

**BENTUK ELEMEN VISUAL, VERBAL,
DAN METAFORA VISUAL DALAM IKLAN SPRITE INDONESIA
“KENYATAAN UJIAN PUASA SEBELUM BERBUKA”
DI MEDIA YOUTUBE**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



**OLEH:
LISA PRATIWI
NIM 17151110**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2022**

**BENTUK ELEMEN VISUAL, VERBAL,
DAN METAFORA VISUAL DALAM IKLAN SPRITE
INDONESIA “KENYATAAN UJIAN PUASA SEBELUM BERBUKA”
DI MEDIA YOUTUBE**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana-1 (S-1)
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



OLEH:

LISA PRATIWI

NIM 17151110

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA**

2022

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**BENTUK ELEMEN VISUAL, VERBAL,
DAN METAFORA VISUAL DALAM IKLAN SPRITE INDONESIA
“KENYATAAN UJIAN PUASA SEBELUM BERBUKA”
DI MEDIA YOUTUBE**

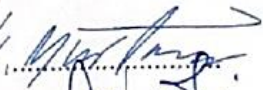


Oleh

LISA PRATIWI

NIM 17151110

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 15 Juli 2022

Tim Penguji

| | | |
|---------------|----------------------------------|---|
| Ketua Penguji | : Dr Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn |  |
| Penguji Utama | : Dr Handriyotopo, S.Sn., M.Sn |  |
| Pembimbing | : Dr Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum |  |

Skripsi ini telah diterima sebagai

Salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 15 Juli 2022
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain


Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum

NIP.19770626200604001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Pratiwi

NIM : 17151110

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul:

**BENTUK ELEMEN VISUAL, VERBAL,
DAN METAFORA VISUAL DALAM IKLAN SPRITE INDONESIA
“KENYATAAN UJIAN PUASA SEBELUM BERBUKA”
DI MEDIA YOUTUBE**

adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 7 Juni 2022

Yang menyatakan,


Lisa Pratiwi

NIM.17151110

MOTTO

“Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlaslah menerimannya. jika tidak ikhlas, beranilah mengubahnya.”

Lenang Manggala



ABSTRAK

Pendekatan strategi kreatif dalam iklan dapat mempermudah dalam pengampaian pesan dengan komunikatif. Iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka” yang merupakan iklan komersial yang mengandung filantropi yang memiliki nilai-nilai sosial dan religi yang dipasarkan di platform media youtube. Penelitian ini bertujuan dalam penggunaan metode deskriptif kualitatif hermeneutik untuk mendeskripsikan makna dari elemen visual menggunakan teori oleh Percy dan Rosisster dan elemen verbal mengenai naskah iklan dan sulih teks lalu menganalisis metafora visual yang terkandung dalam beberapa *scene* di iklan tersebut. Hasil penelitian ini untuk menunjukkan bahwa dalam format audio visual yang digunakan dalam iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka” sudah sesuai dengan kaidah-kaidah iklan dimana unsur elemen visual dan verbal saling mendukung secara metaforis yang menghaliskan metafora visual dan menemukan nilai hiperbola didalamnya. Adanya analisis ini membuat iklan ini jauh lebih mudah dipahami dari segi kaidah-kaidah maupun makna dlam iklan dengan realitas kehidupan.

Kata Kunci: Iklan, Filantropi, elemen visual dan verbal, metafora visual.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan juga semua nikmat dan karunia nyalah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Bentuk Elemen Visual, Verbal Dan Metafora Visual Dalam Iklan sprite Indonesia “Kenyataan Ujian Puasa Sebelum Berbuka” Di Media Youtube”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat mencapai gelar Sarjana Desain di Institut Seni Indonesia Surakarta.

Saat proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari banyaknya hambatan namun berkat adanya dorongan, bantuan, dan juga bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar besarnya peneliti ucapkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yaitu Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, keselamatan, nikmat, rahmat, dan juga karunia Nya kepada peneliti, sehingga penyusunan skripsi ini selesai dengan baik dan lancar.
2. Kepada mama selaku orang tua atas dukungan dan do'anya yang selalu di panjatkan kepada Allah SWT, dan yang selalu ada disetiap langkah peneliti. Terima kasih atas pengorbanan yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, dan juga semangatnya.
3. Dr. Ana Rosmiati, S.Pd.,M.Hum, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta sekaligus dosen pembimbing Tugas Akhir (TA) skripsi peneliti, yang senantiasa selalu meluangkan

waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, nasehat, dukungan yang telah sabar membimbing dalam penyusunan penelitian ini hingga selesai, serta saran selama penyusunan skripsi ini sampai selesai dengan baik.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmu bermanfaatnya, wawaasan, dan juga arahannya selama menempuh pendidikan di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.
5. Terima kasih sahabat-sahabat semua yang selalu menemani, mendukung, dan menampung keluh kesahnya peneliti saat mengerjakan skripsi ini sehingga dapat lancar mengerjakan skripsi hingga selesai yaitu: Rafa, Rizka, Damai, Ayu, Dyah, Tipeh, Salma, Hilda, Mbak Bitu, Ayuk tipi, Azmi dan semua teman teman DKV 2017, terima kasih atas bantuan kalian selama ini, canda tawa, semangat, dan terima kasih karena kalian senantiasa selalu support icaak dalam keadaan apapun.
6. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan peneliti bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi peneliti di

masa yang akan datang. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian penelitian selanjutnya dan para pembacanya.

Surakarta, 27 Mei 2022

Lisa Pratiwi

NIM.17151110



DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PENGESAHAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGATAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I..... | 15 |
| PENDAHULUAN | 15 |
| A. Latar Belakang..... | 15 |
| B. Rumusan Masalah..... | 21 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 22 |
| 1. Secara Teoritik..... | 22 |
| 2. Secara Praktis | 23 |
| E. Tinjauan Pustaka..... | 24 |
| F. Kerangka Konseptual..... | 27 |
| 1. Iklan Dalam Media Youtube..... | 28 |
| 2. Elemen Visual Dalam Iklan..... | 30 |
| 3. Teknik Dasar Videografi Dalam Iklan..... | 34 |
| 4. Peran Naskah Iklan dan Sulih Teks Dalam Iklan | 39 |
| 5. Iklan Filantropi | 41 |
| 6. Metafora Visual Yang Terdapat Dalam Iklan | 43 |
| G. Metode Penelitian..... | 44 |
| 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 44 |
| 2. Objek Penelitian..... | 45 |
| 3. Sumber Data | 47 |
| 4. Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 5. Analisis Data..... | 49 |
| H. Sistematika Penulisan..... | 53 |

| | |
|--|-----|
| BAB II..... | 56 |
| OBJEK PENELITIAN IKLAN SPRITE INDONESIA | 56 |
| A. Sejarah Perusahaan Coca Cola Amatil Indonesia (CCIA)..... | 56 |
| B. Profil <i>Production House</i> Iklan Sprite Indonesia “Kenyataan Ujian Puasa Sebelum Berbuka”..... | 60 |
| C. Iklan Sprite Indonesia | 62 |
| D. Profil Narator Dari <i>Voiceover</i> Iklan sprite | 84 |
| BAB III..... | 86 |
| ANALISIS BENTUK ELEMEN VISUAL, VERBAL DAN METAFORA VISUAL DALAM IKLAN SPRITE INDONESIA “KENYATAAN UJIAN PUASA SEBELUM BERBUKA” DI MEDIA YOUTUBE..... | 86 |
| A. Pengantar..... | 86 |
| B. Iklan Sprite Indonesia “Kenyataan Ujian Puasa Sebelum Berbuka” Di Media Youtube..... | 87 |
| C. Analisis Elemen Visual Dan Verbal Iklan Sprite Indonesia “Kenyataan Ujian Puasa Sebelum Berbuka” Di Media Youtube | 89 |
| D. Analisis Metafora Visual Yang Terkandung Dalam Iklan | 126 |
| BAB IV | 137 |
| PENUTUP..... | 137 |
| A. Kesimpulan..... | 137 |
| B. Saran | 141 |
| DAFTAR ACUAN | 142 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1. iklan sprite Indonesia yang berjudul “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka” di Youtube | 19 |
| Gambar 2. Kantar Indonesia berikan penghargaan..... | 20 |
| Gambar 3. <i>Scene</i> dan <i>shot</i> iklan sprite Indonesia yang berjudul “Kenyataan Ujian Puasa Sebelum Berbuka”..... | 44 |
| Gambar 4. Model analisis data interaktif Miles dan Huberman..... | 45 |
| Gambar 5. Bagan alur penelitian | 49 |
| Gambar 6. Logo Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI)..... | 53 |
| Gambar 7. Logo perusahaan Nayfosindo Production..... | 57 |
| Gambar 8. Profil Cak Lontong sebagai pengisi suara iklan sprite..... | 80 |
| Gambar 9. Iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka”... | 84 |
| Gambar 10. <i>Scene</i> 2 dan <i>scene</i> 3 terdapat metafora dalam iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka”..... | 124 |
| Gambar 11. <i>Scene</i> 4 dan <i>scene</i> 5 terdapat metafora dalam iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka”..... | 125 |
| Gambar 12. <i>Scene</i> 6 dan <i>scene</i> 7 terdapat metafora dalam iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka”..... | 126 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1. Merek yang diproduksi oleh Coca-Cola Amatil Indonesia..... | 55 |
| Tabel 2. Iklan sprite yang terdapat dalam daftar putar iklan sprite Indonesia di akun youtube sprite..... | 58 |
| Tabel 3. Analisis <i>scene</i> pertama iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 85 |
| Tabel 4. Analisis <i>scene</i> kedua iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 89 |
| Tabel 5. Analisis <i>scene</i> ketiga iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 92 |
| Tabel 6. Analisis <i>scene</i> keempat iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 95 |
| Tabel 7. Analisis <i>scene</i> kelima iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 98 |
| Tabel 8. Analisis <i>scene</i> keenam iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 100 |
| Tabel 9. Analisis <i>scene</i> ketujuh iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 103 |
| Tabel 10. Analisis <i>scene</i> kedelapan dan kesembilan iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 105 |
| Tabel 11 . Analisis <i>scene</i> kesepuluh iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... | 109 |

Tabel 12. Analisis *scene* kesebelas iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... 111

Tabel 13. Analisis *scene* keduabelas iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... 113

Tabel 14. Analisis *scene* ketigabelas iklan sprite Indonesia “kenyataan ujian puasa sebelum berbuka..... 116



DAFTAR ACUAN

- Asyura, M., & Effendy, C. (n.d.). *Makna Dan Fungsi Humor Dalam Kumpulan Cerita Abu Nawas*.
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jdpdp/article/view/5410>
- Faturahman, W. (2014). Penggunaan Metafora Visual Dalam Video Iklan Layanan Masyarakat Kick It Out. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, Dan Animasi*, 10(1), 39–48. <https://doi.org/10.24821/rekam.v0i0.549>
- H.B.Sutopo. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif(dasar teori dan terapannya dalam menelitian)*.
- Handriyotopo. (2009). Makna Tanggung Jawab Sosial Dalam Studi Kreatif Genre Iklan Di Televisi. *Acintya*, 1(2), 180–192. <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/acintya/article/view/77/73>
- Handriyotopo. (2019). *Sosiologi Iklan Politik dan Makna Sosial Iklan*.
- Handriyotopo, Lastoro, G. L., & Gustami, S. (2019). Apropriasi Metafora Film Iklan Mandiri Securitas. *Capture : Jurnal Seni Media Rekam*, 10(1), 27. <https://doi.org/10.33153/capture.v10i1.2181>
- Hasyim, M. (2014). *Disertasi Konstruksi Mitos Dan Ideologi Dalam Teks Iklan Komersial Televisi, Suatu Analisis Semiologi Disertasi Sebagai salah satu Syarat untuk Mencapai Gelar Doktor*.
<https://thesiscommons.org/2nxt5/download>
- Imasari, K., & Lu, C. (2010). Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Smu Untuk Mendaftar Di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa Smu Di Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 17(2), 109–120.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/330>
- Iskandar, M. S. (2011). Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi. *Visualita*, 3(1), 14–33. <https://doi.org/10.33375/vslt.v3i1.1095>

- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
<http://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670/576>
- Pramesti, R.C., Mursityo, Y.T., dan Rokhmawati, R. . (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iklan Ramayana Department Store. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4170–4177.
- Pratama, I. D. (2015). *Kreativitas dalam Penerjemahan Iklan*. 8(1), 44–57.
<https://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/probisnis/article/view/390/359>
- Putu Adi Sena, I Made Netra, I. W. M. (2016). The Analysis Of Verbal And Visual Sign Of Adidas Advertisement. *Scientific African*, 114(June), e00146.
<https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Raedts, M., Roozen, I., & De Weerd, E. (2019). The effectiveness of subtitles in cross-cultural television commercials. *World Englishes*. - Oxford, 3, 387–403. <https://doi.org/10.1111/WENG.12430>
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1991). *Emotions and Motivation in Advertising*.
<https://www.acrwebsite.org/volumes/7146/volumes/v18/NA>
- Sadjiman Ebdy Sanyoto. (2009). *NIRMANA ELEMEN-ELEMEN SENI DAN DESAIN*.
- Scott Daniel Habibuw dan irwansyah. (2019). *Video dengan Sulih Teks Dalam Meningkatkan Efektivitas Iklan*. 4(2), 189–201.
<https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/625/pdf>
- Setyawan, H. (2017). *Buku Ajar PENULISAN NASKAH IKLAN (RADIO & TELEVISI)*. 1–98. <http://repository.stikom-yogyakarta.ac.id/205/1/Buku-ajar-PNI-Heri.pdf>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). Analisis Waktu Penayangan, Pesan Iklan, Dan

Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699.

<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

Wicaksono, S. P. (2019). *Kajian Visual Iklan Indoeskrim Nusantara Dalam Konteks Budaya Populer*. *September*, 431–436.

<https://docplayer.info/175118951-Kajian-visual-iklan-indoeskrim-nusantara-dalam-konteks-budaya-populer.html>

Yulkardi, Pramono, W., Budiono, A., & yunarti. (2014). Filantropi Untuk Keadilan Sosial Sebuah Studi Pendahuluan Tentang Potensi Dan Pola Derma Pada Masyarakat Minangkabau Dan Kemungkinan Pengembangannya Untuk Keadilan Sosial. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 15(2), 33.

<https://doi.org/10.25077/jantro.v15i2.4>

INTERNET

<https://cvastro.com/iklan.htm>

http://gemapariwara.blogspot.com/2011/05/teori_iklan.html

<https://www.acrwebsite.org/volumes/7146/volumes/v18/NA>

https://swa.co.id/swa/trends/pendekatan_neuroscience_dalam_survei_marketing

https://www.Coca-Colacompany.com/press_releases/Coca-Cola_expands_in_Indonesia_with_two_production_lines#:~:teks=Coca%2DCola%20was%20first%20introduced,the%20first%20time%20in%201932.

<https://nayfosindo.com/>