

**ANALISIS NARATIF IKLAN MARJAN TAHUN 2022 “DEWI SRI SANG  
PELINDUNG”**

**TUGAS AKHIR**

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



**LUQYANA ERDANTA BRAND**

**1211923017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : Luqyana Erdanta Brand

**NIM** : 1211923017



**Tanda Tangan :**

**Tanggal** : 29 November 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Luqyana Erdanta Brand  
NIM : 1211923017  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Tugas Akhir : Analisis Naratif Iklan Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung”

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, S.S., M.Si., Ph. D. (..... tanda tangan. )

Penguji 1 : Anastasya Andriarti, S.Sos. M.Si (..... tanda tangan )

Penguji 2 : Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si (..... tanda tangan )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 November 2023

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas ke Hadirat Allah SWT, karena telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini ialah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie. Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Ibu Suharyanti, Dra., M.S.M., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Eli Jamilah Mihadja, S.S, M.Si., Ph. D., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir.
3. Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji I dan Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran, kritik, dan ilmunya kepada penulis agar tugas akhir ini menjadi lebih baik.
4. Para dosen dan tenaga kependidikan Universitas Bakrie yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
5. Orang tua, adik, dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan semangat yang terus membantu menguatkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan 2022 khususnya Dewinda Tannia Prabowo dan Fitri Bunga Atika yang telah membantu penulis selama kegiatan perkuliahan dan sukarela mendengarkan keluh kesah penulis.
7. Teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan bantuan, menguatkan, menemani, dan menghibur penulis selama proses pengerjaan tugas akhir. Banyak terima kasih teruntuk Brian, Hilfi, Qonita, Elsa, Rista, Gayatri, Annisa, Salsa, Ullaya, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran serta kritik demi perbaikan tugas akhir ini. Akhir kata, besar harapan penulis agar tugas akhir ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu kedepannya.

Jakarta, 14 September 2023

Penulis,



Luqyana Erdanta Brand

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luqyana Erdanta Brand  
NIM : 1211923017  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas **Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **ANALISIS NARATIF IKLAN MARJAN TAHUN 2022 “DEWI SRI SANG PELINDUNG”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 14 September 2023

Yang menyatakan,



Luqyana Erdanta Brand

## **ANALISIS NARATIF IKLAN MARJAN TAHUN 2022 “DEWI SRI SANG PELINDUNG”**

Luqyana Erdanta Brand

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengangkat iklan sirup Marjan tahun 2022 dengan tema “Dewi Sri Sang Pelindung”. Penelitian ini dilatar belakangi oleh viralnya iklan tersebut di media sosial. Iklan ini menceritakan tentang sosok seorang Dewi pelindung yang mengemban tugas untuk melindungi desa beserta panennya dari marabahaya. Iklan ini viral di media sosial dikarenakan penonton merasa bahwa iklan ini dikemas dengan baik untuk ukuran iklan produk sirup lokal. Penelitian ini akan berfokus pada arti narasi iklan dan bagaimana narasi tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada iklan ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis mengambil data dengan menonton tiap episode iklan Marjan tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung”, kemudian iklan tersebut akan dianalisis menggunakan metode analisis naratif dengan teori paradigma naratif milik Walter Fisher. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelancaran alur cerita, elemen dalam penceritaan, penggambaran karakter, kebenaran akan realita, menjadi unsur yang penting untuk membuat iklan menjadi daya tarik bagi produk.

**Kata kunci: Iklan, Marjan, Naratif, Alur Cerita, Daya Tarik Produk**

**NARRATIVE ANALYSIS OF MARJAN'S 2022 ADVERTISEMENT "DEWI SRI SANG PELINDUNG"**

Luqyana Erdanta Brand

---

**ABSTRACT**

*This research raised the advertisement of Marjan syrup in 2022 with the theme "Dewi Sri Sang Pelindung". This research is motivated by the virality of the advertisement on social media. This advertisement tells the story of a protective Goddess who is tasked with protecting the village and its harvest from danger. This ad went viral on social media because the audience felt that this ad was well packaged for a local syrup product ad. This research will focus on the meaning of advertising narratives and how they can increase product appeal. Therefore, the author is interested in conducting research on this advertisement using a qualitative approach. The author collected data by watching each episode of Marjan's 2022 advertisement "Dewi Sri Sang Pelindung", then the advertisement will be analyzed using narrative analysis by Walter Fisher's Narrative Paradigm method. The results show that the smoothness of the storyline, the elements in the storytelling, the depiction of characters, the truth of reality, are very important to make the advertisement attractive for the product.*

*Keywords: Advertising, Marjan, Narrative, Storyline, Product Appeal*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Konsep Yang Relevan .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 Iklan .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.3 Paradigma Naratif oleh Walter Fisher .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3 Model Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>21</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1. Desain dan Pendekatan .....</b>	<b>24</b>
<b>3.2. Objek Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3. Pengumpulan Data .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3.1 Data Primer.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.2 Data Sekunder .....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Analisis Data .....</b>	<b>27</b>
<b>3.5 Triangulasi Data .....</b>	<b>28</b>
<b>3.6 Operasionalisasi Konsep .....</b>	<b>29</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1.1. Profil dan Struktur PT Lasallefood Indonesia.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1.2. Produk Marjan .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1.3. Sejarah Marjan.....</b>	<b>36</b>
<b>4.1.4. Profil dan Struktur Nayfosindo Production.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.5. Iklan Sirup Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” .....</b>	<b>40</b>
<b>4.2 Penyajian Data .....</b>	<b>43</b>

4.2.1	Gambaran Iklan Sirup Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” .....	43
4.2.2	Gambaran Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Iklan Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” Episode 1 “Bangkitkan Harapan” .....	45
4.2.3	Gambaran Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Iklan Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” Episode 2 “Berbuka Penuh Harapan” .....	50
4.2.4	Gambaran Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Iklan Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” Episode 3 “Rayakan Kemenangan” .....	56
4.3	Pembahasan dan Diskusi .....	61
4.3.1	Analisis Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Iklan Sirup Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” Episode 1 “Bangkitkan Harapan” .....	61
4.3.2	Analisis Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Iklan Sirup Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” Episode 2 “Berbuka Penuh Harapan” .....	72
4.3.3	Analisis Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Iklan Sirup Marjan Tahun 2022 “Dewi Sri Sang Pelindung” Episode 3 “Rayakan Kemenangan” .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>92</b>
5.1.	Kesimpulan .....	92
5.2.	Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>95</b>

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen-elemen Rasionalitas .....	17
Gambar 4. 1 Logo PT Lasallefood Indonesia .....	31
Gambar 4. 2 Produk Marjan Syrup .....	34
Gambar 4. 3 Produk Marjan Syrup With Milk.....	35
Gambar 4. 4 Produk Marjan Squash .....	35
Gambar 4. 5 Logo Nayfosindo Production .....	37
Gambar 4. 6 Portofolio dan Brand Yang Bekerjasama Dengan Nayfosindo Production .....	39
Gambar 4. 7 Gambaran Salah Satu <i>Shot</i> Produk Marjan .....	43
Gambar 4. 8 Koherensi Material Latar Tempat Pada Episode 2 “Berbuka Penuh Harapan” .	53
Gambar 4. 9 Koherensi Material Kostum Pada Episode 2 “Berbuka Penuh Harapan” .....	54
Gambar 4. 10 Koherensi Struktural Pada Detik 00:00 – 00:05 Episode 1.....	62
Gambar 4. 11 Koherensi Struktural Pada Detik 00:17 – 00:21 Episode 1.....	63
Gambar 4. 12 Koherensi Struktural Pada Detik 00:47 – 00:56 Episode 1.....	64
Gambar 4. 13 Koherensi Material Pada Detik 00:00 dan 00:33 Episode 1 .....	65
Gambar 4. 14 Koherensi Karakterologis Pada Detik 00:12 Episode 1.....	68
Gambar 4. 15 Arca Dewi Sri .....	69
Gambar 4. 16 Kala Wereng dan Koherensi Karakterologis Pada Detik 00:51 Episode 1 .....	70
Gambar 4. 17 Koherensi Karakterologis Pada Detik 00:14 dan 00:33 Episode 1 .....	71
Gambar 4. 18 Koherensi Struktural Pada Detik 00:00 dan 00:46 Episode 2.....	72
Gambar 4. 19 Koherensi Struktural Pada Detik 00:51 - 00:57 Episode 2 .....	73
Gambar 4. 20 Koherensi Material Pada Detik 00:00 dan 00:17 Episode 2 .....	74
Gambar 4. 21 Koherensi Material Pada Detik 00:43 – 00:45 Episode 2 .....	75
Gambar 4. 22 Memedi Sawah dan Koherensi Karakterologis Pada Detik 00:20 dan 00:23 Episode 2.....	76
Gambar 4. 23 Koherensi Karakterologis Pada Detik 00:19 Episode 2 dan Detik 6:37 “BTS Iklan Marjan 2022 (PART 1)” .....	78
Gambar 4. 24 Koherensi Struktural Pada Detik 00:03 – 00:04 Episode 3.....	80
Gambar 4. 25 Koherensi Material Pada Detik 00:58 – 1:01 Episode 3 .....	81
Gambar 4. 26 Koherensi Material Pada Detik 00:19 Episode 3 dan Detik 2:00 “BTS Iklan Marjan 2022 (PART 1)” .....	82
Gambar 4. 27 Koherensi Material Pada Detik 00:35 Episode 3 .....	83
Gambar 4. 28 Koherensi Karakterologis dan <i>Fidelity</i> Pada Detik 00:31 – 00:32 Episode 3 ...	84
Gambar 4. 29 Koherensi Karakterologis dan <i>Fidelity</i> Pada Detik 00:30 dan 1:08 Episode 3 ..	85
Gambar 4. 30 Prinsip <i>Fidelity</i> /Kebenaran Pada Detik 1:01 dan 1:10 12 Episode 3 .....	89

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Perbandingan Hasil Penelitian (Sumber: Peneliti)..... 19

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep..... 29