

SKRIPSI

**ANALISIS SEMIOTIKA DALAM IKLAN *HIGH SCHOOL GIRL?*
*MEEKU JOSHI KOUSEI NO HIMITSU (THE SECRET OF HIGH SCHOOL
GIRLS)* OLEH MEREK KOSMETIK *SHISEIDO***



Oleh

**AMALIA FADILLA
BP 1910752015**

Dosen Pembimbing:

- 1. Rina Yuniastuti, S.S., M.Si**
- 2. Darni Enzimar Putri, S.S., M.Hum**

**PROGRAM STUDI SASTRA JEPANG
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA DALAM IKLAN *HIGH SCHOOL GIRL? MEEKU JOSHI KOUSEI NO HIMITSU (THE SECRET OF HIGH SCHOOL GIRLS)* OLEH MEREK KOSMETIK SHISEIDO

Oleh: Amalia Fadilla

Penelitian ini mengenai analisis semiotika dalam iklan *High School Girl? Meeku Joshi Kousei no Himitsu (The Secret of High School Girls)* oleh merek kosmetik *Shiseido*. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari segala hal tentang tanda dan lambang yang terdapat dalam kehidupan manusia. Sumber data yang digunakan adalah iklan *High School Girl? Meeku Joshi Kousei no Himitsu (The Secret of High School Girls)*. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan pesan dari tanda lingual dan nonlingual iklan dengan teori semiotika Barthes mengenai pesan linguistik, pesan ikonik terkode, dan pesan ikonik tanpa terkode. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap. Dalam melakukan analisis data digunakan metode padan dengan teknik pilah unsur penentu. Hasil analisis data disajikan secara informal. Pada penelitian ini ditemukan 15 data dengan 10 data terdapat pada audio visual iklan dan 5 data pada visual iklan. Pesan linguistik berupa analisis pada data lirik *jingle* iklan dan tulisan dari gambar iklan. Pesan ikonik terkode berupa analisis gambar mengenai segala kejadian yang terjadi di dalam kelas. Pesan ikonik tanpa terkode adalah untuk menggiring penonton menemukan jawaban teka-teki, memberikan pesan, dan mempromosikan produk *Shiseido*.

Kata kunci: *semiotik, Barthes, High School Girl? Meeku Joshi Kousei no Himitsu (The Secret of High School Girls)*

ABSTRACT

SEMIOTICS ANALYSIS IN *HIGH SCHOOL GIRL? MEEKU JOSHI KOUSEI NO HIMITSU (THE SECRET OF HIGH SCHOOL GIRLS)* ADVERTISING BY SHISEIDO COSMETIC BRAND

By: Amalia Fadilla

This research is about semiotic analysis in *High School Girl? Meeku Joshi Kousei no Himitsu (The Secret of High School Girls)* advertising by *Shiseido* cosmetic brand. Semiotics is a science that studies all about the signs and symbols contained in human life. The data source used is *High School Girl? Meeku Joshi Kousei no Himitsu (The Secret of High School Girls)* advertisement. The purpose of this study is to describe the message of lingual and nonlingual advertising signs with Barthes' semiotic theory of linguistic messages, coded iconic messages, and uncoded iconic messages. This research is a descriptive qualitative research. The method used in data collection is the listening method with free engagement speaking technique. In conducting data analysis, the matching methods was used with the determining factor selection techniques. The results of data analysis are presented informally. In this study, 15 data were found with 10 data contained in audio-visual advertisements and 5 data in visual advertisements. The linguistic message is in the form of an analysis of the lyrics of the ad jingles and the writing of the ad image. Coded iconic messages in the form of image analysis regarding all events that occur in the classroom. The uncoded iconic messages is to lead the audience to find answers to riddles, deliver messages, and promote *Shiseido* products.

Keyword: *semiotics, Barthes, High School Girl? Meeku Joshi Kousei no Himitsu (The Secret of High School Girls)*



要旨

化粧品ブランド資生堂の *High School Girl?* メーク女子高生のヒミツ (*The Secret of High School Girls*) 広告における記号論的分析

アマリア・ファディッラ

本研究は、化粧品ブランド資生堂の *High School Girl?* メーク女子高生のヒミツ (*The Secret of High School Girls*) 広告における記号論的分析に関するものである。記号論は、人間の生活における記号の研究である。使用されるデータソースは *High School Girl?* メーク女子高生のヒミツ (*The Secret of High School Girls*) 広告である。研究の目的は、ロラン・バルトの記号理論、すなわち言語メッセージ、コード化されたアイコン的メッセージ、およびコード化されていないアイコン的メッセージを使用し、lingual および nonlingual の広告サインのメッセージを説明することである。この調査方法は記述的定性である。データ収集に使用される方法は、フリーエンゲージメントスピーキングテクニックを使用したリスニングメソッドである。データ解析を行うにあたり、マッチングメソッドと決定要素選別テクニックを使用する。データ分析の結果は、非公式に提示される。この研究では、15 個のデータが見つかる。10 個のデータが視聴覚広告に含まれ、5 個のデータが視覚的広告に含まれている。言語メッセージは、広告ジングルの歌詞の分析と広告イメージの書き込みの形をとっている。コード化されたアイコンメッセージは、教室で発生するすべてのイベントに関する画像分析の形である。コード化されていないアイコンメッセージは、聴衆をなぞなぞへの答えを見つけ、メッセージを伝え、資生堂の製品を宣伝するように導くことである。

キーワード：記号論、バルト、*High School Girl?* メーク女子高生のヒミツ (*The Secret of High School Girls*)