



UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI

**ANALISIS REPRESENTASI IKLAN MOBIL TOYOTA KIJANG DALAM
PERSPEKTIF BUDAYA**

SKRIPSI

FIGHI ARDIANSYAH

41182003180008

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

PROGRAM STUDI SASTRA INGGRIS

BEKASI

2022



UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI

**ANALISIS REPRESENTASI IKLAN MOBIL TOYOTA KIJANG DALAM
PERSPEKTIF BUDAYA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sastra

FIGHI ARDIANSYAH

41182003180008

FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA

PROGRAM STUDI SASTRA INGGRIS

BEKASI

2022

Surat Pernyataan Bebas Plagiarisme

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya asli dan disusun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam "45" Bekasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiarisme, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Islam "45" Bekasi kepada saya.

Bekasi



Figghi Ardiansyah

Halaman Pernyataan Orisinalitas

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fighi Ardiansyah

NPM : 41182003180008

Tanda Tangan :



Tanggal : 19 Januari 2023

Halaman Pengesahan

Skripsi yang di ajukan oleh:

Nama : Fighi Ardiansyah
NPM : 41182003180008
Program Studi : Sastra Inggris
Judul : Analisis Representasi Iklan Mobil Toyota Kijang Dalam Perspektif Budaya

Ini telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Endang Suryana Priyatna, H.Hum.,M.A. (.....)

Penguji 1 : Dr. Nuryadi, M.Hum. (.....)

Penguji 2 : Rido Budiman, M.Hum. (.....)

Ditetapkan : Bekasi

Tanggal : 12 Januari 2023

Oleh

Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Universitas Islam “45” Bekasi



Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom.

Kata Pengantar

Bismillahirrahmanirrahim, alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala Dzat yang hanya kepada-Nya saya meminta, memohon pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dengan judul penelitian “Analisis Representasi Iklan Mobil Dalam Perspektif Budaya”. Shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi inspirasi dan teladan terbaik umat manusia.

Penulisan skripsi ini dapat terwujud karena adanya dukungan dari orang-orang baik yang memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan. Maka dari itu, saya ingin memberikan banyak-banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Bapak Rido Budiman, M.Hum, selaku dosen pembimbing. Terimakasih telah memberikan ilmu, motivasi, semangat, waktu, serta kesabaran yang tak terbatas yang telah diberikan kepada saya selama proses bimbingan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan sebaik-baiknya.

3. Bapak Fakhran Al-Ramadhan, M.Hum, selaku Ketua Program Studi Sastra Inggris. Terimakasih atas waktu, semangat, serta informasi yang telah diberikan.
4. Bapak Nuryadi, M.Hum, selaku pembimbing akademik, saya mengucapkan terimakasih banyak atas motivasi, perhatian, waktu, dan doa yang telah diberikan kepada saya.
5. Seluruh dosen Sastra Inggris lainnya, Ibu Sya'baningrum Prihattini M.Hum, Ibu Novita Puspahaty M.Hum, Ibu Reza A. Adara, M.A, Bapak Heri Yusup M.Hum, dan seluruh dosen lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terimakasih banyak atas semua ilmu, pengetahuan, waktu, saran, serta wawasan yang telah diberikan selama saya menjadi mahasiswa di Program Studi Sastra Inggris.
6. Bapak, mama, kakak serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberi dukungan, doa, dan materil sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Isma Wati Safira, terimakasih telah menjadi kekasih yang selalu menemani, mendukung, dan doa dalam proses penulisan skripsi.
8. Teman-teman *English Studies, Media, and Creative Industry* (EMCI), Tirta, Bintang, Dylan, Dufvi, Tomi, Aisyah, Unuy, kakak Ardiles, kakak Ika, Mayrina, Filla, Dinda, Sinta, dan Fauzi. Selaku teman-teman yang telah mendukung, memotivasi dan suka duka dalam akhir semester ini.
9. Seluruh teman-teman Sastra Inggris tahun angkatan 2018 atas semangat dan kebersamaannya selama ini.

10. Reza, Hambali, Dicky, dan Fahrul. Selaku sahabat SMA yang selalu memberikan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah terlibat dan memberikan kontribusi pada penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Abstrak

Nama : Fighi Ardiansyah

NPM : 41182003180008

Program Studi : Sastra Inggris

Judul : Analisis Representasi Iklan Mobil Toyota Kijang Dalam Perspektif Budaya

Dalam penelitian ini saya membahas mengenai iklan mobil Toyota Kijang yang merepresentasikan keluarga *urban*. Terdapat 4 judul iklan yang akan saya analisis, dari 4 judul ini mewakili di setiap periode waktunya dari tahun 1986, 1997, 2002, dan 2020. Dari 4 iklan tersebut saya menggunakan metode analisis representasi visual dengan pendekatan kajian budaya untuk melihat bagaimana iklan mobil Toyota Kijang merepresentasikan keluarga *urban*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan-iklan tersebut berusaha untuk menghadirkan konsep keluarga ideal yang dipengaruhi oleh konteks budaya dan wacana ketika mobil dan iklan tersebut diproduksi.

Kata kunci: iklan mobil, representasi, budaya, wacana, keluarga *urban*

Abstract

Name : Fighi Ardiansyah

Student Number : 41182003180008

Study Program : *English Literature*

Title : *Analysis of Toyota Kijang Advertising Representation in a Cultural Perspective*

In this research, I discuss the Toyota Kijang car advertisement which represents an urban family. There are 4 ad titles that I analyzed, of these 4 ad titles representing each time period from 1986, 1997, 2002 and 2020. Of the 4 advertisements, I used the visual representation analysis method with a cultural studies approach to see how the Toyota Kijang advertisement represents an urban family. The results of this study indicate that these advertisements try to present the concept of the ideal family which is influenced by the cultural context and discourse when the car and advertisement are produced.

Key word: advertisement, Representation, culture, discourse, urban family

Daftar Isi

Halaman Judul	2
Surat Pernyataan Bebas Plagiarisme	2
Halaman Pernyataan Orisinalitas	4
Halaman Pengesahan	Error! Bookmark not defined.
Kata Pengantar	7
Abstrak	10
<i>Abstract</i>	11
Daftar Isi	12
Daftar Gambar	14
BAB 1 Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
1.1. latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kerangka Historis	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Iklan Mobil Toyota Kijang Pada Tahun 1980	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Iklan Mobil Toyota Kijang Pada Tahun 1990	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Iklan Mobil Toyota Kijang Pada Tahun 2000	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Iklan Mobil Toyota Kijang Pada Tahun 2020	Error! Bookmark not defined.
2.2. Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Selling Spectacular Urban Life: Urban Space and Lifestyle in the Promotion Media of Apartment in Yogyakarta.	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Budaya Kota dan Nilai Tradisi Masyarakat Indonesia pada Mobil Keluarga.....	Error! Bookmark not defined.

2.2.3. Urbanization in (post-) New Order Indonesia: Connecting Unevenness in the City With That in the Countryside.....	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1. Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3. Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.1. Mendeskripsikan dan Memaknai Tanda pada Iklan..	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Iklan Mobil Toyota Kijang Tahun 1986	Error! Bookmark not defined.
4.1.2. Iklan Mobil Toyota Kijang Tahun 1997	Error! Bookmark not defined.
4.1.3. Iklan Mobil Toyota Kijang Tahun 2002	Error! Bookmark not defined.
4.1.4. Iklan Mobil Toyota Kijang Tahun 2020	Error! Bookmark not defined.
4.2. Pengaruh Konteks Budaya Terhadap Wacana Keluarga Urban Di Iklan Mobil Kijang	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
Research Summary	Error! Bookmark not defined.
Bibliografi	Error! Bookmark not defined.

Daftar Gambar

Gambar 2.1.1. Iklan Toyota Kijang Buaya. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.1. Iklan Toyota Kijang Buaya. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.2. Iklan Toyota Kijang Super Tahun 1980-1990. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.2. Iklan Toyota Kijang Super Tahun 1980-1990. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.3. Iklan Toyota Kijang kapsul “Tanpa Dipandang pun” 2000-2004. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.3. Iklan Toyota Kijang kapsul “Tanpa Dipandang pun” 2000-2004. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.2. Iklan Toyota Kijang Baru 1986. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.2. Iklan Toyota Kijang edisi “Mandi Di Dalam Mobil”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.2. Iklan Toyota Kijang Kapsul edisi “Tanpa Dipandang Pun”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.2. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.1. Iklan Toyota Kijang Baru 1986. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.1. Iklan Toyota Kijang Baru 1986. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.1. Iklan Toyota Kijang Baru 1986. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.2. Iklan Toyota Kijang edisi “Mandi Di Dalam Mobil” 1997-1999. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.2. Iklan Toyota Kijang edisi “Mandi Di Dalam Mobil” 1997-1999. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.2. Iklan Toyota Kijang edisi “Mandi Di Dalam Mobil” 1997-1999. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.3. Iklan Toyota Kijang Kapsul edisi “Tanpa Dipandang Pun”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.3. Iklan Toyota Kijang Kapsul edisi “Tanpa Dipandang Pun”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.3. Iklan Toyota Kijang Kapsul edisi “Tanpa Dipandang Pun”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.3. Iklan Toyota Kijang Kapsul edisi “Tanpa Dipandang Pun”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.3. Iklan Toyota Kijang Kapsul edisi “Tanpa Dipandang Pun”. Sumber: Youtube Irham Ilyas Alfarez. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1.4. Iklan The New Toyota Kijang “Seize Every Moment” 2020. Sumber: Youtube Toyota Indonesia. **Error! Bookmark not defined.**

Turnitin Originality Report

Processed on: 30-Nov-2022 23:56 WIB

ID: 1967339976

Word Count: 14835

Submitted: 1

**ANALISIS REPRESENTASI IKLAN MOBIL DALAM
PERSPEKTIF BUDAYA** By Fiqi Ardiansyah

Similarity Index		Similarity by Source	
15%		Internet Sources:	15%
		Publications:	1%
		Student Papers:	7%
