

KATA PENGANTAR

Assalammu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Tidak lupa shalawat beserta salam yang penulis persembahkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan dan penuh ketidaktahuan, menuju zaman yang terang benderang dan penuh pengetahuan.

Dengan karunia Allah SWT, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Representasi Nilai Islam pada iklan BNI Syariah “Hasanah Titik!” (Studi Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini merupakan salah satu implementasi ilmu pengetahuan yang telah di dapat sewaktu perkuliahan dan juga salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana pada Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis terlepas dari bimbingan dan dukungan dari semua pihak, baik yang di dapat dalam masa perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini maka dari itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih pada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Abdul Aziz, S.Sos M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Cutra Aslinda, M.I.Kom, Selaku Dosen Pembimbing I dan Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini
3. Al Sukri, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini
4. Muhd AR Imam Riau, M.I.Kom, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam perkuliahan.
6. Karyawan dan karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
7. Kedua orang tua, keluarga, teman, sahabat, dan orang tercinta yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Febby Beeh Suliki dan Vincent Dumai yang sudah mau bersama-sama potang-panting dalam menyelesaikan skripsi, hingga bisa wisuda bersama, Sungguh perjuangan yang penuh semangat kebersamaan.

9. Said Rahamad Hidayat yang jas-nya sudah dipakai kompre duluan, semoga bisa cepat nyusul.
10. Serta semua pihak yang ikut membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga bimbingan, bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasannya berupa pahala dari Allah SWT.

Penulis juga menerima kritikan dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Dan semoga Allah SWT melimpah rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Pekanbaru, Juni 2017

Maldo
139110092

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| Judul (Cover) | |
| Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi | |
| Persetujuan Tim Penguji Skripsi | |
| Berita Acara Ujian Komprehensif | |
| Lembaran Pengesahan | |
| Lembaran Pernyataan | |
| Halaman Persembahan..... | ii |
| Halaman Motto | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Daftar Isi | vii |
| Daftar Gambar dan Lampiran | ix |
| Daftar Tabel..... | x |
| Abstrak..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 12 |
| C. Fokus Penelitian | 12 |
| D. Rumusan Masalah | 12 |
| E. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 15 |
| A. Kajian Literatur | 15 |
| 1. Komunikasi Massa | 15 |
| 2. Iklan..... | 22 |
| 3. Semiotika | 26 |
| 4. Semiotika Ferdinand de Saussure | 35 |
| 5. Komunikasi Verbal dan Non-Verbal | 38 |
| 6. Tinjauan Tentang Nilai Islam | 41 |
| B. Definisi Operasional..... | 47 |
| C. Penelitian Terdahulu | 56 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 59 |
| A. Pendekatan Penelitian | 59 |
| B. Subjek dan Objek Penelitian | 60 |
| C. Lokasi dan waktu Penelitian | 60 |
| D. Sumber Data..... | 61 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 61 |
| F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... | 62 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 63 |

| | |
|---|------------|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 65 |
| A. Gambaran Umum | 65 |
| 1. Profil BNI Syariah | 65 |
| 2. Iklan Hasanah Titik | 70 |
| B. Hasil Penelitian | 71 |
| 1. Representasi | 71 |
| 2. Representasi dan Makna Nilai Islam Pada Iklan BNI Syariah Hasanah Titik | 78 |
| C. Pembahasan Penelitian | 110 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 126 |
| A. Kesimpulan | 126 |
| B. Saran | 127 |
| DAFTAR PUSTAKA | 128 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR dan LAMPIRAN

Gambar :

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model Komunikasi Shannon dan Weaver..... | 16 |
| Gambar 2.2 Model semiotika Charles S. Peirce | 29 |
| Gambar 2.3 Model Semiotika dari Saussure..... | 30 |
| Gambar 2.4 Peta Tanda Roland Barthes | 32 |
| Gambar 2.5 Model Semiotika dari Saussure..... | 34 |
| Gambar.4.1.Logo BNI Syariah | 65 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi BNI Syariah..... | 69 |
| Gambar.4.3.Kota yang makmur..... | 73 |
| Gambar 4.4 Karyawati BNI Syariah | 74 |
| Gambar 4.5 Tabungan Haji..... | 74 |
| Gambar 4.6 Nasabah BNI Syariah | 75 |
| Gambar 4.7 Menolong menyemberang jalan..... | 76 |
| Gambar 4.8 Video Sekelompok Orang Tawuran..... | 76 |
| Gambar 4.9 Nasabah BNI Syariah..... | 77 |
| Gambar 5.0 Nasabah BNI Syariah yang Non-Muslim..... | 77 |
| Gambar 5.1 Direktur operasional BNI Syariah..... | 78 |
| Gambar 5.2 Direktur ketaan dan kepatuhan BNI Syariah..... | 78 |

Lampiran :

Surat Keputusan Dekan Fikom Universitas Islam Riau Nomor: 262/ UIR/ KPTS/ Fikom/ 2016 tentang penetapan sponsor /CO- sponsorpenulisan Skripsi Mahasiswa.

Surat Rekomendasi Nomor 503/ DPMPTSP/ NON IZIN-RISET/ 5825 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Riset dan Pengumpulan Data untuk Bahan Skripsi.

Lampiran 1 : Penghargaan yang didapat Bank BNI Syariah

Lampiran 2 : Daftar wawancara tentang Nilai Islam

Lampiran 3 : Biodata penulis

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. Keuangan Bank BNI Syariah..... | 3 |
| Tabel 1.2. 10 Scene dalam Iklan BNI Syariah..... | 9 |
| Tabel 2.1. Proses Representasi Fiske..... | 48 |
| Tabel.3.1. Kegiatan Penelitian..... | 60 |
| Tabel.4.1 Profil BNI Syariah..... | 65 |
| Tabel 4.2 <i>Scene</i> 3 durasi 00.00.57 – 00.01.07..... | 80 |
| Tabel 4.3. <i>Scene</i> 4, Durasi 00.01.30-00.01.35..... | 82 |
| Tabel 4.4 <i>Scene</i> 5, Durasi 00.02.13 – 00.02.15..... | 84 |
| Tabel 4.5 <i>Scene</i> 8, Durasi 00.02.44 – 00.02.53..... | 86 |
| Tabel 4.6 <i>Scene</i> 1, Durasi 00.00.29 – 00.00.37..... | 88 |
| Tabel 4.7 <i>Scene</i> 2, Durasi 00.00.39 – 00.00.45..... | 90 |
| Tabel 4.8 <i>Scene</i> 6, Durasi 00.02.23 – 00.02.28..... | 92 |
| Tabel 4.9 <i>Scene</i> 7, Durasi 00.02.35 – 00.02.43..... | 94 |
| Tabel 5.0 <i>Scene</i> 9, Durasi 00.03.23 – 00.03.25..... | 96 |
| Tabel 5.1 <i>Scene</i> 10, Durasi 00.03.26 – 00.03.31..... | 98 |

Abstrak

Representasi Nilai Islam Pada Iklan BNI Syariah “Hasanah Titik!”
(Studi Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)

Maldo
139110092

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu merek atau produk. Namun, pada dasarnya setiap masyarakat yang melihat sebuah iklan memiliki sebuah pemaknaan yang berbeda satu sama lain. Bahkan, pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan akan diterima berbeda bagi siapa saja yang melihatnya berdasarkan pada latar belakang budaya masyarakat tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui representasi dan makna nilai-nilai Islam yang terdapat pada iklan BNI Syariah “Hasanah Titik!”. Metodologi yang digunakan adalah metodologi kualitatif dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah representasi nilai-nilai Islam yang terdiri dari nilai-nilai akidah, nilai-nilai ibadah dan nilai akhlak tergambar pada iklan BNI Syariah “Hasanah Titik!”.

Kata kunci: Representasi nilai Islam, Iklan BNI Syariah “Hasanah Titik!”, Semiotika.

Abstract

Representation of Islamic value in the advertising of BNI Syariah "Hasanah Titik!" (semiotic analysis study of Ferdinand de Saussure)

Maldo
139110092

Advertising is a process of communication to persuade or lead people to take advantageous action for the advertiser. Advertising is directed to the feelings, meanings, beliefs, attitudes and consumer image that associated with a brand or a product. However, every people it has a different meaning when sees an advertising. In fact, the message the advertiser wants, it will be interpreted differently based on cultural background of the people. Purpose of this research to find out the representation and meaning of Islamic values that exist in the advertising of BNI Syariah "Hasanah Titik!". A qualitative analysis technique with semiotic analysis of Ferdinand de Saussure is the methodology used of this study. The technique of completion data such as interview, observation and documentation. The conclusion of this research is the representation of Islamic values consists in the advertising BNI Syariah "Hasanah Titik!". Islamic values that consist such as aqidah value, worship value and moral value is depicted in the advertisement of BNI Syariah "Hasanah Titik!".

Keywords: *Representation of Islamic value, BNI Syariah Advertising "Hasanah Titik!", Semiotics.*