



**RETORIKA VISUAL CITRA PERUSAHAAN DALAM
IKLAN BCA 55 TAHUN ‘SENANTIASA DI SISI ANDA’
BERDASARKAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE**

Oleh :

Nama : Delicia

NIM : 69090067

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Marketing Communication**



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JULI 2013

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

RETORIKA VISUAL CITRA PERUSAHAAN DALAM IKLAN BCA 55 TAHUN 'SENANTIASA DI SISI ANDA' BERDASARKAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE

Diajukan Oleh

Nama : Delicia

NIM : 69090067

Jakarta, 16 Juli 2013

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing.



(Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2013



1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Delicia/ 69090067 / 2012 / Retorika Visual Citra Perusahaan dalam Iklan BCA 55 Tahun 'Senantiasa di Sisi Anda' Berdasarkan Semiotika Ferdinand de Saussure) / Deavvy MRY Johassen, S.Sos., M.Si.

Iklan merupakan salah satu cara komunikasi pemasaran untuk membangun citra merek dan organisasi. Hal itu pula yang dilakukan oleh PT. Bank Central Asia Tbk. Pada ulang tahun ke-55, BCA memasang iklan korporat 'Senantiasa di Sisi Anda'. Iklan ini sangat menonjolkan tampilan secara visual. Visual yang ditampilkan sangat detail. Tentunya seluruh detail visual tersebut tidak serta merta digunakan begitu saja tanpa memiliki tujuan pembentukan makna. Oleh karena itulah peneliti ingin meneliti tentang visual retorik *corporate image* dalam iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda' berdasarkan teori analisis semiotik Saussure.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Saussure. Teori semiotika Saussure menjelaskan bahwa suatu objek visual (penanda/*signifier*) dapat menimbulkan kesan mental (petanda/*signified*). Berdasarkan hubungan antara penanda dan petanda itulah dapat diketahui bagaimana makna yang terbentuk melalui penggunaan objek visual tersebut.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-eksploratif. Peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Wawancara dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan data yang bersifat mendalam.

Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa objek visual dalam iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda' tergolong retorika visual dan menimbulkan konsep mental berupa memori, warisan, perasaan damai dan tenang, serta teknologi dan inovasi. BCA ingin mengingatkan bahwa BCA selalu menemani konsumen dari generasi ke generasi. Perubahan *tagline* merupakan suatu tanda adanya perluasan citra.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa iklan BCA 55 tahun 'Senantiasa di Sisi Anda' memanfaatkan objek visual (*signifier*) untuk menimbulkan kesan mental (*signified*) tertentu. Berdasarkan hubungan antara *signifier* dan *signified*, dapat diketahui makna mengenai bagaimana BCA selalu hadir di setiap sisi kehidupan nasabah. Citra yang disampaikan adalah tentang BCA sebagai bank yang berorientasi pada konsumen.



Hak Cipta dan Hak Moral ini adalah milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. 1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Delicia / 69090067 / 2012 / Visual Rhetoric Corporate Image in BCA 55th Anniversary Advertisement 'Senantiasa di Sisi Anda' Based on Semiotics of Ferdinand de Saussure) / Deavva MRY Johassan, S.Sos., M.Si.

Advertising is a kind of marketing communications to build brand and organization image. It was also done by PT. Bank Central Asia Tbk. On the 55th anniversary, BCA's corporate advertisement was aired with 'Senantiasa di Sisi Anda' version. This ad was very visually highlight display. The visual appearance was very detail. All the visual details are not necessarily used without having any objectives of establishing a message. Therefore, researchers wanted to examine the visual rhetoric corporate image in BCA 55th Anniversary Advertisement 'Senantiasa di Sisi Anda' based on Ferdinand de Saussure's theory of semiotic analysis.

This study uses semiotic theories of Saussure. Saussure semiotic theory explains that a visual object (signifier) can cause mental impression (signified). Based on the relationship between signifier and signified that it can be seen how meanings are formed through the use of the visual object.

Methods that will be used in this study is a qualitative-explanative method. Researchers will collect data by conducting library research, observation, and interviews. Interviews were conducted because researcher want to get the data which is deep.

Through this research, it is known that visual objects in BCA 55th Anniversary advertisement 'Senantiasa di Sisi Anda' classified as visual rhetoric and cause mental concepts such as memory, heritage, peace and comfort, as well as technology and innovation. BCA would like to remind that it always accompany consumers from generation to generation. Tagline change is a sign of expansion of the image.

The conclusion from this study is that BCA 55th Anniversary advertisement 'Senantiasa di Sisi Anda' utilize visual object (signifier) to create the impression of mental concepts (signified). Based on the relationship between the signifier and the signified, the meaning of this ad tells that BCA is always present on each side of consumer's life. The image conveyed is about BCA as a consumer-oriented bank.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian serta penyusunan laporan penelitian mengenai retorika visual citra perusahaan dalam iklan BCA 'Senantiasa di Sisi Anda' ini dapat peneliti jalani. Tanpa berkat dan penyertaan-Nya, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan semua ini dengan baik.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Deavvy MRY Johassan, S.Sos., M.Si. yang telah menjadi pembimbing peneliti selama proses pembuatan skripsi ini. Pak Jo telah memberikan arahan, pengetahuan baru, nasehat, serta saran dan kritik yang sangat berarti bagi peneliti. Pak Jo juga membantu peneliti dalam menemukan referensi buku-buku yang berguna dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti juga ingin berterima kasih kepada Mba Caecilia Noviari selaku *Account Director* BBDO Indonesia dan Mas Haris Budi selaku *Creative Director* BBDO Indonesia yang telah menjadi informan dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh rekan-rekan BBDO Indonesia yang telah memberikan dukungan moril kepada peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Denise Jo, kakak peneliti, yang selalu memberikan dukungan, nasehat, serta saran dan kritik dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada kedua orang tua peneliti dan Marshall Hartono Djohan yang selalu memberikan dukungan serta perhatian kepada peneliti selama penulisan skripsi ini. Peneliti juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat peneliti, Siska, Novi Yulianti, Adistiana Maria, dan Donna Prucia Allen yang selalu membagikan keceriaan serta semangat kepada peneliti selama penulisan skripsi ini.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Akhirnya peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati kami mohon agar para pembaca dan Bapak-Ibu dosen berkenan memberikan saran dan kritik. Peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya bila ada perkataan yang salah atau tidak berkenan di hati.

Peneliti

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Abstrak	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Identifikasi Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II : Kajian Pustaka dan Kerangka Konsep	8
A. Landasan Teori	8
1. Komunikasi Pemasaran	8
2. Iklan	10
a. Definisi Iklan	10
b. Elemen Iklan di Televisi	10
c. Iklan Citra	14
d. Pesan Iklan Citra	16
3. Citra	18
a. Definisi Citra	18
b. Macam-macam Citra	19
c. Faktor Penunjang Keberhasilan	20
4. Retorika Visual	24



1. Hak cipta milik IBIKGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



a.	Definisi Retorika Visual	24
b.	Karakteristik Retorika Visual	25
5.	Semiotika	27
a.	Definisi Semiotika	27
b.	Semiotika Saussure	28
B.	Kerangka Konsep	30
BAB III :	Metode Penelitian.....	32
A.	Subjek Penelitian	32
B.	Metode Penelitian	33
C.	Jenis Data.....	34
1.	Data Primer.....	34
2.	Data Sekunder	35
D.	Teknik Pengumpulan Data	35
1.	Studi Kepustakaan	35
2.	Observasi Partisipasi Pasif	36
3.	Wawancara Semiterstruktur	36
E.	Teknik Analisis Data	38
BAB IV :	Analisis dan Pembahasan.....	41
A.	Gambaran Umum	41
1.	PT. Bank Central Asia Tbk.	41
a.	Identitas Perusahaan	41
b.	Visi dan Misi	42
2.	PT. Komunika Cergas Ilhami/BBDO Indonesia	43
a.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
b.	Jenis Usaha	44
c.	Visi dan Misi	44
B.	Analisis dan Pembahasan	45
1.	Analisis Semiotika.....	47
a.	Video.....	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik PT Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b.	Audio.....	57
c.	Talent.....	58
d.	Properti	60
e.	Setting	63
f.	Lighting.....	67
g.	Kostum	68
2.	<i>Signifier</i> (Penanda) dan <i>Signified</i> (Petanda) Sebagai Retorika Visual dalam Iklan BCA 55 Tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’	72
a.	Bagian Pembuka.....	72
b.	Bagian Inti	75
	(1) Membeli Motor.....	75
	(2) Membuka Usaha Toko Elektronik.....	76
	(3) Kelahiran Cucu dan Kemunculan Kartu Kredit BCA	78
	(4) Pindah Rumah	80
	(5) Inovasi	81
c.	Bagian Penutup.....	83
3.	<i>External Reality of Meaning</i> dari Retorika Visual dalam Iklan BCA 55 Tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’	87
a.	Bagian Pembuka.....	87
b.	Bagian Inti	88
	(1) Membeli Motor.....	88
	(2) Membuka Usaha Toko Elektronik.....	88
	(3) Kelahiran Cucu dan Kemunculan Kartu Kredit BCA	89
	(4) Pindah Rumah	90
	(5) Inovasi	90
c.	Bagian Penutup.....	91
4.	<i>Corporate Image</i> yang Ditunjukkan Melalui Retorika Visual dalam Iklan BCA 55 Tahun ‘Senantiasa di Sisi Anda’	92
C.	Hasil Penelitian.....	97
BAB	: Kesimpulan dan Saran.....	99

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
1. Saran Akademis.....	100
2. Saran Praktis.....	101
Daftar Pustaka.....	102
Lampiran.....	104

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

<p>© Hak ciptaan milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Tabel 1 : Tabel Analisis Semiotik Elemen <i>Video</i>48</p> <p>Tabel 2 : Tabel Analisis Semiotik Elemen <i>Audio</i> 57</p> <p>Tabel 3 : Tabel Analisis Semiotik Elemen <i>Talent</i> 58</p> <p>Tabel 4 : Tabel Analisis Semiotik Elemen Properti 60</p> <p>Tabel 5 : Tabel Analisis Semiotik Elemen <i>Setting</i> 63</p> <p>Tabel 6 : Tabel Analisis Semiotik Elemen <i>Lighting</i> 67</p> <p>Tabel 7 : Tabel Analisis Semiotik Elemen Kostum 68</p>	
---	--	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen-elemen Makna Saussure.....	29
Gambar 2.2	Kerangka Konsep	30
Gambar 3.1	<i>Interactive Model</i>	39

© Hak cipta dan hak milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara <i>Creative Director</i>	104
Lampiran 2 : Wawancara <i>Account Director</i>	111
Lampiran 2 : <i>Storyboard</i>	120

© Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

