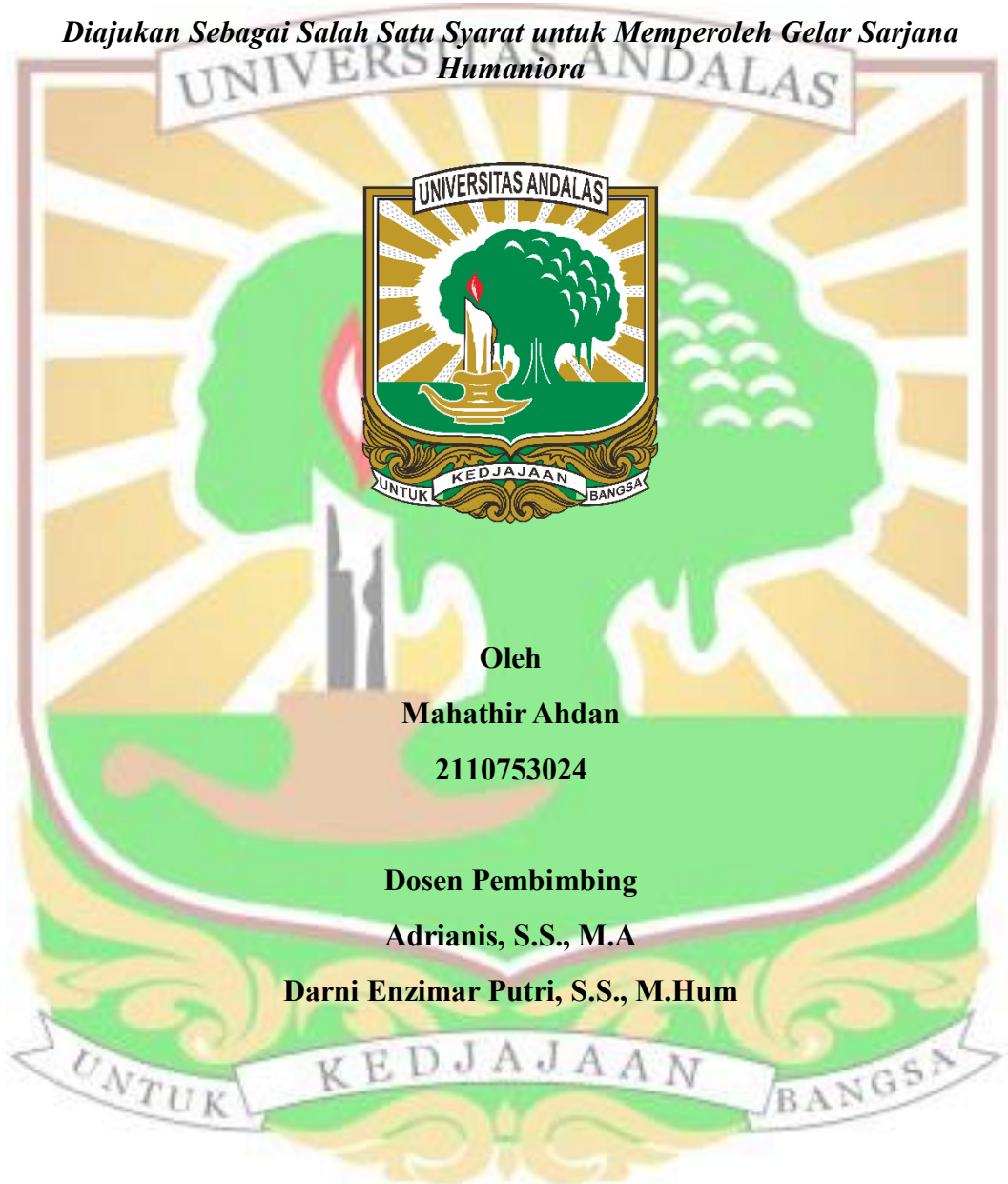


SKRIPSI

**ANALISIS SEMIOTIKA DALAM IKLAN *FUDOROSURA DOU SURU?*
JINRUI HEN CM 80 BYO OLEH MEREK AJINOMOTO**

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



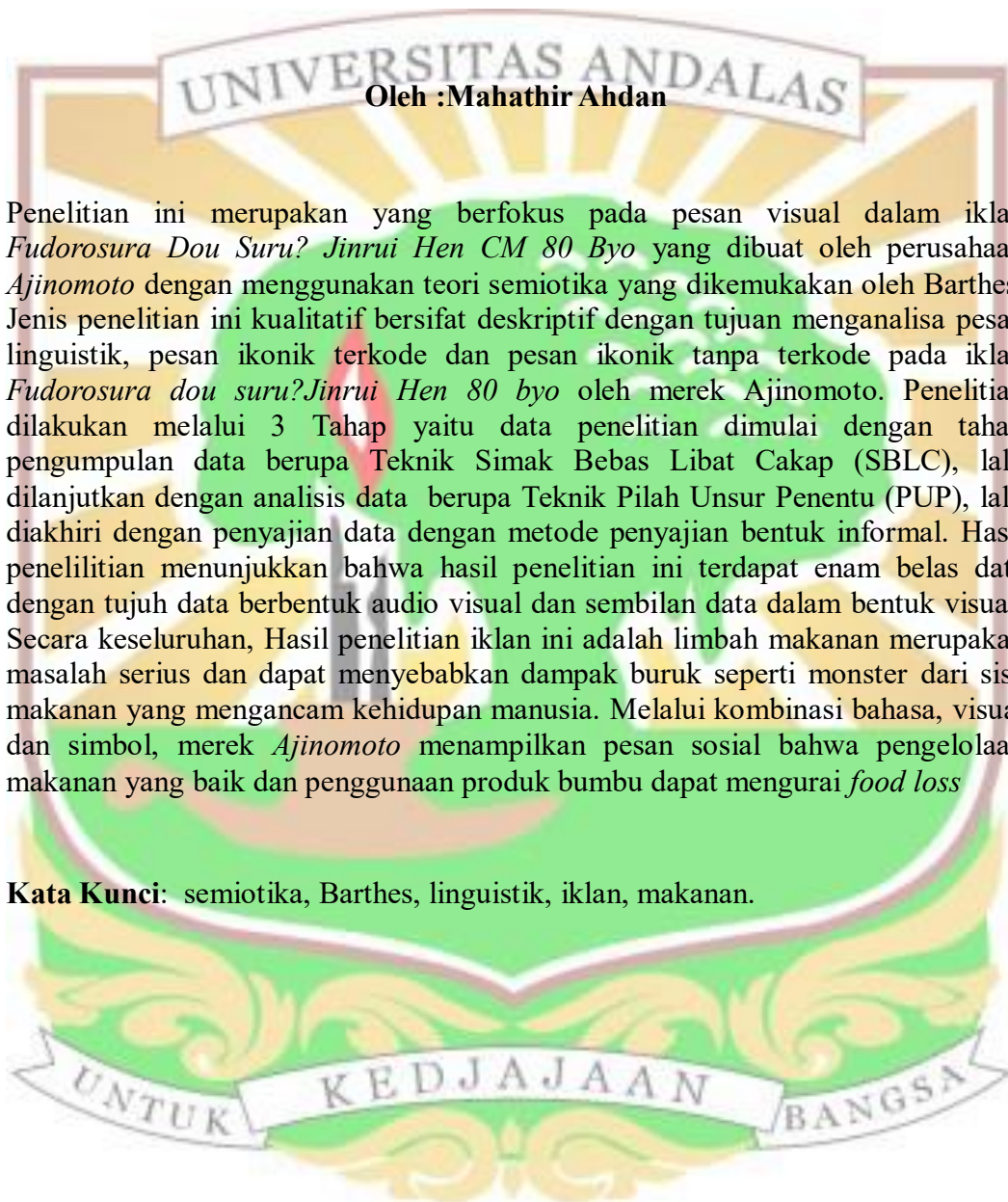
Oleh
Mahathir Ahdan
2110753024

Dosen Pembimbing
Adrianis, S.S., M.A
Darni Enzimar Putri, S.S., M.Hum

**PROGRAM STUDI SAstra JEPANG
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA DALAM IKLAN *FUDOROSURA DOU SURU? JINRUI HEN CM 80 BYO* OLEH MEREK AJINOMOTO



Oleh :Mahathir Ahdan

Penelitian ini merupakan yang berfokus pada pesan visual dalam iklan *Fudorosura Dou Suru? Jinrui Hen CM 80 Byo* yang dibuat oleh perusahaan *Ajinomoto* dengan menggunakan teori semiotika yang dikemukakan oleh Barthes. Jenis penelitian ini kualitatif bersifat deskriptif dengan tujuan menganalisa pesan linguistik, pesan ikonik terkode dan pesan ikonik tanpa terkode pada iklan *Fudorosura dou suru?Jinrui Hen 80 byo* oleh merek *Ajinomoto*. Penelitian dilakukan melalui 3 Tahap yaitu data penelitian dimulai dengan tahap pengumpulan data berupa Teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), lalu dilanjutkan dengan analisis data berupa Teknik Pilah Unsur Penentu (PUP), lalu diakhiri dengan penyajian data dengan metode penyajian bentuk informal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini terdapat enam belas data dengan tujuh data berbentuk audio visual dan sembilan data dalam bentuk visual. Secara keseluruhan, Hasil penelitian iklan ini adalah limbah makanan merupakan masalah serius dan dapat menyebabkan dampak buruk seperti monster dari sisa makanan yang mengancam kehidupan manusia. Melalui kombinasi bahasa, visual dan simbol, merek *Ajinomoto* menampilkan pesan sosial bahwa pengelolaan makanan yang baik dan penggunaan produk bumbu dapat mengurai *food loss*

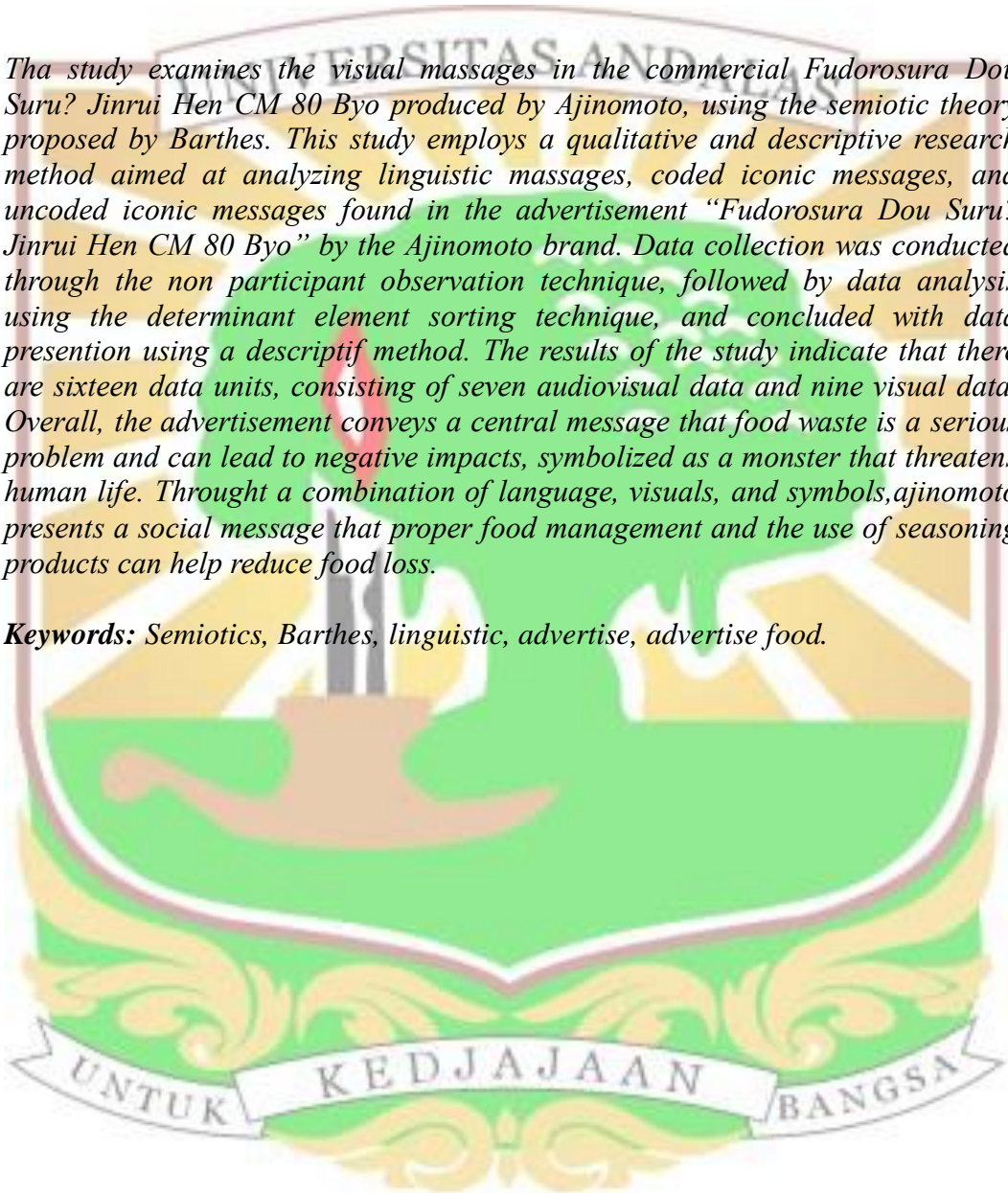
Kata Kunci: semiotika, Barthes, linguistik, iklan, makanan.

ABSTRACT
SEMIOTIC ANALYSIS IN THE ADVERTISEMENT FOR *FUDOROSURA DO SURU? JINRUI HEN 80 BYO* BY AJINOMOTO BRAND

By: Mahathir Ahdan

The study examines the visual messages in the commercial Fudorosura Dou Suru? Jinrui Hen CM 80 Byo produced by Ajinomoto, using the semiotic theory proposed by Barthes. This study employs a qualitative and descriptive research method aimed at analyzing linguistic messages, coded iconic messages, and uncoded iconic messages found in the advertisement “Fudorosura Dou Suru? Jinrui Hen CM 80 Byo” by the Ajinomoto brand. Data collection was conducted through the non participant observation technique, followed by data analysis using the determinant element sorting technique, and concluded with data presentation using a descriptif method. The results of the study indicate that there are sixteen data units, consisting of seven audiovisual data and nine visual data. Overall, the advertisement conveys a central message that food waste is a serious problem and can lead to negative impacts, symbolized as a monster that threatens human life. Through a combination of language, visuals, and symbols, ajinomoto presents a social message that proper food management and the use of seasoning products can help reduce food loss.

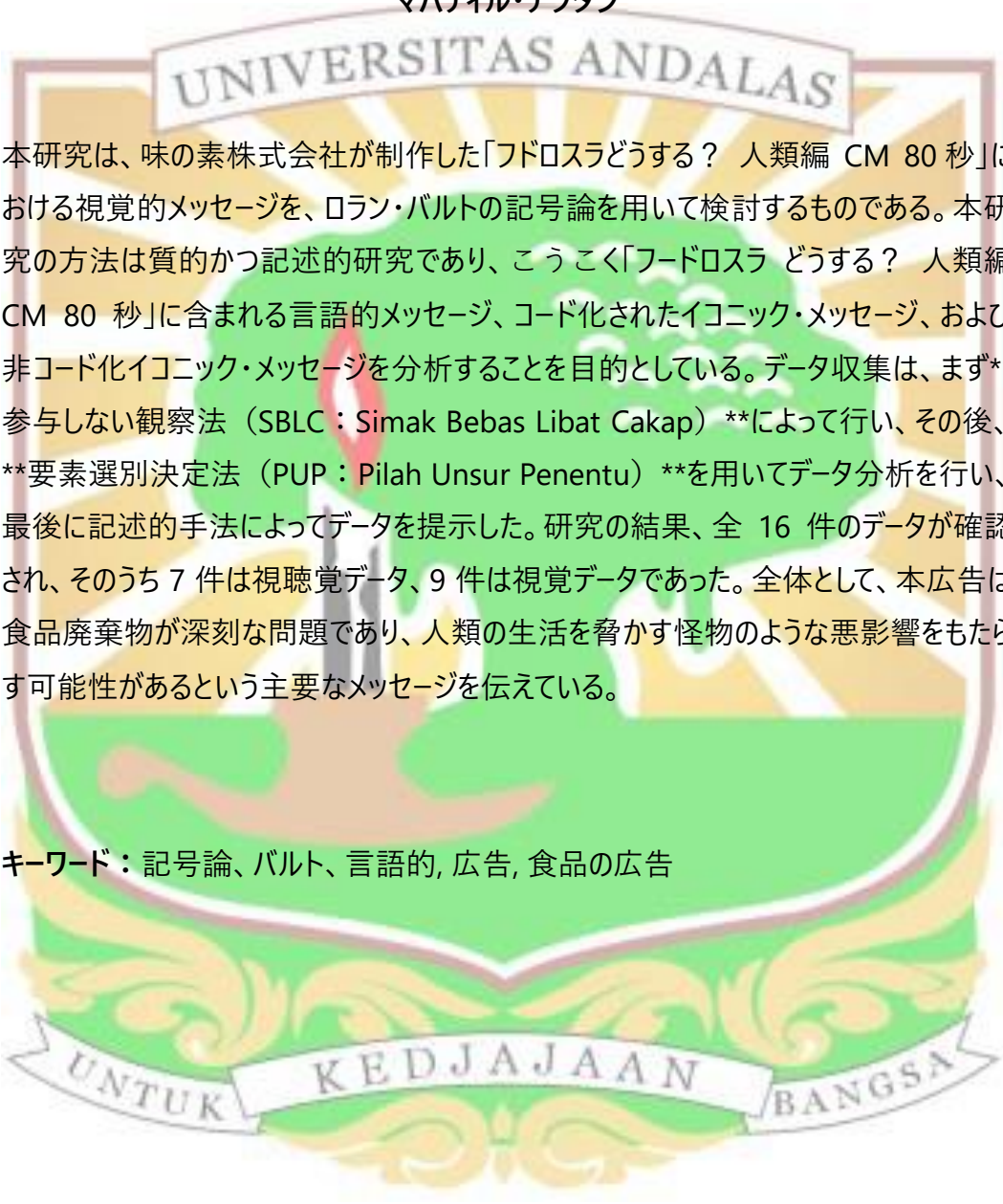
Keywords: *Semiotics, Barthes, linguistic, advertise, advertise food.*



要旨

味の素による「フドロスラどうする？ 人類編 CM 80 秒」における記号論的分析

マハティル・アフダン



本研究は、味の素株式会社が制作した「フドロスラどうする？ 人類編 CM 80 秒」における視覚的メッセージを、ロラン・バルトの記号論を用いて検討するものである。本研究の方法は質的かつ記述的研究であり、こうこく「フドロスラ どうする？ 人類編 CM 80 秒」に含まれる言語的メッセージ、コード化されたイコニック・メッセージ、および非コード化イコニック・メッセージを分析することを目的としている。データ収集は、まず**参与しない観察法（SBLC：Simak Bebas Libat Cakap）**によって行い、その後、**要素選別決定法（PUP：Pilah Unsur Penentu）**を用いてデータ分析を行い、最後に記述的手法によってデータを提示した。研究の結果、全 16 件のデータが確認され、そのうち 7 件は視聴覚データ、9 件は視覚データであった。全体として、本広告は食品廃棄物が深刻な問題であり、人類の生活を脅かす怪物のような悪影響をもたらす可能性があるという主要なメッセージを伝えている。

キーワード：記号論、バルト、言語的、広告、食品の広告