

**REPRESENTASI IMAJI TENTANG “KOTA” DALAM IKLAN  
PROPERTI**

(Analisis Semiotika Iklan Properti Meikarta versi “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, Agung Podomoro Land versi “*Harmony Property*”, dan Agung Sedayu City @Kelapa Gading di Televisi)

***REPRESENTATION OF IMAGE CITY IN PROPERTY ADVERTISING***

*(Semiotic Analysis of Meikarta version “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, Agung Podomoro Land version “Harmony Property”, and Agung Sedayu City @Kelapa Gading Property Advertising in Television)*

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**

**Dimas Andika Saputra**

**20140530262**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Senin

Tanggal : 13 Agustus 2018

Tempat : Ruang Multimedia

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si.

Penguji I

Penguji II

Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si

Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom. MA.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana (S-1)

Mengetahui

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dimas Andika Saputra

Nomor Mahasiswa : 20140530262

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Representasi Imaji tentang “Kota” dalam Iklan Properti (Analisis Semiotika Iklan Properti Meikarta versi “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, Agung Podomoro Land versi “Harmony Property”, dan Agung Sedayu City @Kelapa Gading di Televisi)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain,kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 13 Agustus 2018

Dimas Andika Saputra

## **MOTTO**

“Uripe manungso becik be brayan tepo seliro. Yen kepingin mulyo, Sumeleh ke  
ati ora lan usah ngumun karo gilape ndonyo”

**(Tonny Q Rastafara)**

“Menjadi lambat, Menjadi hidup. Mengambil kesempatan untuk tetap menjadi  
manusia lagi”

**(Farid Stevy)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur atas rahmat Allah SWT, kupersembahkan karya tulis ini untuk :

1. Teruntuk Papa terhebat, Yudik Trisnowibowo, yang tak pernah bosan memberikan doa, nasehat, semangat, dan harapan kepada saya.
2. Teruntuk Mama tersayang, Sri Suprihatin, yang selalu mengingatkan untuk selalu sholat 5 waktu, tetap fokus, serta selalu menjaga pola saat menyelesaikan karya tulis ini
3. Teruntuk kedua adikku Nugroho Sasmito Aji dan Teresia Margalena Voo

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr, wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan taufik-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada jungjungan kita Nabi agung Muhammad SAW. yang telah memperjuangkan nilai serta agama yang luhur ini hingga sampai kepada kita semua.

Skripsi yang berjudul “Representasi Imaji tentang “Kota” dalam Iklan Properti (Analisis Semiotika Iklan Properti Meikarta versi “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, Agung Podomoro Land versi “*Harmony Property*”, dan Agung Sedayu City @Kelapa Gading di Televisi)” ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan dapat memberikan sumbangan teoritis yang bermanfaat bagi pembaca.

Dalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal, disini penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Bapak Fajar Junaedi S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan kritikan yang membangun selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos, M.Si selaku penguji I dan Bapak Filosa Gita Sukmono S.Ikom, M.A. selaku penguji II yang telah meluangkan waktu serta memberikan kritikan dan masukan dalam proses ujian seminar proposal hingga ujian sidang skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya dosen jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat.
6. Kepada Pak Jono, Pak Mul, Mbak Siti, dan seluruh staf jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang senantiasa membantu untuk memfasilitasi kelancaran proses penyelesaian karya tulis ini.
7. Sahabat-sahabat Ilmu Komunikasi 2014, Keluarga Besar Adertising 2014, Keluarga besar Fotka\_053, Cinema Komunikasi 2014, Saudara-saudara Kost Putra Mandiri, Truwelu Geng, Geng nongkrong angkeringan Pak De, sahabat yang telah menjadi saudara seperjuangan KKN 114 UMY, yang telah banyak memberikan dukungan moral.
8. Dan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian karya tulis ini.

Akhirnya dengan segala keterbatasan, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalam karya tulis dengan topik

ini. Penulis memohon maaf apabila banyak kesalahan dalam penulisan penelitian

ini. Dengan segala hormat penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr,wb.

Yogyakarta, 13 Agustus 2018

Dimas Andika Saputra



**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Departemen Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi Advertising**  
**Dimas Andika Saputra 20140530262**  
**Representasi Imaji tentang “Kota” dalam Iklan Properti (Analisis Semiotika Iklan Properti Meikarta versi “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, Agung Podomoro Land versi “*Harmony Property*”, dan Agung Sedayu City @Kelapa Gading di Televisi)**  
**Tahun Skripsi : 2018 + 129 Halaman + 2 Lampiran**  
**Daftar Kepustakaan : 38 buku + 28 Jurnal + 3 sumber internet**

### **ABSTRAK**

Iklan menggunakan bahasa (verbal, simbol, gambar, dan lain sebagainya) sebagai representasi dalam proses penyampaian pesan. Sepertihalnya iklan properti di Indonesia yang telah banyak mendistrorsi akibat dari penggunaan citra dan ideologi mengenai imaji kota ideal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana imaji tentang kota direpresentasikan dalam iklan properti Meikarta versi “Aku Ingin Pindah ke Meikarta”, Agung Podomoro Land versi “*Harmony Property*”, dan Agung Sedayu City @Kelapa Gading di Televisi menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam iklan properti telah banyak mengkontruksi dengan membandingkan imaji negatif Kota Jakarta dengan imaji kota yang ditampilkan dalam iklan. Konsep rumah dan kota yang ditawarkan oleh iklan properti pada saat ini sangatlah sederhana, yaitu di mana tempat penghuni menghindarkan diri dari terjangan keburukan kota Jakarta, tempat di mana fasilitas dapat menyediakan jawaban terhadap keburukan itu. Kedua, ideologi modernis dan konsumerisme lahir sebagai “citra cermin” dengan memainkan peran penting dalam memfasilitasi dan merangsang gaya hidup. Dan pada akhirnya tak heran apabila pujian terhadap perspektif kelas menengah lebih baik dan secara tidak langsung telah merendahkan mereka yang tinggal di posisi bawah. Terakhir, dalam iklan properti telah bergulir sebuah wacana pendisiplinan dan *bio-power*. Wacana tersebut digunakan untuk menundukan tubuh masyarakat kota dalam meminimalisasikan tindakan-tindakan yang sulit diperhitungkan melalui model panoptisme.

Kata Kunci : Representasi, Imaji, modernis, konsumerisme, *bio-power*

***Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Social and Political Faculty  
Department of Communication Science  
Concentration Advertising  
Dimas Andika Saputra 20140530262  
Representation Of Image City in Property Advertising (Semiotic Analysis Of  
Meikarta Version “Aku Ingin Pindah Ke Meikarta”, Agung Podomoro Land  
Version “Harmony Property”, and Agung Sedayu City @Kelapa Gading Property  
Advertising In Television)  
Year of Undergraduate Thesis: 2018 + 129 Pages + 2 Attachments  
Bibliography: 38 books + 28 Journals + 3 internet sources***

### **ABSTRACT**

*Advertising uses language (verbal, symbols, pictures, etc.) as a representation in the process of delivering messages. As well as property advertisements in Indonesia that have distorted as a result of using images and ideologies about the ideal city image. This study aims to see how images of the city are represented in the Meikarta property ad version of "Aku Ingin Pindah ke Meikarta", Agung Podomoro Land version of "Harmony Property", and Agung Sedayu City @Kelapa Gading on television is using Roland Barthes semiotics method. The results of this study indicate that in property advertisements there have been many constructs by comparing the negative images of Jakarta City with the city images displayed in advertisements. The concept of home and city offered by property advertising at this time is very simple, such as where the place of occupants avoid themselves from the brunt of the city of Jakarta, a place where facilities can provide answers to that evil. Second, modernist ideology and consumerism were born as "mirror images" by playing an important role in facilitating and stimulating lifestyles. In the end it is not surprising that praise for the middle class perspective is better and indirectly has lowered for those who live in the lower position. Finally, in the advertising campaign there has been a disciplinary discourse and bio-power. The discourse is used to subjugate the body of the city community in minimizing actions that are difficult to calculate through the panoptism model.*

**Keywords:** Representation, Image, Modernist, Consumerism, Bio-Power

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
PERNYATAAN.....	3
MOTTO .....	4
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	5
KATA PENGANTAR .....	6
ABSTRAK .....	9
ABSTRACT.....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR .....	14
DAFTAR TABEL.....	15
BAB I.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Manfaat Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Manfaat Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Iklan Sebagai Media Representasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Imaji ( <i>Image</i> ) dalam Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Wajah Kota dalam Iklan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Kelas Menengah dalam Iklan Properti ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Iklan TVC ( <i>Television Commercial</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Semiotika Sebagai Sebuah Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Paradigma Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Jenis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3. Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Sistematika Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Perkembangan Periklanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Iklan Lippo Group “Meikarta” .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sinopsis Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Gambaran Umum Meikarta .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Logo.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Visi dan Misi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Iklan Agung Podomoro Group.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sinopsis Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Gambaran Umum Agung Podomoro Land .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Logo Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Visi dan Misi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Iklan Agung Sedayu City .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sinopsis Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Gambaran Umum Agung Sedayu Group	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Logo Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Visi dan Misi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Representasi Identitas Kota Jakarta .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Representasi Imaji kota Modern dan Kelas Menengah....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Representasi <i>Livable City</i> dan Kota Hijau dalam Bio-Power dan Praktik Pendisiplinan Kota .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BAB IV .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENUTUP.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 2 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 4 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 5 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 6 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 7 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1 . 8 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 . 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 . 2 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 . 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 . 4 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 . 5 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 . 6 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 2 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 4 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 5 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 6 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 7 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 8 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 9 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 10 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 11 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 12 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 13 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 14 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 15 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 16 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 17 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 18 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 19 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 . 1.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 1.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 2.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 3.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 4.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 5.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 6.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 7.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 8.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 9.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 10.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 11.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 12.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 . 13.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>