

SKRIPSI

**ANALISIS SEMIOTIKA TANDA VERBAL DAN TANDA NONVERBAL
DALAM IKLAN PARIWISATA KOTA BEPPU JEPANG
DI MASA PENYEBARAN COVID-19**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Humaniora*

Oleh

**NABILA INTANI UMARI
1910752004**



Dosen Pembimbing :

**Rahtu Nila Sepni, M.Hum.
Lady Diana Yusri S.S., M. Hum**

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

ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA TANDA VERBAL DAN TANDA NONVERBAL DALAM IKLAN PARIWISATA KOTA BEPPU JEPANG DI MASA PENYEBARAN COVID-19

Oleh : Nabila Intani Umari

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis makna tanda verbal dan tanda nonverbal dalam iklan pariwisata Kota Beppu Jepang di masa penyebaran COVID-19 melalui pendekatan semiotika. Objek yang diteliti adalah iklan pariwisata berjudul [別府温泉おもてなし再開] 全 CM まとめ [*Beppu onsen o motenashi saikai*] zen *CM matome*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teori semiotika yang digunakan untuk menganalisis makna tanda verbal dan tanda nonverbal adalah teori semiotika oleh Roland Barthes (2017) yang menerapkan sistem signifikasi dua tingkat, sehingga setiap tanda menghasilkan makna denotatif dan makna konotatif. Dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 36 tanda yang terdiri dari 19 tanda verbal dan 17 tanda nonverbal. Tanda verbal dan tanda nonverbal yang diteliti memiliki keterkaitan makna satu sama lain. Setiap tanda yang ditemukan memiliki makna berupa upaya mempromosikan objek wisata yang dilakukan oleh masyarakat serta pemerintah daerah Kota Beppu, selain itu juga terdapat tanda-tanda yang mengkampanyekan upaya pencegahan penyebaran COVID-19.

Kata kunci : *semiotika, Roland Barthes, tanda verbal, tanda nonverbal, Kota Beppu.*

ABSTRACT

SEMIOTIC ANALYSIS OF VERBAL AND NONVERBAL SIGNS IN TOURISM ADVERTISEMENTS OF BEPPU CITY JAPAN DURING THE SPREAD OF COVID-19

By : Nabila Intani Umari

The purpose of this research is to describe and analyze the meaning of verbal and non-verbal signs in tourism advertisements of Beppu City, Japan during the spread of COVID-19 using semiotics theory. The object of research is a tourism advertisement entitled [別府温泉おもてなし再開] 全CMまとめ [*Beppu onsen omotenashi saikai] zen CM matome*. The research method used is the descriptive qualitative method. The semiotic theory used to analyse the meaning of verbal and non-verbal signs is the semiotic theory by Roland Barthes (2017) which applies a two-level signification system, so that each sign produces denotative meaning and connotative meaning. During the research, 36 signs were found, consisting of 19 verbal signs and 17 non-verbal signs. Both verbal and non-verbal signs have interrelated meanings. Each sign found has a meaning in the form of a way to promote Beppu City's tourist attractions by the community and the local government of Beppu City, besides that there are also signs that campaign for ways to prevent the spread of COVID-19.

Key words : *semiotics, Roland Barthes, verbal signs, non-verbal signs, Beppu City.*

要旨

Covid-19 普及期の別府市観光広告における言語記号と非言語記号の意味 に関する記号論的分析

ナビラ・インタニ・ウマリ

本研究は、Covid-19 普及期の別府市観光広告における言語記号と非言語記号の意味を、記号論的理論を用いて記述・分析することを目的とする。研究対象は、「別府温泉おもてなし再開」全 CM まとめ「別府温泉おもてなし西海岸」全 CM まとめの観光広告である。研究の手法は質的記述的である。言語記号と非言語記号の意味を分析するために用いられる記号論は、ロラン・バルト (2017) による記号論であり、2 レベルシニフィケーションを適用している。本研の結果、19 の言語記号と 17 の非言語記号からなる 36 の記号が見つかった。言語記号も非言語記号も、相互に関連した意味を持っている。それぞれの記号には、別府市の観光名所を地域や行政が PR する意味が込められている、そのほか、COVID-19 の蔓延を防ぐためのキャンペーン記号もある。

キーワード：記号論、ロラン・バルト、言語記号、非言語記号、別府市。