

ASPEK HUMOR DALAM IKLAN PENIPUAN DARI BCA: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

SHEELIN NUR KHALIDA SYAKIRA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Aspek Humor dalam Iklan Penipuan dari BCA: Analisis Semiotika Roland Barthes” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Sheelin Nur Khalida Syakira
J0301211183



ABSTRAK

SHEELIN NUR KHALIDA SYAKIRA. Aspek Humor dalam Iklan Penipuan dari BCA: Analisis Semiotika Roland Barthes. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI

Iklan yang menggunakan humor sebagai daya tarik agar membuat penerima pesan memperoleh mood positif, sehingga probabilitas penerimaan pesan secara baik akan lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis unsur humor dalam iklan layanan masyarakat “Penipuan Makin Agak Laen, Kasih Tau yang Laen” dari BCA. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi unsur humor dibangun dalam iklan tersebut serta makna yang dihasilkan. Penelitian ini didukung dengan teori humor *relief* dari Sigmund Freud yang digunakan untuk melihat bagaimana humor berfungsi sebagai pereda ketegangan dalam penyampaian isu serius. Temuan dari penelitian ini menunjukkan penggunaan unsur humor dalam iklan yang mengangkat isu sensitif seperti penipuan dapat membantu menyampaikan pesan secara lebih ringan dan dapat diterima oleh audiens secara ringan. Humor tidak hanya berfungsi sebagai alat penghibur, tetapi juga berperan sebagai mekanisme untuk meredakan ketegangan emosional yang mungkin timbul dari topik yang serius.

Kata Kunci: iklan, BCA, humor, Roland Barthes, semiotika

ABSTRACT

SHEELIN NUR KHALIDA SYAKIRA. Aspek Humor dalam Iklan Penipuan dari BCA: Analisis Semiotika Roland Barthes. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI

An advertisement that use humor as an appeal aim to create a positive mood in the message recipients, thereby increasing the probability of the message being well received. This study aims to analyze the elements of humor in the public service advertisement “*Penipuan Makin Agak Laen, Kasih Tau yang Laen*” by BCA. This study employs a qualitative method with Roland Barthes' semiotic analysis approach. The main focus of the research is to identify how humor is constructed in the advertisement and the meanings that emerge from it. This research is supported by Sigmund Freud's relief theory of humor, which is used to examine how humor functions as a tension reliever in conveying serious issues. The findings of this study indicate that the use of humor in advertisements addressing sensitive issues such as fraud can help deliver the message in a lighter way and make it more easily accepted by the audience. Humor functions not only as a form of entertainment but also as a mechanism to ease emotional tension that may arise from serious topics

Keywords: advertising, BCA, humor, Roland Barthes, semiotic



@Hak cipta milik IPB University

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

- 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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ASPEK HUMOR DALAM IKLAN PENIPUAN DARI BCA: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

SHEELIN NUR KHALIDA SYAKIRA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom.



Judul Laporan : Aspek Humor dalam Iklan “Penipuan Makin Agak Laen, Kasih
Tau Yang Laen” dari BCA: Analisis Semiotika Roland Barthes

Nama : Sheelin Nur Khalida Syakira
NIM : J0301211183

@Hak cipta milik IPB University

- 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 atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing:
Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NPI. 196607171992031003

Tanggal Ujian:
2 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah Semiotika Roland Barthes, dengan judul “Aspek Humor dalam Iklan Penipuan dari BCA: Analisis Semiotika Roland Barthes”.

Dalam penyusunan laporan akhir ini tentunya didukung oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, Bapak Iman dan Ibu Nina yang senantiasa mendukung dan membantu baik moril maupun materil. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan serta atas ridho dan izin dalam setiap langkah dan keputusan yang penulis ambil. Terima kasih juga atas kasih sayang, pengorbanan, dan doa yang kalian berikan, semoga kalian selalu berada dalam lindungan Allah subhanaahu wa ta'ala.
2. Bapak Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya ditengah-tengah kewajiban harus mengajar juga menyusun disertasinya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama proses bimbingan sehingga dalam penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan terhadap laporan penelitian ini, Bapak Dr. Hudi Santoso, S. Sos., M. P selaku Ketua Program Studi Komunikasi Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Bapak Dr.Ir.Aceng Hidayat, M.T selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB, serta seluruh jajaran dosen dan asisten dosen Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB yang memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan berlangsung.
4. Teman-teman di perkuliahan, Zahra Namira Wandu dan Aisyah Saharani Zulfahnur yang telah menjadi teman seperjuangan dan teman dalam bertumbuh, terima kasih sudah kebersamai dan menemani dalam perjalanan perkuliahan sekalipun dalam menghadapi tantangan baik suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu, momen berharga, kebersamaan, dan dukungan yang diberikan.

Semoga laporan akhir ini dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi penulis dan pembaca. Penulis juga berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat ruang untuk pengembangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap masukan dan saran yang bersifat membangun, agar dapat menjadi pembelajaran berharga dalam peningkatan kualitas karya tulis di masa mendatang.

Bogor, Juli 2025

Sheelin Nur Khalida Syakira



DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	8
2.3 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	17
3.1 Lokasi dan Waktu	17
3.2 Data dan Instrumen	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data	17
3.4 Subyek Penelitian	18
3.5 Output Penelitian	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Penelitian	19
4.2 Analisis Iklan BCA “Penipuan Makin Agak Laen Kasih Tau Yang Laen” Menggunakan Semiotika Roland Barthes	21
4.3 Mitos yang dibangun pada iklan BCA “Penipuan Makin Agak Laen, Kasih Tau Yang Laen”	41
4.4 Analisis Iklan BCA “Penipuan Makin Agak Laen Kasih Tau Yang Laen” Sebagai Mekanisme Pelepasan Ketegangan dalam Praktik Periklanan	43
V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50
RIWAYAT HIDUP	51

DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Penelitian Terdahulu	8
2	Table 2 Ruang Lingkup Tanda dalam Iklan BCA “Penipuan Makin Agak Laen Kasih Tau Yang Laen”	22

DAFTAR GAMBAR

3	Kerangka Berpikir	15
4	Iklan BCA Penipuan Makin Agak Laen Kasih Tau yang Laen	19
5	Adegan detik 00.19 – 00.33	23
6	Adegan detik 00.19 – 00.33	23
7	Adegan detik 00.57 – 01.00	25
8	Adegan detik 01. 08 – 01.29	26
9	Adegan detik 02 .03 – 02.09	28
10	Adegan detik 02.11 – 02.17	29
11	Adegan detik 02.11 – 02.17	29
12	Adegan detik 02.21 – 02.23	30
13	Adegan detik 02.21 – 02.23	31
14	Adegan detik 02.28 – 02.30	32
15	Adegan detik 02.40 – 02.47	33
16	Adegan detik 02.40 – 02.47	34
17	Adegan detik 04.02 – 04.08	35
18	Adegan detik 04.39 – 04.43	36
19	Adegan detik 06.24 – 06.26	37
20	Adegan detik 06.04 – 06.21	38
21	Adegan detik 06.04 – 06.21	38
22	Adegan detik 06.31 – 06.55	40
23	Adegan detik 06.31 – 06.55	40

DAFTAR LAMPIRAN

1	Tabel Analisis Scene 00.19 – 00.33	51
2	Tabel Analisis Scene 00.57 – 01.00	51
3	Tabel Analisis Scene 01. 08 – 01.29	52
4	Tabel Analisis Scene 02 .03 – 02.09	52
5	Tabel Analisis Scene 02.11 – 02.17	53
6	Tabel Analisis Scene 02.21 – 02.23	53
7	Tabel Analisis Scene 02.28 – 02.30	54
8	Tabel Analisis Scene 02.40 – 02.47	54
9	Tabel Analisis Scene 04.02 – 04.08	55
10	Tabel Analisis Scene 04.39 – 04.43	55
11	Tabel Analisis Scene 06.24 – 06.26	55
12	Tabel Analisis Scene 06.04 – 06.21	56
13	Tabel Analisis Scene 06.31 – 06.55	56