

# REPRESENTASI MAKNA BHINEKA TUNGGAL IKA DALAM LIRIK IKLAN INDOMIE EDISI SATU SELERA

**BY : Fitri Yanti**

Email : Hazelspectra@gmail.com

**Counselor : Dr. suyanto, S.Sos, M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Wijaya jl. H.R Soebtrantas KM. 12.5 Simp. Baru Pekanbaru 288293-

Telp/Fak. 0761 – 63277

## **Abstract**

*In a work of song there are elements that are important in addition to musical arrangements. One of the most important things in a music is the existence of the lyrics of the song even just short song. Trough song lyrics written by listeners songwriters are invited to interpret through the brain that stores experience and knowledge an process it as a basic foundation in disgeting beauty of the song lyrics. This study aims to express the meaning of denotation, connotation, an the myth of Bhineka Tunggal Ika messages contained in the lyrics of Indomie advertisement edition one taste.*

*Research metodh used is semiotic analysis of Roland Barthes, research uses a qualitative, the subject of this reseach the lyrics of Indomie advertisement edition one taste. The object of the research is the meaning of denotation, connotation, and myth in the lyrics of Indomie advertisement edition one taste. In data collecting researcher using documentation technique an literature study.*

*The result of research, in denotation : that we are all unique and though different Indonesian nation like Indomie. Connotation : humans are multicultural beings but here it is said that Indomie remains a common choice, and myth :god created none of the same humans beings so nation and uphold the attitude of tolerance and mutual respect, also the people of Indonesia had previously the same taste of Indomie wich is a populer since long.*

*Keyword : Bhineka tunggal Ika, lyrics Indomie, representation*

## PENDAHULUAN

Banyak bermunculan iklan-iklan produk yang mengangkat tema budaya nusantara Indonesia sejak lama, selain dengan gambar atau scene juga ditunjukkan dengan lirik atau kata-kata yang mempunyai peran kuat untuk menegaskan sesuatu tentang Indonesia yang merupakan negara multikultural tetapi tetap satu bangsa dimana masyarakatnya yang mempertahankan persatuan atau bhineka tunggal ika yang terdapat didalam iklan, salah satunya “iklan Indomie edisi satu selera” dimana iklan ini ditunjukkan dengan penyampaian pesan dengan menyanyikan lirik atau lagu pendek dengan menggunakan beberapa bahasa daerah sekaligus.

Lirik ataupun syair merupakan kekuatan sendiri karena mengandung kekuatan yang lebih mendalam, yang tentu saja harus dimaknai oleh orang yang mendengarkannya sesuai dengan kebutuhan, kegemaran, latar belakang orang yang bersangkutan. Melalui lirik yang ditulis oleh pencipta, pendengar diajak untuk menginterpretasikan melalui otak yang menyimpan pengalaman dan pengetahuan. Dengan kata lain lirik lagu mampu menimbulkan banyak persepsi yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepekaan seseorang yang memiliki pengalaman hidup yang dimiliki. Lirik lagu dalam sebuah lagu ataupun iklan bisa membawa pendengar menghayati dan meresapi makna positif. Lirik lagu merupakan simbol verbal yang diciptakan oleh manusia, manusia adalah makhluk yang tau bagaimana harus bereaksi, tidak hanya terhadap lingkungan fisiknya, namun juga pada simbol-simbol yang dibuatnya sendiri (Rivers, 2003 : 28). Makna dalam lirik bersifat implisit atau eksplisit. Makna dalam lirik bermakna abstrak atau tidak dapat dipahami, sifat lirik yang berbeda dengan pesan pada umumnya memerlukan pendekatan khusus dalam menginterpretasikan pesan bermakna

didalamnya. Maka untuk menemukan makna dari pesan yang ada pada lirik lagu, digunakanlah metode semiotika yang merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang sistem tanda. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia seperti dialog, tulisan, music, video, film, secara ringkas representasi adalah produksi makna melalui bahasa.

Iklan “Indomie edisi satu selera” ini adalah salah satu dimana pengiklan ingin menunjukkan bahwa negara Indonesia merupakan kumpulan banyak budaya yang berbeda dan hidup dalam satu negara dengan disampaikan lagu dalam lirik bahasa daerah yang berbeda-beda untuk mewakili tempatnya dalam bentuk lagu pendek yang diakhiri dengan bahasa Indonesia yang dinyanyikan bersama-sama dimana dalam lirik, yang terdapat dalam iklan ini ingin menegaskan bahwa Indonesia, setiap budaya unik mewakili bahwa rakyat Indonesia memiliki bahasa yang berbeda, dan adat-adat tiap suku berbeda sama sekali, Diakhir lirik iklan, lagu dinyanyikan dalam bahasa Indonesia “kita sehati, Indomie seleraku” ini berarti bukan hanya artinya, bangsa Indonesia dalam pengertian Bhineka Tunggal Ika, mempunyai sejarah yang sama dalam mempertahankan Indonesia dan pancasila sebagai dasar negara kita, tetapi juga karena ini adalah persembahan iklan Indomie yang juga ingin mengatakan bahwa, bangsa Indonesia juga sehati atau mempunyai selera makanan yang berupa sejenis “mie” yang sama yaitu Indomie, dimana dalam iklan ini menjadi pemersatu dari semua suku budaya di Indonesia.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “representasi makna Bhine Tunggal Ika dalam lirik iklan Indomie”, iklan ini adalah iklan ini menggunakan beberapa bahasa daerah yang dinyanyikan bersama-sama sehingga menunjukkan budaya bangsa Indonesia dari

bahasa daerah dibandingkan dengan iklan Indomie yang bertemakan budaya lainnya. Menurut peneliti, iklan-iklan yang sekarang, memang banyak yang bertemakan budaya, atau menunjukkan keragaman dari suku-suku Indonesia, tetapi jarang sekali yang menggunakan bahasa daerah secara langsung pada iklan-iklan tersebut bahkan pada iklan-iklan terbaru di televisi, padahal bahasa daerah juga merupakan hal penting dari bagian budaya Indonesia, tidak hanya pakaian, senjata khas, makanan, ataupun yang lainnya yang ditunjukkan dalam iklan yang bertemakan budaya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan seorang pemikir strukturalis yang mempraktikkan model linguistic dari semiology Saussure. Barthes juga dikenal sebagai intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama dalam eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra (Sobur, 2004:43). Barthes menggunakan tanda Saussure (signifier and signified) dalam karyanya pada tahun 1957 sebagai upaya untuk menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan bermasyarakat didominasi oleh konotasi (Hoed, 2011:5). Barthes sebagaimana dijelaskan dalam Fiske (2004:117), mengembangkan lebih lanjut gagasan Saussure dengan menekankan pentingnya interaksi antara pengguna tanda dengan tanda guna menghasilkan makna. Sebuah interaksi yang dikenal dengan sebutan pertandaan (*Signification*). Bertolak dari prinsip-prinsip Saussure, Barthes menggunakan konsep *syntagmatic* dan *paradigmatic* untuk menjelaskan gejala budaya, seperti system busana, menu makan, arsitektur, lukisan, film, iklan, dan karya sastra. Ia memandang semua itu sebagai suatu bahasa yang memiliki system relasi dan oposisi. Hasil dari pikiran Barthes yang

diwariskan adalah konsep konotasi yang merupakan kunci semiotik dalam menganalisis budaya, dan konsep mitos yang merupakan hasil penerapan konotasi dalam berbagai bidang dalam kehidupan sehari-hari (Sobur, 2004:46).

Perhatian Barthes tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap. Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* (*makna denotasi*). Pada tatanan ini menggambarkan relasi antara penanda (objek) dan petanda (makna) didalam tanda, dan antara tanda dan dengan referannya dalam realitasnya eksternal. Hal ini mengacu pada makna sebenarnya (real) dari penanda (objek). Dan signifikasi tahap kedua adalah interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu (makna konotasi). Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi di pakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda (konotasi, mitos, dan symbol) dalam tatanan pertanda kedua (signifikasi tahap kedua). Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung saat bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya.

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Ini merupakan sebuah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semilogi Saussure, yang terhenti pada penandaan dalam tataran denotative (Sobur, 2004:69).

### Representasi

Representasi merupakan sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, atau memproduksi sesuatu yang dilihat diindra, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu (Marcel Danesi, 2010:24). Representasi berarti menggunakan bahasa

untuk menyatakan sesuatu secara bermakna atau mempresentasikan kepada orang lain. Representasi dapat berwujud kata, gambar, sekuen, cerita, dan sebagainya yang mewakili ide, emosi, fakta, dan sebagainya. Representasi bergantung pada tanda dan citra yang sudah ada dan dipahami secara kultural, dalam pembelajaran bahasa dan penandaan yang bermacam-macam atau system tekstual secara timbal balik. Hal ini melalui fungsi tanda mewakili yang kita tahu dan mempelajari realitas (Hartley, 2010:265).

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi mendefinisikannya sebagai berikut : “proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi. Ini dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan, atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik dapat dikarakterisasikan sebagai proses kontruksi bentuk X untuk menimbulkan perhatian kepada sesuatu yang ada secara material atau konseptual yaitu Y, atau dalam bentuk spesifik Y,X-W” (Wibowo, 2010:122).

Pemikiran Danesi mengenai konsep representasi dicontohkan dengan sebuah kontruksi X yang dapat mewakili atau memberikan suatu bentuk kepada suatu material atau konsep tentang Y. Konsep representasi digunakan untuk menggambarkan ekspresi hubungan antar teks iklan (media) dengan realitas. Representasi merupakan proses dimana para anggota sebuah budaya menggunakan bahasa untuk memproduksi makna. Bahasa dalam hal ini didefinisikan secara lebih luas, yaitu sebagai system apapun yang menggunakan tanda-tanda. Tanda disini dapat berbentuk verbal maupun nonverbal. (Winarni, 2009:10).

## **Iklan**

Iklan atau *Advertising* berasal dari kata “*Adverte*” yang berarti mengarahkan. Iklan yang kita lihat dan kita dengar merupakan produk akhir dari pengamatan sampai pelaksanaan strategi dan taktik yang berupaya untuk menjangkau pembeli potensial (Rachmadi, 1998:36). Wright mengemukakan iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting untuk pemasaran yang membantu untuk menjual barang, produk dalam bentuk persuasive. Lebih sederhananya iklan adalah segala sarana komunikasi yang dipakai untuk mengantarkan dan menyebarluaskan pesan-pesan iklan. Secara umum iklan dibagi menjadi beberapa kategori yaitu media cetak dan media elektronik. Contoh media cetak : Koran, majalah, brosur, dll. Sedangkan contoh media elektronik adalah televise, radio, internet.

Iklan atau *advertising* dapat didefinisikan sebagai tiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui . yang dimaksud “dibayar” disini menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli, sedangkan maksud kata “nonpersonal “ berarti suatu iklan melibatkan media massa (Morisan. 2010:17).

## **Makna**

Makna merupakan konsep yang abstrak, yang telah menarik perhatian para ahli filsafat dan para teoritis ilmu social selama 2000 tahun silam. Semenjak Plato mengkonseptualisasikan makna manusia sebagai salinan *ultrarealitas*, para pemikir besar telah sering mempergunakan konsep itu dengan penafsiran yang sangat luas yang merentang sejak pengungkapan mental dari Locke sampai ke respon yang dikeluarkan Skinner, makna secara manifest berhubungan dengan apa yang pertama kali kita harapkan untuk temukan, yang tampak tidak

dimanapun di dalam imaji, bahkan berlawanan dengan apa yang ada di dalam imaji, kadang kala yang terekspresikan adalah ketiadaan atau ketidakhadiran. Apa yang menjadi tertanda (*Signified*), secara sederhana bermakna, seperti yang sudah tertanda, tetapi mereka lebih dalam lagi dapat menumbangkan harapan kita.

Ketidakhadiran itu (*absence*) bukannya tidak bermakna atau tidak memberi signifikasi, yang tidak hadir memberikan makna atau signifikasi, sama seperti yang hadir. Bagi orang awam untuk memahami makna tertentu ia dapat mencari di dalam kamus karena di kamus sebab makna yang disebut makna leksikal, dalam kehidupan sehari-hari orang sulit menerapkan makna yang terdapat di dalam kamus, sebab makna sebuah kata sering bergeser jika dalam satuan kalimat. Dengan kata lain, setiap kata kadang memiliki makna yang luas, itu sebabnya kadang-kadang orang tidak puas dengan makna kata yang tertera di dalam kamus.

Brown mendefinisikan makna sebagai kecenderungan sebagai (*disposisi*) total untuk menggunakan atau bereaksi dalam suatu bentuk bahasa, terdapat banyak komponen dalam makna yang di bangkitkan oleh suatu kata atau kalimat. Dengan kata Brown “seseorang yang mungkin menghabiskan waktu bertahun-tahunnya yang produktif untuk menguraikan suatu makna kalimat tunggal dan akhirnya tidak menyelesaikan tugas itu (Mulyana, 2005 : 256). Para ahli mengakui istilah “makna” merupakan kata dan istilah yang membingungkan (Sobur, 2004 :255). Orang-orang sering menggunakan istilah makna dan pesan secara bergantian akan tetapi ini tidak lah benar jika dilihat dari sudut semantic. Dapat dikatakan pesan itu tidak sama dengan makna, pesan bisa memiliki lebih dari satu makna, dan beberapa pesan bisa memiliki satu makna.

Secara semiotika pesan adalah penanda dan maknanya adalah petanda.

Pesan adalah sesuatu yang dikirim secara fisik dari satu sumber ke penerimanya, sedangkan makna dari pesan yang dikirimkan hanya bisa ditentukan dalam kerangka-kerangka makna lainnya, tak perlu lagi kiranya dijelaskan bahwa hal ini juga akan menghasilkan berbagai masalah interpretasi dan pemahaman. (Danesi, 2010:22). Upaya memahami makna sesungguhnya adalah salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik perhatian disiplin komunikasi, psikologi, sosiologi dll, itu sebabnya beberapa pakar komunikasi sering mereka menyebut kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi, misalnya menyatakan komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih. Dalam sehari-hari kata makna sering digunakan dalam berbagai bidang atau konteks pembicaraan . apakah pengertian khusus kata makna tersebut serta perbedaan dengan ide misalnya tidak begitu diperhatikan, karena itu makna disejajarkan pengertiannya dengan arti , gagasan, konsep, pesan, perntaan, informasi, maksud, firasat, dan fikiran karena memang keberadaannya tidak dikenali secara cermat dan dipilahkan secara tepat.

### **Lirik Lagu**

Menurut Lasswell, komunikasi adalah pesan yang disampaikan kepada komunikan dari komunikator, melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung dengan maksud memberikan dampak kepada komunikan sesuai yang diinginkan komunikator. Dengan pola pikir dan hasil cipta manusia dapat mengkomunikasikan segala sesuatu pemikiran kepada khalayak luas berupa gagasan, ide, atau opini yang diencode menjadi sebuah pesan komunikasi yang dicerna. Dalam sebuah proses penyampaian komunikasi, pesan merupakan hal yang utama, berupa verbal atau nonverbal, pesan pada dasarnya bersifat abstrak, kemudian

diciptakan lambing komunikasi sebagai media atau saluran dalam menghantarkan pesan berupa suara, gerak, mimik, bahasa lisan, dan tulisan, yang dapat dimengerti sebagai alat bantu dalam berkomunikasi, (Effendy, 2003 :253).

Dalam musik terjadi pertukaran ide, gagasan, pikiran antara pencipta lagu dengan pendengar sebagai penikmat musik. Pencipta menyampaikan isi pikiran dibenaknya berupa nada dan lirik agar audiens mampu menerima pesan didalamnya. Disinilah terjadi proses komunikasi melalui lambang musik berupa teks dalam sebuah lagu antara pencipta lagu dan audiensnya, komunikasi antara pencipta lagu dan penikmat lagu berjalan ketika sebuah lagu diperdengarkan kepada audiens. Pesan yang disampaikan dapat berupa cerita, curahan hati, atau sekedar kritik yang dituangkan dalam bait-bait lirik.

Lirik sendiri memiliki sifat yang istimewa tentunya dibandingkan pesan pada umumnya. Lirik lagu memiliki jangkauan yang luas didalam benak pendengarnya, lirik lagu adalah simbol verbal yang diciptakan dapat disimpulkan lirik adalah reaksi simbolik dari manusia yang merupakan respon dari segala sesuatu yang terjadi dan dirasakan oleh lingkungan fisiknya (yang dipengaruhi oleh akal dan rasionalitas. Simbol digunakan oleh manusia untuk memahami kenyataan yang tidak dapat dilihat secara langsung. Namun dapat dirasakan oleh indra manusia, lirik lagu merupakan ekspresi seseorang tentang sesuatu hal yang sudah dilihat, didengar, maupun dialaminya, dalam mengekspresikan pengalamannya. Pencipta lagu memainkan kata-kata dan bahasa untuk menciptakan daya tarik dan kekhasan terhadap lirik dan syairnya. Permainan bahasa ini dapat berupa permainan vokal, gaya bahasa, maupun penyimpangan makna kata dan berupa permainan vokal, gaya bahasa atau penyimpangan makna kata dan diperkuat dengan penggunaan melodi dan notasi music

yang disesuaikan dengan lirik lagunya sehingga pendengar semakin terbawa dengan apa yang difikir pencipta lagunya. (Awe, 2003 :51).

Lirik membangun persepsi serta menggambarkan sesuatu yang kemudian akan diperkaya akan perasaan, kekuatan imaji, serta kesam keindahan, dalam membuat lirik lagu terkait dengan bahasa. Dan bahasa terkait dengan sastra, karena kata-kata atau lirik lagu tidak semua dapat dimenegrti oleh khalayak, karena itulah memiliki suatu penelitian tentang isi lirik lagu. Makna dalam isi lirik lagu bersifat implisit atau eksplisit, makna dalam lirik dapat bersifat abstrak atau tidak dapat dipahami, sifat lirik yang berbeda pada umumnya memerlukan pendekatan khusus dalam menginterpretasikan pesan bermakna didalamnya.

Tentunya tidak sederhana ketika orang mendengar dan suka pada sebuah lagu, tidak dapat langsung disimpulkan orang tersebut mengerti pesan lagunya, sebagai salah satu karya sastra lagu memiliki nilai seni yang cenderung memiliki banyak makna dan relatif bagi setiap orang, kekuatan dan keharmonisan lirik lagu dapat mempengaruhi pendengar secara emosional, karena dilirik lagu musisi menyampaikan pesan yang akan disampaikan, maka untuk menemukan makna dari isi pesan yang ada pada lirik lagu digunakan metode semiotika yang merupakan bidang ilmu yang mempelajari system tanda, mulai dari bagaimana tanda itu diartikan, dipengaruhi oleh persepsi dan budaya, serta bagaimana tanda membantu manusia memaknai keadaan sekitarnya.

### **Bhineka Tunggal Ika**

Kata "bhineka" berarti "beraneka ragam" atau berbeda-beda. Kata "neka" dalam bahasa Sanskerta berarti "macam" dan menjadi pembentuk kata "aneka" dalam Bahasa Indonesia. Kata "tunggal" berarti "satu". Kata "ika" berarti "itu". Secara

harfiah Bhinneka Tunggal Ika diterjemahkan "Beraneka Satu Itu", yang bermakna meskipun berbeda-beda tetapi pada hakikatnya bangsa Indonesia tetap adalah satu kesatuan. Semboyan ini digunakan untuk menggambarkan persatuan dan kesatuan Bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang terdiri atas beraneka ragam budaya, bahasa daerah, ras, suku bangsa, agama dan kepercayaan. Indonesia terdiri atas sejumlah besar kelompok etnis, budaya, agama, dan lain-lain yang masing-masing plural (jamak) dan sekaligus juga heterogen atau aneka ragam (Kusumohamidjojo, 2000:45). Penjelmaan persatuan bangsa dan wilayah negara Indonesia tersebut disimpulkan dalam PP. No. 66 tahun 1951 tentang lambang Negara Republik Indonesia, yang diundangkan tanggal 28 Nopember 1951, dan termuat dalam Lembaran Negara No. II tahun 1951, dan di kaki Burung Garuda Pancasila mencengkram sebuah pita yang bertuliskan Bhinneka Tunggal Ika. Kata-kata tersebut dapat pula diartikan : Berbeda-beda tetapi tetap satu.

Bhineka Tunggal Ika merupakan semboyan negara Indonesia sebagai dasar untuk mewujudkan persatuan dan kesatuan Indonesia negeri kita tercinta ini, dimana kita haruslah mampu menerapkannya didalam kehidupan sehari-hari yakni hidup saling menghargai antara masyarakat yang satu dengan yang lainnya tanpa memandang suku bangsa, agama, bahasa, adat istiadat, warna kulit dan lain-lain. Indonesia ini merupakan negara kepulauan yang terdapat dari beribu-ribu pulau didalamnya, dimana setiap daerah atau setiap provinsi memiliki adat istiadat, bahasa, aturan, kebiasaan dan lain-lain yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya tanpa adanya kesadaran sikap untuk menjaga Bhineka tunggal Ika pastinya akan terjadi berbagai kekacauan di dalam kehidupan berbangsa dan bernegara dimana setiap orang akan hanya mementingkan

dirinya sendiri atau daerahnya sendiri tanpa peduli kepentingan bersama. Azra (2012 :51) memandang bahwa kemajemukan masyarakat sebagaimana yang ada di Indonesia adalah suatu keniscayaan yang tidak mungkin disangkal. Tidak ada cara lain bagi bangsa ini kecuali dengan berkomitmen kuat merawat keragaman menjadi sebuah kemungkinan dan tidak mentolerir segala bentuk tindakan yang dapat menghancurkan tatanan masyarakat majemuk.

Apabila hal tersebut terjadi sudah tentu negara Indonesia ini akan terpecah belah. Kemungkinan munculnya benih-benih perkecokan pada masyarakat multikultural sangat rawan terjadi jika masyarakat menyikapi perbedaan sebagai suatu pemisah. Kemajemukan itu juga dapat menjadi bencana bagi bangsa Indonesia, karena kemajemukan dapat menjadi sumber dan potensi konflik yang dapat mengganggu dan bahkan mengancam kesatuan dan persatuan bangsa (Sopates, 1998:108). Maka oleh karena itu marilah kita bersama-sama menjaga bhineka tunggal ika tanpa mementingkan ras, suku dan budaya dengan sebaik-baiknya sehingga kelak yang terjadi adalah persatuan bangsa dan negara Indonesia tetap terjaga dan sebagai anak bangsa harusnya menyadari bahwa menyatukan bangsa ini sangat memerlukan perjuangan yang panjang yang telah dilakukan oleh para pahlawan-pahlawan kita, pendahulu kita dalam mempersatukan wilayah direpublik Indonesia ini menjadi negara kesatuan yang utuh.

## **Metode Penelitian**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggambarkan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisa secara semiotika. penelitian bertujuan untuk mendiskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku didalamnya terdapat upaya untuk mendiskripsikan, mencatat,

menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau yang ada (Maredalis, 2003:26).

Penelitian kualitatif cenderung menggunakan data teks yang bersifat subyektif. Realitas yang dipelajari dikonstruksikan sesuai dengan nilai social yang ada, oleh karena pemaknaan realitas sesuai dengan pemahaman peneliti. Penelitian kualitatif memiliki jalinan variable yang kompleks dan sulit untuk diukur. Sebab sekali lagi interpretasi tidak memiliki data atau bukti empiris.

### **Tempat dan jadwal penelitian**

Adapun penelitian ini dilakukan di Pekanbaru, Provinsi Riau, dengan jadwal penelitian : 14 Agustus 2017– Januari 2018

### **Jenis dan sumber data**

#### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu dari dokumen televisi iklan Indomie edisi satu selera yang sesuai dengan objek yang diteliti, dapat berupa gambar, kata-kata, bunyi-bunyian, lambang dan hal lainnya yang menyangkut representasi makna yaitu dengan mengunduh video iklan Indomie edisi satu selera yang diunduh dari situs Youtube.

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku perpustakaan dan dokumen –dokumen lainnya untuk melengkapi data yang dibutuhkan serta mendukung tujuan penelitian.

### **Subjek dan Objek penelitian**

#### **a. Subjek penelitian**

Subjek penelitian ini adalah teks lirik pada iklan televisi Indomie edisi Indomie satu selera yang diproduksi oleh perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur selaku produsen Mie Indomie.

#### **b. Objek penelitian**

Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah gambar atau latar belakang, teks, suara, bunyi-bunyian (audio), pada iklan Mie Indomie versi Indomie satu selera, maka pada penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah makna denotasi, konotasi, dan mitos, dari teks lirik pada iklan tersebut.

### **Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Untuk pengumpulan data yang relevan dengan penelitian ini, pesnulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

#### **a. Dokumentasi**

Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda, dan sebagainya (Arikuntoro, 2003:207). Pengumpulan data diperoleh dengan cara memanfaatkan dokumentasi dengan menggunakan lagu “pada iklan Indomie edisi satu selera” sebagai alat utama guna mengkaji objek penelitian. Peneliti dilakukan dengan mengamati dan menganalisis setiap kalimat dalam lagu tersebut.

#### **b. Studi pustaka**

Cara yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi pustaka bisa dapat dari berbagai sumber, jurnal, buku, dokumentasi, internet dan pustaka.

### **Teknik analisis data**

Analisis data dilakukan untuk dapat menarik kesimpulan agar memberi gambaran pada data, (Pawito, 2007:101) mengatakan bahwa “analisis data bermaksud hendak memberi makna, menafsirkan, atau menstransformasikan data ke dalam narasi yang mengarah pada proposisi-proposisi ilmiah”. Pada analisis data kualitatif, kata-

kata dibangun dari hasil wawancara atau pengamatan terhadap data yang dibutuhkan untuk dideskripsikan dan dirangkum. Sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan, maka dalam menganalisis data yang berhasil dikumpulkan tidak digunakan uji statistik melalui non statistik sesuai dengan penelitian yang bersifat kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak.

Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generasi tetapi lebih menekankan pada makna. (Sugiyono, 2005:201). Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam, dan dilakukan secara terus menerus hingga data tersebut mendalam. Kualitatif merupakan yang memaparkan peristiwa serta situasi dan bukan semata-mata untuk mencari kebenaran, tetapi lebih pada pemahaman subjek terhadap dunia sekitar. Penelitian kualitatif –interpretatif dengan pendekatan analisis tekstual ini menggunakan metode analisis struktural dan biasa disebut semiotik konotasi oleh Roland Barthes. Roland Barthes menggunakan kajian pada tanda menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut, tahap pertama merupakan tahap signifikasi denotasi, dalam tahap ini hubungan antara *signifier* dan *signified* dalam sebuah tanda pada realitas eksternal. Yaitu makna yang paling nyata dengan tanda. Sedangkan pada tahap kedua, tahap ini dinamakan tahap konotasi. Dalam tahap ini akan terjadi jika si penafsir akan bertemu dengan emosi serta nilai-nilai kebudayaan yang ada.

Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman

personal dan kultural penggunaanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunaanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Disinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure.

### **Unit Analisis Data**

Menurut Hamidi (2005: 75-76) menyatakan bahwa unit analisis data adalah satuan yang diteliti yang berupa individu, kelompok, benda, atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan unit analisa data berupa lirik lagu pada iklan Indomie edisi satu selera.

## **PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menguraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai representasi makna pesan Bhineka Tunggal Ika dalam lirik lagu iklan Indomie edisi satu selera dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang merupakan bagian dari metode analisis data dalam penelitian kualitatif secara interpretatif. Peneliti memfokuskan analisis secara semiotik pada tanda dan makna dalam teks lirik lagu iklan Indomie edisi satu selera. Maka dari itu peneliti menggunakan model Barthes sebagai teori pendukung dalam menganalisis semiotik mengenai lirik dalam iklan Indomie edisi satu selera. Semiotik yang dikaji oleh Barthes antara lain membahas apa yang menjadi makna denotasi dalam suatu objek, apa yang menjadi makna

konotasi dalam suatu objek, juga apa yang menjadi mitos dalam objek yang diteliti.

Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya realitas yang menghasilkan makna yang langsung dan pasti. Makna denotatif dalam hal ini adalah makna pada apa yang tampak. Konotatif adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang didalamnya terdapat makna yang tidak sebenarnya. Konotasi dapat menghasilkan makna kedua yang bersifat tersembunyi (Sobur, 2004 : 68). Barthes merumuskan mitos merupakan cara berfikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara mengkonseptualkan atau memahami sesuatu (Fiske, 2007: 122).

Berikut adalah lirik lagu dari iklan Indomie edisi satu selera yang sudah diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, yang akan dianalisa peneliti dan membahasnya sesuai dengan penafsiran peneliti :

Kitorang samua pe unik (Manado) ---> kita  
semua unik  
Saya, ko, deng dia tra sama (Papua) --->  
saya, kamu, dan dia tak sama  
Bahat bahasa dohot adatta (Batak) --->  
bermacam-macam bahasa dan juga  
adatya  
Mewarnoi negeri kito (Palembang) --->  
mewarnai negeri kita  
.....  
Dados manten irage malenan (Bali) --->  
boleh saja kita berlainan  
Pareng mawon kito mboten sami (Jawa) --->  
boleh saja kita tidak sama  
Pancen leres kito benten (Jawa) --->  
memang benar kita beda  
Tetapi satu hal kita sehati (bahasa Indonesia)  
.....  
Indomie Indomie pilihanku

Satu selera untuk semua..  
Indomie... seleraku...

### **Pembahasan Representasi Makna Pesan Bhineka Tunggal Ika dalam Lirik iklan Indomie Edisi Satu Selera**

Dalam penelitian representasi makna pesan Bhineka Tunggal Ika dalam lirik "iklan Indomie edisi satu selera" terdapat kaitannya dengan teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes, dengan menggunakan teori Roland Barthes tersebut peneliti dapat menemukan pesan Bhineka Tunggal Ika yang terdapat dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera ini.

Makna denotasi yang terdapat pada lirik 1-11 ini menggunakan kacamata Roland Barthes dapat dilihat bagaimana pesan makna Bhineka Tunggal Ika yaitu makna kebebasan, makna toleransi, makna persatuan yang terdapat dalam lirik, dimana makna kebebasan dalam lirik ini mengandung makna bahwa kita mempunyai masing-masing keunikan tidak harus sama, dan kita sebagai orang Indonesia mempunyai bermacam-macam bahasa dan adat yang berbeda yang pastinya akan memiliki latar belakang yang berbeda pula namun Indonesia tidak mempermasalahkan hal tersebut terbukti dengan masih berdirinya negara ini sampai sekarang. Makna toleransi yang terdapat dalam lirik adalah boleh saja kita berlainan, boleh saja kita tidak sama, memang benar kita beda, menegaskan bahwa Indonesia memang terdiri dari suku-suku yang berbeda sama sekali tetapi tidak membeda-bedakan dan malah mengizinkan dan bangga akan hal tersebut. Makna persatuan yang terdapat adalah segala keberagaman yang ada justru membuat negara kita semakin berwarna dan kita justru merasa senasib, dan memiliki akan hal tersebut sehingga kita merasa sehati sebagai warga negara Indonesia selain itu karena lirik ini adalah iklan Indomie maka yang ingin disampaikan adalah persamaan selera warga

negara Indonesia yang sama –sama menyukai Indomie.

Makna Konotasi yang terdapat pada lirik 1-11 menggunakan kacamata Roland Barthes dapat dilihat bagaimana pesan bhineka tunggal ika dalam iklan Indomie tersebut adalah makna kebebasan, makna toleransi, makna persatuan, dimana dalam makna kebebasan yang menyatakan Indonesia adalah negara multikultural, kita bebas berekspresi, mengeluarkan pendapat, serta mengikuti adat budaya masing-masing suku yang ada di Indonesia, bebas dan tidak mengurangi hak-hak orang lain sebagai sesama rakyat Indonesia. Makna Toleransi dimana dalam Indonesia setiap warganya berhak dan harus saling menghormati antara suku, ataupun agama karena Indonesia mencintai perdamaian dan mau membantu orang lain meski tidak satu suku itulah merupakan rasa toleransi dalam Indonesia. Sedangkan makna persatuan adalah rakyat Indonesia akan selalu menjadi satu kesatuan dalam Indonesia yang berlandaskan Pancasila dengan prinsip “bersatu kita teguh, bercerai kita runtuh” yang mana artinya negara Indonesia harus bersatu agar menjadi negara yang kuat, perbedaan yang ada justru membuat masyarakatnya saling mengenal dan peduli.

Sedangkan mitos yang terdapat adalah makna kebebasan, makna toleransi, dan makna persatuan, dalam makna kebebasan, Allah menciptakan manusia masing-masing mempunyai keinginan atau selera masing-masing, demikian dalam berkarya, inisiatif, dll masing-masing manusia dapat menentukan hidupnya sendiri asal positif dan bertanggung jawab. Tuhan sudah menciptakan kita dengan masing-masing rupa, keahlian, sifat, kita semua unik tidak perlu menyamakan atau mencoba meniru karena masing-masing kita mempunyai peran-peran masing-masing dan saling melengkapi agar hidup terus berjalan. Makna toleransi, Tuhan menciptakan kita berbeda

latar belakang, budaya, pasti akan mempunyai perbedaan paham, keinginan, ataupun prinsip dan pendapat, menurut kita bagus atau baik belum tentu bagi orang lain akan berpendapat sama, maka dari itu Tuhan sengaja ingin melihat kita, apakah kita bisa menghargai orang lain, tidak mengganggu hak orang lain, dan saling mengerti peraturan-peraturan dalam masing-masing kultur yang pasti berbeda, apalagi dalam perbedaan agama, bagaimana kita menghargai ketika umat agama lain yang sedang beribadah ketika letaknya persis disamping kita, dll.

Makna persatuan, dalam iklan ini makna persatuan yang ingin disampaikan ada 2, pertama bahwa kita semua mempunyai rasa sehati, dimana meski kita berbeda tetapi kita memiliki keinginan atau perasaan yang sama, rasa senasib yang sama sehingga persatuan sangat penting, kita sudah mengetahui dari dulu bahwa masyarakat Indonesia yang saling berbeda kultur telah bersatu ketika melawan penjajah, jika saja masyarakat Indonesia tidak bersatu maka mungkin belum tentu negara Indonesia ada, sehingga hal ini membuktikan persatuan itu merupakan kekuatan yang penting, saling berbeda bukan berarti kita tidak bisa bersatu justru saling menguatkan dan mendukung, sedangkan makna persatuan kedua adalah karena iklan ini merupakan produksi dari iklan Indomie disini ingin menyampaikan bahwa meskipun masyarakat Indonesia multikultural, berbeda status, sifat, dll namun masyarakat Indonesia sudah lama menyukai Indomie dimana dalam iklan ini, Indomie adalah satu-satunya pilihan Indonesia.

Dapat dilihat ketertarikan hasil penelitian dengan teori Roland Barthes yang digunakan, dengan menggunakan denotasi, konotasi, dan mitos peneliti dapat melihat dan mencermati bagaimana proses pesan makna Bhineka Tunggal Ika sesuai dengan judul penelitian ini maka bahasan yang dilakukan adalah analisis semiotika pada

makna Bhineka Tunggal Ika dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera. Dalam lirik iklan tersebut, terdapat tanda dan makna. Dari makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang ada pada lirik iklan berhasil diidentifikasi kemudian dianalisis dan memiliki maksud, arti tertentu, serta makna tersembunyi dan mendalam.

Seperti yang telah di ungkapkan sebelumnya, dalam pandangan Zoest segala sesuatu yang dapat diminati atau dibuat teramat dapat disebut tanda. Karena itu tanda tidaklah terbatas pada benda. Dalam hal ini, sebuah tanda dapat dilakukan telaah untuk mendapatkan makna sebenarnya yang terkandung dalam lirik “iklan Indomie edisi satu selera”. Metode yang dapat digunakan untuk telaah makna dan maksud terselubung dari sebuah tanda atau dan objek yang dimaksud penanda, dan petanda terdapat pada lirik yaitu analisis semiotika.

Dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi, denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang didalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti [Yusita kusumarini,2006].

Untuk mengetahui makna pesan Bhineka Tunggal Ika yang terkandung dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera ini, terlebih dahulu dikupas makna terdalam dari lirik iklan tersebut melalui tanda yang yang diperlihatkan, untuk itu dalam penelitian diuraikan makna yang terdapat dalam lirik yaitu pembagian suatu tanda yang terdapat dalam lirik kedalam tiga klasifikasi Denotasi, Konotasi, dan Mitos.

Dalam ilmu tanda (semiotik) untuk menelaah dan menemukan makna tanda yang ada dalam lirik iklan Indomie edisi satu

selera, dapat dilakukan penelaahan melalui pembagian klasifikasi dari makna denotasi, konotasi, dan mitos yang ada pada lirik iklan. Eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda, dan norma yang dikandung pada tanda. Sebuah makna dari tanda-tanda dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera akan dapat diketahui, jika ketiga klasifikasi dari denotasi, konotasi, dan mitosnya sudah bisa diketahui atau diinterpretasikan kebenarannya serta dipahami apa maksud dari tanda-tanda yang ada dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera ini.

Untuk itu, peneliti mengandalkan analisis semiotika dengan menggunakan penganalisisan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terdapat dalam lirik iklan, dalam menemukan makna yang terkandung dan tersembunyi dalam sebuah tanda pada sebuah lagu, semiotik biasanya didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal . tanda-tanda merupakan perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia, semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indra yang kita miliki ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis disetiap kegiatan dan perilaku manusia. Untuk itu analisis semiotika dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera mengenai pesan makna Bhineka Tunggal Ika ini bertujuan untuk mengungkap makna yang tersembunyi dari sebuah tanda.

Menurut Roland Barthes dengan menekankan interaksi antara lagu dengan pengalaman personal dan kultural penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan dalam penggunaannya, gagasan

Barthes ini dikenal dengan “*other of significant*”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus), dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Disinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu, mitos yang menandai suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan oleh Barthes terkenal dengan nama peta tanda.

Makna dari tanda yang terdapat dalam lirik iklan Indomie edisi satu selera ini mengenai makna Bhineka Tunggal Ika ini, merupakan makna dasar atau terkecil yang terdapat dalam sebuah tanda, dalam penelitian ini yaitu tanda-tanda yang terdapat dalam lirik mengenai bentuk-bentuk makna Bhineka Tunggal Ika, makna kebebasan, makna toleransi, dan makna persatuan. Sementara makna dari objek merupakan makna gabungan atau berbentuk dari hubungan tanda dan objek. Makna ini timbul apabila adanya unsur penggabungan antara satu tanda dengan objek lainnya, selain itu dalam penelitian ini makna dari objek diungkapkan berdasarkan interpretasi peneliti yang tertuang dalam lirik Iklan Indomie edisi satu selera mengenai makna Bhineka Tunggal Ika.

Penelitian sejenis terdahulu diteliti oleh M. Bagus Setywan dengan judul Skripsi Makna Persahabatan Lirik Lagu “Ya Sudahlah” karya Bondan Prakoso & Fade2Black berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menafsirkan makna persahabatan yang terkandung dalam lirik lagu “Ya Sudahlah” karya Bondan Prakoso & Fade2black, metode penelitiannya adalah kualitatif dengan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna persahabatan

yang terkandung karena didalam lirik terdapat rasa kasih sayang dan pengorbanan yang ditunjukkan seorang sahabat, pada lirik “aku cinta kau, ini cinta kita, cukup satu waktu, untuk satu cinta”, tercermin rasa kasih sayang. Lirik yang tercermin dalam pengorbanan salah satunya “apapun yang terjadi kukan selalu ada untukmu”, persahabatan merupakan sebuah hubungan yang didasari rasa perhatian dan pengorbanan sehingga menjadi landasan dalam menghadapi masalah dalam persahabatan.

Penelitian sejenis terdahulu berikutnya adalah Devi Arie Shandy dengan judul Skripsi Representasi Makna Pesan Dakwah dalam Lirik Lagu Tomat (Tobat Maksiat) Pada Album Ingat Shalawat Karya Wali Band, berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana representasi makna pesan dakwah dalam lirik lagu Tomat (Tobat Maksiat) pada album Ingat Shalawat karya Wali Band, metode penelitian adalah kualitatif dan pendekatan interpretatif semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu Tomat (Tobat Maksiat) mempresentasikan makna pesan dakwah yang dilihat langsung dari makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam setiap lirik lagunya berkaitan dengan nilai-nilai akidah yaitu, mengingat kematian, mengajak untuk saling mengingatkan, memohon ampun. Serta nilai syariah yaitu manusia tidak akan kekal, dan nilai ibadah yaitu jangan hanya mengingat perbuatan baik-baik saja tapi mengingat juga dosa-dosa dan memohon ampun.

Penelitian sejenis berikutnya adalah Revandhika Maulana dengan judul Skripsi Representasi Jihad dalam Lirik Lagu *Purgatory-Downfall : The Battle Of Uhud* berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Metode penelitian yang digunakan Kualitatif, Semiotika Roland

Barthes, rumusan masalah adalah, untuk mengetahui makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos jihad dalam lirik lagu *Purgatory-Downfall : The Battle Of Uhud*. Hasil penelitiannya adalah bahwa makna denotasinya adalah : dalam lirik merujuk bahwa bentuk jihad banyak ragamnya. Makna konotasi : menggambarkan secara keseluruhan bahwa jihad adalah berperang, sedangkan mitosnya : bentuk kecintaan pada materi adalah serakah maka untuk mencegahnya harus berperang, barang siapa yang berbuat atas nama tuhan maka akan mendapat pahala.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikuntoro,Suhrsimi.2003.*Prosedur penelitian*. Jakarta : Rinekakipta.
- Bungin,Burhan.2001. *imajinasi media massa*. Yogyakarta : Jendela.
- Bungin,Burhan.2005. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media.
- Danesi Marcell.2010. *Pesan, Tanda, & Makna Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika & Teori Komunikasi*. Yogyakarta :Jalasutra.
- Durianto,Darmadi. 2003.dkk. *Invasi pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum Utama.
- Dyler, Gillin. 1996. *Advertising As Communication*. London : Routledge.
- Hartley, Jhon. 2010. *Communication Cultural And Media Studies :Konsep Kunci*. Yogyakarta : Jasa Putra.
- Khasali, Reynald.2007.*Manajemen Periklanan, Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta : Grafiti.
- Kriyantono, Rahcmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenadia Media Group.
- Kriyantono, Rahcmat. 2007. *Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenadia Media Group.
- Kusumohamidjojo, B.(2000). *Kebhinekaan masyarakat Indonesia : suatu problematik filsafat kebudayaan*. Jakarta : Grasindo
- Morrissan. 2010. *Periklanan komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana,
- Mulyana, Deddy. 2002. *Komunikasi Efekti*.Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy s. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rivers, Peterson.2003. *media massa dan masyarakat modern (terjemahan)*. Jakarta : Prenada Media.
- Sobur,Alex.2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Tilaar, H.A.R. (2007). *Mengindonesiakan etnitas dan identitas bangsa Indonesia*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyudi.2011. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Jakarta : Mitra Wacana Media

### Sumber Jurnal :

Juditha,Christiany, 2015. *Budaya Dalam Iklan: Analisis Semiotik Iklan” So Nice” Versi Slank Rame-Rame*, Makassar : Jurnal, Volume 6 No.1 Juni 2015

### Sumber Lain :

Hendz-jr.Jgh.com/2013/02/sejarah-indomie-instant-indomie.html?m=1(diakses pada 7 November 2017 pukul 1:24 WIB)

[https://id.m.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Indomie\\_goreng\\_rasa\\_Aya\\_m\\_bawang.png&filetimestamp=20160304153232&](https://id.m.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Indomie_goreng_rasa_Aya_m_bawang.png&filetimestamp=20160304153232&) diakses pada (7November 2017 1:30 WIB.)

[:\(m.liputan6.com/bisnis/read/2623118/mie-instant-indonesia-jadi-merek-terlaris-di-dunia](http://m.liputan6.com/bisnis/read/2623118/mie-instant-indonesia-jadi-merek-terlaris-di-dunia) (diakses pada tanggal 10 November pada pukul 09:58 2016) kantorworldpanel.com.

[m.kompasiana.com/picalgadi/indomie-produk-terlaris-di-indonesia\\_55764697cd927](http://m.kompasiana.com/picalgadi/indomie-produk-terlaris-di-indonesia_55764697cd927) diakses pada 10 November pada pukul 10:54 2016

### **Sumber Skripsi :**

M. Bagus Setywan, Makna Persahabatan dalam Lirik Lagu “ Ya Sudahlah” Karya Bondan Prakoso & Fade2Black (Kajian Semiotika Ferdinand de Saussure). Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau.

Devi Arie Shandy, Makna Pesan Dakwah dalam Lirik Lagu Tomat (Tobat Maksiat) Pada Album Ingat Shalawat Karya Wali Band. Jurusan Ilmu Komunukasi, FISIP, Universitas Riau.

Revandhika Maulana, Representasi Jihad dalam Lirik Lagu *Purgatory-Downfall : The Battle Of Uhud* (Analisis Semiotika Roland Barthes). Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau.