



UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI

**IDENTITAS BUDAYA INDONESIA PADA IKLAN MOUNTAIN
SELAMA BULAN RAMADHAN**

SKRIPSI

SEPTIA DHAMA YANTI

411820003180039

**FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
PROGRAM STUDI SASTRA INGGRIS**

BEKASI 2022



UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI

**IDENTITAS BUDAYA INDONESIA PADA IKLAN MOUNTEA
SELAMA BULAN RAMADHAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra

SEPTIA DHAMA YANTI

411820003180039

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, 12 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Septia Dhama Yanti', written in a cursive style.

Septia Dhama Yanti

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 : Septia Dhama Yanti

NPM : 41182003180039

Tanda Tangan :



Tanggal : 12 Januari 2023

Halaman Pengesahan

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Septia Dhama Yanti

NPM : 41182003180039


Program Studi : Sastra Inggris

Judul : Identitas Budaya Indonesia pada Iklan Mountea Selama Bulan Ramadhan

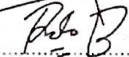
Ini telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

DEWAN PENGUJI

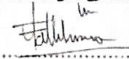
Ketua Penguji : Dr. Nuryadi, M.Hum.

()

Penguji 1 : Rido Budiman, M.Hum.

()

Penguji 2/Pembimbing : M. Fakhran Al Ramadhan, M.Hum.

()

Ditetapkan di : Bekasi

Tanggal :

Oleh

Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Universitas Islam "45" Bekasi



Yendi Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom

NRP : 45.1.03.12.2012.029

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Allah yang telah melimpahkan kasih dan cinta-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul “Identitas Budaya pada Iklan Mountea Selama Bulan Ramadhan di Indonesia”. Skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat kelulusan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) pada Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.

Penyusunan skripsi ini dapat terwujud karena banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bimbingan dan bantuan. Oleh sebab itu, saya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Yudha Asmara, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” : 12 Januari 2023 kasih atas segala motivasi dan doa yang telah diberikan kepada saya dan teman-teman Sastra Inggris angkatan 2018.
2. Bapak M. Fakhran Al Ramadhan, M.Hum selaku Ketua Program Studi sastra Inggris dan juga sebagai dosen pembimbing saya. Terimakasih atas ilmu, motivasi, dan waktu luang yang telah diberikan kepada saya selama proses bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan berkat arahan serta didikan beliau.
3. Bapak Rido Budiman, M.Hum, selaku pembimbing akademik dan penguji sidang terakhir saya yang telah membimbing saya selama ini. Saya berterimakasih atas bimbingan, arahan, dan informasi yang telah diberikan.

4. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum. selaku penguji yang juga berperan penting memberikan saran dan kritik terhadap penelitian ini, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Sastra Inggris lainnya, Bapak Endang S. Priyatna, M.Hum., MA, Bapak Heri Yusup, MA, Mr. Alwin Firdaus, M.Hum, Mr. Ignatius Adhiyatmaka, M.Hum, Miss Syabaningrum Prihartinni, M.Hum, Miss Reza A. Adara, MA, dan seluruh dosen lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terimakasih banyak atas semua ilmu, pengetahuan, dan wawasan yang telah diberikan selama saya menjadi mahasiswi di Program Studi Sastra Inggris.
6. Kedua orang tua dan adik saya serta keluarga besar yang selalu memberi dukungan, doa, moril, dan materil dalam setiap usaha yang saya lakukan selama mengerjakan penelitian ini.
7. Tim Komunika Anak Bangsa English Course, Mr. Teddy selaku manajer dan semua tutor yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih banyak atas dukungan, doa, dan kebersamaannya sejak tahun 2017 sampai saat ini.
8. Teman-teman *English Studies, Media, and Creative Industry* (EMCI) kelas Regular C 2018, tim perpusnas (Syfa Fauziah, Anisa Yunita, Iin Inayah), Gallang Garnida, Ahmad Rifai, Hesti Wulandari, Shinta Kumalasari, Nur Khaqiqi, Apris Setyaningsih, dan Ade Kurniasih selaku teman-teman yang selalu mendukung, memberi motivasi dan berbagi suka duka selama berjuang dalam semester akhir ini.

9. Seluruh teman-teman Sastra Inggris tahun angkatan 2018 kelas Regular A baik konsentrasi EMCI maupun ELTA. Terimakasih atas perjuangan dan pengalaman selama 4 tahun ini meski kita jarang berinteraksi tetapi saya senang mengenal kalian.
10. Semua pihak yang telah terlibat dan memberikan kontribusi pada penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Saya mengucapkan terimakasih dari lubuk hati yang terdalam. Jazakumullah Khoiron Katsiro.

Bekasi, 12 Januari 2023

Penulis



Septia Dhama Yanti

Abstrak

Nama : Septia Dhama Yanti
NPM : 41182003180039
Program Studi : Sastra Inggris
Judul : Identitas Budaya Indonesia pada Iklan Mountea Selama
Bulan Ramadhan

Iklan ‘Mountea’ yang ditayangkan pada media televisi selama bulan Ramadhan merupakan iklan minuman teh dalam kemasan gelas yang mengkonstruksi identitas serta praktik budaya pada masyarakat Indonesia. Tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat dan mengetahui identitas budaya selama Ramadhan di Indonesia yang digambarkan melalui iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis Representasi oleh Stuart Hall. Data yang dianalisis berjumlah 2 data iklan ‘Mountea’ selama bulan Ramadhan tahun 2021 dan 2022 yang diakses ulang pada YouTube. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa identitas budaya Indonesia pada Iklan Mountea selama bulan Ramadhan yaitu 1) Dekorasi Ramadhan seperti bedug, lentera dan ketupat. (2) Busana Ramadhan yaitu laki-laki mengenakan baju koko dan perempuan mengenakan baju yang tertutup ditambah dengan kerudung sebagai penutup kepala. (3) Budaya minuman teh saat berbuka puasa, (4) Gerakan tarian yang ditampilkan lebih santai, simple dan bernuansa islami. (5) Adanya gaya hidup anak muda sekarang yang gemar berkumpul.

Kata Kunci: Identitas Budaya, Representasi, Iklan, dan Ramadhan

Abstract

Name : Septia Dhama Yanti
Student Number : 41182003180039
Study Program : Sastra Inggris
Title : *Cultural Identity of Indonesia of Mountea Advertisement
During Ramadhan*

'Mountea' advertisement shown on television media during the month of Ramadhan is an advertisement for tea drinks in glass packaging that constructs cultural identities and practices in Indonesian society. The purpose of this study is to see and know the cultural identity during Ramadhan in Indonesia depicted through advertisements. The method used in this study is descriptive qualitative with the approach of Representation analysis by Stuart Hall. The data analyzed amounted to 2 'Mountea' ads data during the month of Ramadan in 2021 and 2022 and were re-accessed on YouTube. The results of the analysis in this study indicate that Indonesian cultural identity in Mountea ads during the month of Ramadhan is 1) Ramadhan decorations such as drums, lanterns, and ketupat. (2) Ramadhan clothing, for men wearing Koko clothes and women wearing closed clothes plus a headscarf as a head covering. (3) The culture of drinking tea when breaking the fast, (4) The dance movements shown are more relaxed, simple, and have Islamic nuances. (5) There is a lifestyle of today's youth for gathering together.

Keywords: *Cultural Identity, Representation, Advertising, and Ramadhan*

Daftar Isi

Surat Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iv
Halaman Pengesahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	ix
<i>Abstract</i>	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
BAB 1	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
BAB 2	8
Tinjauan Pustaka	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Festive Season Advertisement: Analysis of Malay Identity <i>Construction</i>	8
2.1.2 Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes <i>Dalam Iklan Aqua Versi “Temukan Indonesiamu”</i>	10

2.1.3	<i>Macy's Thanksgiving Day Parade: Performing for America</i>	12
2.2	Kerangka Teori	13
2.2.1	<i>Identitas Budaya</i>	14
2.2.2	<i>Representasi</i>	16
2.2.3	<i>Iklan</i>	17
BAB 3	19
	Metodologi Penelitian	19
3.1	Pendekatan Penelitian	19
3.2	Metode Pengumpulan Data	20
3.3	Metode Analisis Data	21
BAB 4	22
	Pembahasan	22
4.1	Iklan Mountea	22
4.2	Identitas Budaya Dekorasi Ramadhan dalam Iklan Mountea	24
4.3	Identitas Budaya Busana pada Iklan Mountea selama Ramadhan	27
4.4	Identitas Budaya Minuman Teh pada Iklan Mountea selama Ramadhan	29
4.5	Identitas Budaya Praktik pada Iklan Mountea selama Ramadhan	31
BAB 5	37
	Kesimpulan dan Saran	37
	<i>Research Summary</i>	39
	Daftar Referensi	46

Daftar Gambar

Gambar 1. Kumpulan iklan bulan Ramadhan 2022, sumber: YouTube	2
Gambar 2. Dekorasi pada iklan Mountea Ramadhan 2022, sumber: YouTube.....	26
Gambar 3. Busana pada iklan Mountea Ramadhan 2022, sumber: YouTube	27
Gambar 4. Praktik pada iklan Mountea Ramadhan 2022, sumber: YouTube	32

Daftar Tabel

Tabel 1. Identitas Budaya Indonesia pada Iklan Mountea 2021 dan 2022	23
Tabel 2. Diagram Sepuluh Negara Produsen Teh Terbesar di Dunia, sumber; FAOSTAT (2021)	30