAK DALAM
IKLAN SUSU BEBELAC 4 VERSI MEDLEY *YOU ARE
MY EVERYTHING* DI TELEVISI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi dan Manajemen
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

OKTAFIA RAHAYU
NIM. 2009071018

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BISNIS DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2015**

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Oktafia Rahayu

NIM : 2009071018

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir / Skripsi

JUDUL : Representasi Relasi Ibu dan Anak Dalam Iklan Susu
Bebelac 4 Versi Medley *You Are My Everything* Di Televisi.

adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/ karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya sanggup menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, 29 Agustus 2015



(Oktafia Rahayu)

NIM : 2009071018

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : Oktafia Rahayu

NIM : 2009071018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir-Skripsi-Laporan Penelitian*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir/Skripsi/Laporan Penelitian* saya yang berjudul : Representasi Relasi Ibu dan Anak Dalam Iklan Susu Bebelac 4 Versi Medley *You Are My Everything* Di Televisi

Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*autor*) dan Pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Surakarta

Pada Tanggal : 29 Agustus 2015



at pernyataan,

Oktafia Rahayu

NIM :2009071018

*) coret yang tidak perlu

LEMBAR PENGESAHAN

REPRESENTASI RELASI IBU DAN ANAK DALAM IKLAN SUSU BEBELAC 4 VERSI MEDLEY *YOU ARE MY EVERYTHING* DI TELEVISI

Disusun Oleh :

OKTAFIA RAHAYU
NIM. 2009071018

Skripsi ini telah diterima dan disahkan
oleh dewan penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta
Pada hari _____ tanggal: _____

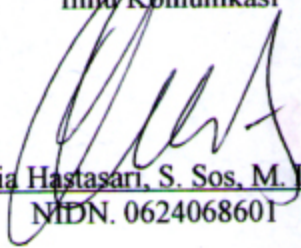
Dewan Penguji

1. Penguji I Nama : Erwin Kartinawati, S. Sos, M. I. Kom
NIDN : 0612028002

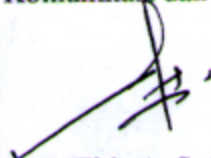
(bu)

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Chatia Hastasari, S. Sos, M. I. Kom
NIDN. 0624068601

Dekan Fakultas Ilmu
Komunikasi dan Manajemen


Paramastu Titis A, S. Sos, M. I. Kom
NIDN. 0620128302

LEMBAR PERSETUJUAN

REPRESENTASI RELASI IBU DAN ANAK DALAM IKLAN SUSU BEBELAC 4 VERSI MEDLEY *YOU ARE MY EVERYTHING* DI TELEVISI

Disusun Oleh :

OKTAFIA RAHAYU
NIM. 2009071018

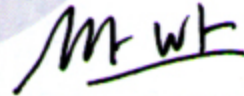
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
Dihadapan dewan penguji
Pada Tanggal : _____

Pembimbing 1



Dyah Retno Periwati, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0616068502

Pembimbing 2



Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum
NIDN. 0628108301

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Chatia Hastasari, S. Sos, M. I. Kom
NIDN. 0624068601

HALAMAN MOTTO

“Nikmati prosesnya, hasil bagus adalah bonus”

(penulis)

“Jangan merendahkan dirimu untuk mendapatkan sesuatu, tetapi rendahkan hatimu
untuk memberi sesuatu”

(penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Kedua orangtuaku tercinta, yang telah mendidik, mengasuh, dan memberikan kasih sayang, mendoakan tanpa henti serta memberikan financial yang berkecukupan.
- ❖ Adik-adikku.
- ❖ Bapak dan ibu dosen Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
- ❖ Teman dan sahabat.
- ❖ Almamater yang kubanggakan, Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Ynag Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bisnis dan Komunikasi. Skripsi ini berjudul **“REPRESENTASI RELASI IBU DAN ANAK DALAM IKLAN SUSU BEBELAC 4 VERSI MEDLEY *YOU ARE MY EVERYTHING* DI TELEVISI”**.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak baik yang terlibat secara langsung maupun secara tidak langsung yang telah membantu dan mempermudah serta mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini. Maka dengan kerendahan hati dan tanpa mengurangi rasa hormat saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Kohar Sulistyadi, MSIE selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. H. Hartanto S.H., M.Hum Wakil Rektor II Universitas Sahid Surakarta.
3. Sri Huning Anwariningsih, S.T.M.kom, Wakil Rektor III Universita Sahid Surakarta.
4. Paramastu Titis Anggitya S.Sos, M.I.kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen Universitas Sahid Surakarta.

5. Chatia Hastasari, S.Sos, M.I.kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Manajemen.
6. Dyah Retno Pertiwi, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing I, atas kesabarannya dalam membimbing upaya penyusunan skripsi, dan masukannya yang berharga.
7. Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum selaku pembimbing II, atas kesabarannya dalam membimbing upaya penyusunan skripsi, dan masukannya yang berharga.
8. Erwin Kartinawati, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan penilaian dan masukannya kepada penulis.
9. Mama, papa yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2009 yang selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis.
11. Sahabat serta menjadi kakak bagi penulis Mbak Dhika, Mas Jarot, Mas Tanggul, Shomad, Irene, Nia, Ratna dan Pita yang selalu menyemangati penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
12. Seseorang yang sangat berarti yang selalu memotivasi dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas bantuan moral dan material dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak berkepentingan. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan dari sisi materi maupun sistematika penulisan. Maka kritik dan saran dari semua pihak sangat saya butuhkan dan berharga bagi penulis demi kesempurnaan kualitas skripsi ini.

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Proses Komunikasi	7
2.1.2. Iklan Sebagai Proses Komunikasi	13
2.1.3. Komunikasi Orangtua dan Anak	16

2.1.4. Relasi Antar Ibu dan Anak	21
2.1.5. Semiologi Komunikasi.....	23
2.2. Terminologi.....	31
2.2.1. Iklan	31
2.2.2. Kehangatan.....	32
2.2.3. Rasa Aman	33
2.2.4. Kepercayaan.....	34
2.3. Kategorisasi.....	34
2.4. Penelitian Terdahulu	35
2.5. Kerangka Pikir.....	38

BAB III. METODELOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Jenis Data	39
3.2.1. Data Primer	39
3.2.2. Data Sekunder	40
3.3. Teknik Pengumpulan Data	40
3.4. Objek Penelitian	40
3.5. Teknik Analisis Data.....	41
3.6. Pengkodean Data.....	42

BAB IV. ANALISIS DATA

4.1. Deskripsi Penelitian.....	43
4.2. Analisis Data	47

4.2.1. Kehangatan.....	47
4.2.2. Rasa Aman	59
4.2.3. Kepercayaan.....	77
4.3. Pembahasan.....	90
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top 10 Brands-Powder Milk Gum-Indonesia Grocery.....	4
Tabel 2.1. Perbedaan Konsep Pengasuhan Seorang Ibu	22
Tabel 2.2. Perbedaan Konsep Pengasuhan Seorang Ayah	22
Tabel 2.3. Peta Tanda Roland Barthes	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Sirkuler.....	8
Gambar 2.2. Proses Komunikasi.....	9
Gambar 2.3. Interaksi Antara Anak dan Orangtua.....	23
Gambar 2.4. Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	29
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1. Model Analisa Interaktif	41
Gambar 4.1. Data 1 (001/BB4/00.01)	48
Gambar 4.2. Data 3 (002/BB4/00.05)	50
Gambar 4.3. Data 4b (004b/BB4/00.09)	52
Gambar 4.4. Data 9a (004a/BB4/00.23)	54
Gambar 4.5. Data 9b (004b/BB4/00.25)	57
Gambar 4.6. Data 3 (003/BB4/00.10)	60
Gambar 4.7. Data 4b (004b/BB4/00.11)	62
Gambar 4.8. Data 5a (005a/BB4/00.15)	64
Gambar 4.9. Data 5b (005b/BB4/00.018)	65
Gambar 4.10. Data 6 (006/BB4/00.15)	67
Gambar 4.11. Data 8 (008/BB4/00.19)	70
Gambar 4.12. Data 9a (009a/BB4/00.23)	72
Gambar 4.13. Data 9b (009b/BB4/00.25)	74
Gambar 4.14. Data 1 (009b/BB4/00.01)	77

Gambar 4.15. Data 2 (002/BB4/00.03)	80
Gambar 4.16. Data 3 (003/BB4/00.05)	82
Gambar 4.17. Data 5b (009b/BB4/00.11)	84
Gambar 4.18. Data 7 (009b/BB4/00.18)	86
Gambar 4.19. Data 8 (009b/BB4/00.19)	88

ABSTRAK

OKTAFIA RAHAYU. 2015. REPRESENTASI RELASI IBU DAN ANAK DALAM IKLAN SUSU BEBELAC 4 VERSI MEDLEY *YOU ARE MY EVERYTHING*" DI TELEVISI.

Periklanan melalui media televisi memegang peranan yang sangat penting sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Televisi mampu menghadirkan gabungan *audio* dan *visual*, sehingga masyarakat lebih memahami dan tertarik dengan apa yang disampaikan oleh pengiklan dan produsen produk. Iklan susu pertumbuhan anak sangat bervariasi dan masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Dalam penelitian ini penulis mengambil salah satu iklan susu pertumbuhan, yaitu susu Bebelac dari Nutricia dengan menggunakan tampilan medley berbahasa Inggris yang menampilkan hubungan ibu dan anak sedang melakukan aktivitas bersama. Dalam iklan susu Bebelac 4 versi medley *you are my everything* ini, PT Nutricia menampilkan pesan tentang nilai-nilai keluarga, khususnya ibu dan anak. Maksud dari nilai-nilai keluarga tersebut adalah bagaimana ibu dan anak menjalin relasi yang baik dan tidak lepas dari hal-hal yang ada disekitarnya. Kedekatan hubungan antara anak dan ibunya seperti yang digambarkan dalam iklan tersebut sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Chen bahwa, kualitas hubungan orang tua-anak merefleksikan tingkatan dalam hal kehangatan (*warmth*), rasa aman (*security*), kepercayaan (*trust*).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui makna relasi ibu dan anak yang direpresentasikan dalam iklan Susu Bebelac 4 versi medley *you are my everything* di televisi. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan semiologi Roland Barthes. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan susu Bebelac 4 versi medley *you are my everything* di televisi. Adapun data dalam penelitian ini adalah semua adegan iklan yang mengandung relasi ibu dan anak dan selanjutnya diklasifikasikan menurut 3 nilai relasi ibu dan anak; kehangatan, rasa aman, dan kepercayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi ibu dan anak dalam iklan susu Bebelac 4 versi medley *you are my everything* yang direpresentasikan melalui 3 hal, yakni (1) Kehangatan, (2) Rasa aman, dan (3) Kepercayaan. Dari ketiga kategorisasi tersebut, data yang paling banyak menunjukkan relasi antara ibu dan anak adalah kategorisasi kepercayaan. Adegan yang menunjukkan aspek kepercayaan dalam relasi ibu dan anak mendapat porsi paling banyak.

Kata Kunci : *Iklan, Relasi Ibu dan Anak, Semiologi*

ABSTRAC

OKTAFIA RAHAYU. 2015. REPRESENTASI RELASI IBU DAN ANAK DALAM IKLAN SUSU BEBELAC 4 VERSI MEDLEY *YOU ARE MY EVERYTHING* DI TELEVISI.

Advertising through television media plays a very important as a means of communication between producers and consumers. Television is able to present a combined audio and visual, so that more people understand and are interested in what is delivered by advertisers and manufacturers of products. Milk ad growth of children is very varied and each one has its own uniqueness. In this study the authors took one milk ad growth, namely milk from Nutricia Bebelac using English medley display featuring a mother and child are doing activities together. In the milk ad Bebelac 4 version "medley you are my everything", PT Nutricia displays a message about the values of family, especially mothers and children. The intent of family values is how the mother and child establish good relationships and can not be separated from the things around it. The closeness of the relationship between the child and his mother as depicted in the ad is consistent with the theory that disclosed by Chen that, the quality of parent-child relationships reflect levels in terms of warmth (warmth), safety (security), confidence(trust).

This research was conducted in order to determine the meaning of the mother and child relationship is represented in the ad Milk Bebelac 4 version medley "you are my everything" on television. This research is a qualitative research approach Roland Barthes semiology. The data used in this study is the milk ad Bebelac 4 version medley "you are my everything" on television. The data in this study were all advertisements containing scenes of mother and child relationship and further classified according to three grades relationship of mother and child; warmth, security, and trust.

The results showed that the relationship of mother and child in a milk ad Bebelac 4 medley version of "you are my everything" that is represented through three ways, namely (1) warmth, (2) Sense of security, and (3) Trust. Of the three categorization proficiency level, most data showing the relationship between mother and child is the categorization of confidence. The scene that shows the aspect of trust in the relationship of mother and child gets the most servings.

Keywords: *Advertising, Relation Mother and Child, Semiology*