

**Komodifikasi Petualangan dan *Humblebragging*: Analisis
Semiotik Roland Barthes Pada Iklan Koper *Globe-Trotter by le
FLEUR****

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata –
1 Ilmu Komunikasi**



William Johanes

1211923007

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

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 : William Johanes Sahat Martua

NIM : 1211923007

Jakarta, 23 Januari 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping letters and lines, representing the name William Johanes.

William Johanes

Halaman Pengesahan

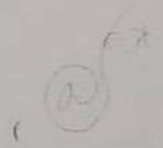
HALAMAN PERSETUJUAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : William Johannes Sahat Martua
NIM : 1211923007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Komodifikasi Petualangan dan *Humblebragging*: Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Koper *Globe-Trotter by le FLEUR**

Telah berhasil menyelesaikan revisi skripsi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A. ()

Pembahas I : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. ()

Pembahas I : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 15 Januari 2025

Ungkapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi sebagai Tugas Akhir. Tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat utama dalam menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, bantuan, bimbingan, dan panduan ilmu yang tak henti didapat dari berbagai pihak terkait. Ucapan terima kasih ini ditunjukkan kepada:

1. Keluarga dan kerabat—Terutama kepada opung pulomas, ibu, adik, juga Bou Evi dan Bou Erica yang sudah mau memberikan dukungan, kesabaran, serta doa yang tak kunjung henti kepada penulis agar pada akhirnya berhasil menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu. Penulis sangat bersyukur atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak-pihak tersebut untuk menebus kegagalan pada tahun-tahun sebelumnya. *I am truly blessed with wonderful women in my life.*
2. Dosen Pembimbing—Miss Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A. yang secara tiba-tiba menawarkan kesempatan kepada saya di tengah kelas *offline* suatu hari di kampus. Terima kasih atas kesempatan dan dorongan serta dukungan untuk mengkaji sebuah iklan koper dari musisi favorit penulis. Ditambah lagi dengan metode analisis semiotik Barthes, seorang yang melihat hal yang sama terhadap dunia gulat seperti penulis.
3. Seluruh dosen penguji yang sudah mau meluangkan waktunya untuk membaca dan memberikan kritik dan masukan kepada skripsi penulis. Saran dan masukan dari dosen penguji membantu penulis untuk lebih menyadari cara untuk menyederhanakan suatu tulisan ilmiah yang kelak akan berguna dalam penelitian-penelitian berikutnya.
4. Kepada awak-awak triangulator—Basboi dan Galih. Terima kasih karena *klen* sudah membantu penulis dengan bersedia menjadi narasumber triangulator. Berkat *klen* inilah penulis bisa menganalisa dari aspek segi musik, pemasaran, sinema, dan narasi.

5. Kepada anak-anak Pasar Minggu—Yos dan Adib, yang kerap mendukung dengan keberadaan mereka di tengah-tengah kejengahan dalam melihat iklan koper secara berulang-ulang kali. Serta penulis sangat berterima kasih kepada sesi *nongkrong* di Studio Rebah (*forever*) atau ketika mampir. Meski tujuan awalnya untuk melihat penulisan skripsi, namun kerap kali berakhir di ring *Fight Night 3* atau juga di *Arabasta-nya One Piece: Grand Battle 2* atau hanya sekedar mendengarkan musik yang mencengangkan atau yang *super swag*.
6. *To my beloved*—Zahra. Penulis memiliki kesulitan dalam menjelaskan betapa bersyukurnya ketika dihujani dukungan dan doa. Baik dalam membantu merapihkan *navigation pane* dalam Microsoft Word, bahkan sampai menemani ketika sedang bergumul dengan pikiran sendiri ketika menghadapi proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada tiap pihak yang meluangkan waktunya untuk membaca skripsi ini. Penulis tidak tahu betapa bersyukurnya ketika buah pikiran dari penelitian ini dibaca dan semoga saja berguna untuk kepentingan akademik yang membaca atau sekedar menambah pengetahuan dari para pembaca.

Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada musik, sebagai sarana yang membantu dan menemani penulis dalam dan selama penelitian ini. Terakhir penulis tentunya mengucapkan berterima kasih kepada diri sendiri yang pada akhirnya mau dan berhasil menyelesaikan apa yang ia sudah mulai. *It is worth to see what lies beyond the struggles*. Penulis sangat berharap jika tulisan ini berguna kelak untuk dunia akademik.

Jakarta, 23 Januari 2025



William Johanes

Halaman Persetujuan Publikasi

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

Nama : William Johannes Sahat Martua
NIM : 1211923007
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 (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Komodifikasi Petualangan dan Humblebragging: Analisis Semiotik Roland Barthes pada Iklan Koper Globe-Trotter by le FLEUR*

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.

Jakarta, 23 Januari 2025



William Johannes

Komodifikasi Petualangan dan *Humblebragging*: Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Koper *Globe-Trotter by le FLEUR**

William Johanes

Abstrak

Kolaborasi antara *brand* dari musisi Tyler, The Creator yaitu *GOLF le FLEUR** dengan *brand* produsen koper ikonik asal Inggris yaitu *Globe-Trotter*; dapat dilihat pada iklan *Globe-Trotter by le FLEUR**. Keunikan yang ditawarkan pada narasi petualangan dan dibungkus dalam *humblebragging* menjadi daya tarik peneliti untuk menganalisa iklan tersebut dengan semiotik Roland Barthes. Dengan konsep *humblebragging* (Paramita & Septianto, 2021) yang membungkus konsep utama iklan, dan petualangan (Ingman, 2017) yang dikomodifikasi—ditemukan oleh peneliti menggunakan pendekatan analisis Roland Barthes. Penelitian kualitatif ini menemukan hasil berupa makna denotatif, makna konotatif, dan mitos pada *scene* di iklan. Serta melihat bagaimana *humblebragging* diimplementasikan. Dari hasil analisa makna konotatif petualangan yang didapat, peneliti menemukan adanya mitos ‘harapan’ dari Tyler Okonma; budaya kulit hitam, keluarga, dan batasan yang ditembus.

Kata kunci: Iklan, *GOLF le FLEUR**, *Globe-Trotter*, Semiotik, Barthes, *Humblebragging*, Petualangan, Mitos

**Commodification of Adventure and Humblebragging:
Roland Barthes' Semiotic Analysis of Globe-Trotter by le FLEUR* Suitcase
Advertisement**

William Johanes

Abstract

Collaboration between a brand from musician Tyler, The Creator named GOLF le FLEUR with an iconic luggage producer from England named Globe-Trotter, could be seen on the advertisement Globe-Trotter by le FLEUR*. The uniqueness offered from adventure narrative molded with humblebragging became what intrigues the author to analyze aforementioned advertisement with Roland Barthes' semiotics. With concepts of humblebragging (Paramita & Septianto, 2021), and adventure (Ingman, 2017) which being commodified—author finds them using Roland Barthes' semiotics approach. This qualitative research founds results such as denotative meanings, connotative meanings, and myths from scenes. Exploring how humblebragging implemented. From the analysis of connotative meanings of adventure, author finds myths such as 'hopes' from Tyler Okonma, black skin culture, family, and breaking through limits.*

Keywords: Advertisement, GOLF le FLEUR, Globe-Trotter, Semiotics, Barthes, Humblebragging, Adventure, Myths*

Daftar Isi

Halaman Pernyataan Keorisinalitasan.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ungkapan Terima Kasih.....	iii
Halaman Persetujuan Publikasi.....	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
2.1 Konsep yang Relevan.....	8
2.1.1 Iklan dalam Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 <i>Humblebragging</i> : Merendah untuk Meroket	10
2.1.3 Petualangan: Hasrat Mencari Pengalaman.....	11
2.1.4 Komodifikasi: Konsep yang Dijual.....	12
2.1.5 Semiotika: Tanda, Penanda dan Makna	14

2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III	22
3.1 Desain dan Pendekatan	22
3.2 Objek Penelitian.....	23
3.3 Pengumpulan Data	23
3.3.1 Data Primer	24
3.3.2 Data Sekunder	24
3.4 Analisis Data	25
3.5 Triangulasi Data	26
3.5.1 Subjek Triangulator.....	27
3.6 Operasionalisasi Konsep	29
BAB IV	33
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	33
4.1.1 Sang Pencipta dan Ciptaanya.....	33
4.1.2 Tentang GOLF le FLEUR*	40
4.1.3 Tentang Globe-Trotter	43
4.1.4 Derapan: Langkah Mewah Globe-Trotter dan Le FLEUR*	45
4.1.3 Iklan koper Globe-Trotter by le FLEUR*	47
4.1.4 Pemeran Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	50
4.2 Penyajian Data	52
4.2.1 Analisis Semiotika: Makna Denotatif dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	53
4.2.2 Analisis Semiotika: Makna Konotatif dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	59

4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	62
4.3.1 <i>Humblebragging</i> sebagai Topeng.....	62
4.3.2 Komodifikasi Dibalik Petualangan Baudelaire.....	66
BAB V.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	71
5.3 Saran dan Implikasi.....	72
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	72
5.3.2 Saran Untuk Industri Periklanan	72
Daftar Pustaka	74
Lampiran	84
Lampiran 1. Tabel Analisis Semiotika <i>Humblebragging</i> Melalui <i>Scene</i> dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	84
Scene 1	84
Scene 2	86
Scene 3	89
Scene 4	93
Scene 5	96
Scene 6	98
Scene 7	101
Scene 8	105
Scene 9	108
Scene 10	111
Scene 11	114
Scene 12	117

Scene 13	119
Scene 14	120
Scene 15	121
Lampiran 2. Transkrip Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	123
Lampiran 3. Analisis Semiotika: Makna Konotasi umum dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	128
Lampiran 4. Analisis Semiotika: Makna Konotasi <i>Humblebragging</i> dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	131
Lampiran 5. Analisis Semiotika: Makna Konotasi Petualangan dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	135
Lampiran 6. Analisis Semiotika: Mitos dalam Iklan Koper <i>Globe-Trotter by le FLEUR*</i>	138
Lampiran 7. Transkrip Wawancara dengan Basboi.....	142
Lampiran 8. Transkrip Wawancara dengan Galih Pramuditho	146
Lampiran 9. Daftar Pertanyaan untuk Narasumber Triangulator.....	151

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Kerangka pikir mitos dan konotasi oleh Barthes 15

Gambar 2. 2 Proses terciptanya mitos 16

Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran 21

Gambar 4. 1 Tweet komedik nan offensive ala Tyler 33

Gambar 4. 2 Screenshot Tyler dan tweet-nya tentang Grammy 34

Gambar 4. 3 Cover Album CALL ME IF YOU GET LOST (2021) 36

Gambar 4. 4 Kematian 3 Alter ego-nya Tyler..... 38

Gambar 4. 5 Tyler memunculkan (hampir) semua Alter ego-nya yang pada akhirnya mati/dihilangkan..... 39

Gambar 4. 6 Cover album CMIYGL: The Estate Sale menampilkan lukisan Tyler Baudelaire dalam perjalanannya 40

Gambar 4. 7 Logo GOLF le FLEUR* 41

Gambar 4. 8 Toko fisik “a store by le FLEUR*” di Washington Blvd, California 41

Gambar 4. 9 Toko le FLEUR* di Malibu, California..... 42

Gambar 4. 10 Kolaborasi Converse dan le FLEUR* Chuck 70 Python Blue 42

Gambar 4. 11 Koleksi set perlengkapan kamar oleh le FLEUR* 43

Gambar 4. 12 Logo Globe-Trotter 44

Gambar 4. 13 Ilustrasi tes kekuatan koper Globe-Trotter terhadap berat gajah yang mencapai 1 ton..... 44

Gambar 4. 14 Koleksi set trunk dengan desain oleh Tyler dalam rangka kolaborasi antara le FLEUR* dan Globe-Trotter 46

Gambar 4. 15 GOLF le FLEUR* London Square, Small Attaché, dan Suitcase 47

Gambar 4. 16 Thumbnail Iklan Koper Globe-Trotter by le FLEUR* oleh Tyler Okonma 48

Gambar 4. 17 Tampilan produk pada Iklan Koper Globe-Trotter by le FLEUR*49

Gambar 4. 18 Foto Tyler Okonma aka Tyler, The Creator saat ditangkap usai konser di festival SXSW (South by South West) sebagai terduga pemicu kericuhan 50

Gambar 4. 19 Cuplikan Iklan Koper Globe-Trotter by le FLEUR* saat Tyler Baudelaire di Tokyo 51

Gambar 4. 20 *Scene 1*—Surat yang sedang dibaca oleh Benjamin..... 53

Gambar 4. 21 *Scene 3*—Tyler Baudelaire sedang memutar koleksi piringan hitam sebagai DJ (Sumber: Peneliti)..... 54

Gambar 4. 22 *Scene 6*—Saat Tyler Baudelaire di Gurun Sahara (Sumber: Peneliti) 55

Gambar 4. 23 *Scene 8*—Tyler Baudelaire sedang berdansa dengan seorang wanita di hotel di Tuscany (Sumber: Peneliti) 56

Gambar 4. 24 *Scene 11*—Tyler Baudelaire sedang melakukan transaksi di Moscow (Sumber: Peneliti) 57

Gambar 4. 25 *Scene 12*—Benjamin Baudelaire yang hendak pergi setelah membaca surat dari ayahnya (Sumber: Peneliti)..... 58

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Jenis tanda oleh Barthes..... 15

Tabel 2. 2 Penelitian Sebelumnya..... 20

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep..... 32