

SKRIPSI

**MAKNA TANDA VERBAL DALAM IKLAN *MISOSHIRU RYOTEI NO AJI*
DARI PERUSAHAAN MARUKOME TINJAUAN SEMIOTIK**

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

Oleh :

Cut Mira Setya Ningrum

2110753020



Dosen Pembimbing:

Rina Yuniastuti, S.S., M.Si

Darni Enzimar Putri, S.S., M.Hum

PROGRAM STUDI SASTRA JEPANG

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS ANDALAS

2026

ABSTRAK

MAKNA TANDA VERBAL DALAM IKLAN *MISOSHIRU RYOTEI NO AJI* DARI PERUSAHAAN MARUKOME TINJAUAN SEMIOTIK

Oleh:

Cut Mira Setya Ningrum

Makna tanda verbal adalah makna yang dihasilkan dari tanda-tanda yang dipakai manusia untuk saling berkomunikasi dan dihasilkan oleh alat ucap baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Penelitian ini mengaji makna tanda verbal dalam iklan *Misoshiru Ryotei No Aji* edisi *Natsuyasumi No Omoide* yang diproduksi oleh Perusahaan Marukome berdasarkan tinjauan semiotika menurut Roland Barthes. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dan deskriptif dengan tujuan mengidentifikasi tanda verbal dalam bentuk lisan dan tulisan serta menjelaskan makna denotasi dan konotasi yang terkandung dalam iklan melalui proses signifikasi bertingkat. Data dikumpulkan melalui metode simak dengan teknik SBLC dan teknik catat, lalu dianalisis menggunakan metode padan dengan teknik Pilah Unsur Penentu (PUP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanda verbal dalam iklan tidak hanya memuat makna literal mengenai suasana akhir musim panas tetapi juga menunjukkan bahwa produk *Misohsiru Ryotei No Aji* sebagai bagian yang bermanfaat dalam kehidupan masyarakat Jepang pada musim panas untuk menciptakan suasana kebersamaan dalam keluarga.

Kata kunci: *Semiotika Roland Barthes, tanda verbal, denotasi, konotasi, iklan Marukome*



ABSTRACT

THE MEANING OF VERBAL SIGNS IN THE ADVERTISEMENT MISOSHIRU RYOTEI NO AJI BY MARUKOME COMPANY: A SEMIOTIC REVIEW

By:

Cut Mira Setya Ningrum

The meaning of verbal signs refers to the meaning produced by signs used by humans to communicate with one another, generated through speech organs in both spoken and written forms. This study examines the meaning of verbal signs in the advertisement *Misoshiru Ryotei No Aji* edition *Natsuyasumi No Omoide*, produced by the Marukome Company, based on Roland Barthes' semiotic perspective. This research employs a qualitative and descriptive approach aimed at identifying verbal signs in spoken and written forms and explaining the denotative and connotative meanings contained in the advertisement through a layered process of signification. The data were collected using the observation method with the non-participatory observation technique and note-taking, and then analyzed using the matching method with the Determining Element Sorting technique. The results of the study indicate that the verbal signs in the advertisement not only convey literal meanings related to the atmosphere of late summer but also demonstrate that *Misoshiru Ryotei No Aji* is presented as a product that is beneficial to the lives of Japanese society during the summer season, particularly in fostering a sense of family togetherness.

Keywords: *Roland Barthes' semiotics, verbal signs, denotation, connotation, Marukome advertisement.*



要旨

マルコメ社の味噌汁料亭の味広告における言語記号の意味：記号論的考察

研究者：

サイト・ミラ・セティア・ニングルム

言語的記号の意味とは、人間が相互にコミュニケーションを行うために用いる記号によって生み出される意味であり、音声器官によって生成され、口頭および書記の形で表れるものである。本研究は、マルコメ社によって制作された「みそ汁 料亭の味」の広告「夏休みの思い出」編における言語的記号の意味を、ロラン・バルトの記号論的視点に基づいて考察するものである。本研究は質的かつ記述的研究であり、口頭および書記における言語的記号を特定し、重層的な意味生成の過程を通して、広告に含まれる表示的意味（デノテーション）と含意的意味（コノテーション）を明らかにすることを目的とするものである。データは、観察法による非参与観察技法および記録技法によって収集し、対応法における要素分類技法を用いて分析するものである。研究の結果、広告における言語的記号は、夏の終わりの雰囲気に関する字義的意味を伝えるだけでなく、「みそ汁 料亭の味」が夏季の日本社会における生活にとって有益な製品として提示され、特に家族の団らんを促進する役割を果たすことを示すものである。

キーワード：ロラン・バルトの記号論、言語記号、デノテーション、コノテーション、マルコメ広告

