

**ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA PENGGUNAAN
TANDA DI HALAMAN AWAL *WEBSITE* UNIVERSITAS
BAKRIE DALAM RANGKA *DIGITAL BRAND ENGAGEMENT***

TUGAS AKHIR



**AZZARUL MUBBIN
1111003018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
JULI 2015**

**ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA PENGGUNAAN
TANDA DI HALAMAN AWAL *WEBSITE* UNIVERSITAS
BAKRIE DALAM RANGKA *DIGITAL BRAND ENGAGEMENT***

TUGAS AKHIR

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



**AZZARUL MUBBIN
1111003018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
JULI 2015**

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 : Azzarul Mubbin

NIM : 1111003018

Tanda Tangan :

Tanggal : 23 Juli 2015

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

**ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA PENGGUNAAN TANDA DI
HALAMAN AWAL *WEBSITE* UNIVERSITAS BAKRIE DALAM
RANGKA *DIGITAL BRAND ENGAGEMENT***

Disusun Oleh:

Azzarul Mubbin

1111003018

Jakarta, 23 Juni 2015

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi

(Dr. Tuti Widiastuti, M. Si)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Azzarul Mubbin

NIM : 1111003018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultasi : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA
PENGUNAAN TANDA DI HALAMAN AWAL
WEBSITE UNIVERSITAS BAKRIE DALAM RANGKA
DIGITAL BRAND ENGAGEMENT

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 : Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si.

Penguji 1 : Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si.

Penguji 2 : Dessy Kania, B.A., M.A.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Juli 2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia yang diberikan Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Semiotika Peirce Pada Penggunaan Tanda Di Halaman Awal Website Universitas Bakrie Dalam Rangka *Digital Brand Engagement*”** ini dengan baik.

Tujuan penulisan skripsi ini sendiri adalah sebagai syarat kelengkapan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Peminatan Komunikasi Pemasaran Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada,

1. Ibu Rofiah dan Bapak Sahid, kedua orang tua penulis yang telah mendidik penulis selama ini dengan penuh kasih sayang tanpa batas dan selalu mendukung langkah penulis dengan penuh kebijaksanaan.
2. Afiq Mahyudin, Arif Mujahidin dan Siti Istiqomah, untuk semua bantuan dan dukungannya.
3. Universitas Bakrie, atas kesempatan untuk menempuh pendidikan melalui Beasiswa Unggulannya,
4. Ibu Suhariyanti, M.S.M, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie sekaligus sebagai dosen pembimbing magang penulis.
5. Ibu Dra. Tuti Widiastuti, selaku pembimbing akademik penulis sekaligus pembimbing skripsi yang selalu memberikan motivasi dan masukan berharga bagi penulis.
6. Bapak Doddy Suryadi, S.Sos., M.I.Kom., Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Universitas Bakrie, yang telah memberikan kesempatan untuk

merasakan pengalaman dan belajar, serta berbagi ilmu di Bagian Humas Universitas Bakrie.

7. Kepada Ilfi Roihan Matondang, yang memberi banyak memberikan dukungan dalam berbagai hal selama penulisan skripsi ini.
8. Kepada Mbak Ginar Ayuningtyas & Mas Riskiansyah telah banyak membantu penulis.
9. Keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, dosen-dosen, Bapak Bambang Sukma Wijaya, Ibu Dian Putri, Ibu Dessy Kania, Ibu Mirana Hanatasia, Mas Aryo Subarkah, Bapak Pandit Sumawinata, staff, kakak-kakak 2010, dan adik-adik 2012, 2013 dan 2014.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie angkatan 2011, yang telah berbagi semangat dan kerjasama dalam tiap tahapan kuliah penulis.
11. Teman-teman Peminatan Komunikasi Pemasaran Program Studi Ilmu Komunikasi 2011.
12. Kepada Kak Sintya Winarsih, untuk referensi penulisan skripsi.
13. Kepada Bapak Erwin Airlangga, yang telah memberi masukan dan bimbingan.
14. Teman-teman di tim media sosial Universitas Bakrie untuk dukungan dan kerjasamanya selama ini, ada Abbram, Dita, Thasya, Ilfi, Esa, Afel, Millah, Fika dan Ana.
15. Teman-teman di Peduli Anak Untuk Negeri, Bakrie Center Foundation & Bakrie Untuk Negeri, Ilfi, Arif, Anek, Kak Justika, NJ, Suci, Hasan, Rizka, Cole, Mita, Yenny, Pak Har, Pak Chaerul untuk segenap pengalamannya.
16. Teman-teman di Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2012-2013, Tia-Sasa dan Kadep serta semua anggotanya.

17. Teman-teman, kakak-kakak dan adik-adik di UKMA Jurnalistik Universitas Bakrie, yang memberi banyak pengalaman,
18. Teman-teman di Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Bakrie 2013-2014, Lipo-Lulu dan semua rekan-rekan.
19. Teman-teman di berbagai kepanitiaan, CommCreation, Mbakmi, UBAward & dan *first time ever* Liga Merah Maroon.
20. Segenap teman-teman yang memberikan doa dan semangat, Ike Indra, Rizky Fauzia, & Diana Thasya,
21. Keluarga kecil Tuban di Universitas Bakrie dan di Jakarta, Mas Dodi, Fakhri, Ken, Aden, Apriza dan Eva.
22. Tim lomba di *WOW Case Competition* dan Prahasta Ajisaka, Kang Abdul, Teh Esvy dan Eka, terima kasih untuk pengalamannya.
23. Ibu dan teman-teman Kos TK Arafah beserta guru-guru dan adek-adeknya.
24. Semua pihak yang telah membantu selama kuliah dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga segala kritik, saran, serta masukan sangatlah diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Sebagai penutup, penulis berharap, skripsi ini dapat bermanfaat sebagai rujukan maupun masukan untuk berbagai kepentingan. Terima kasih.

Jakarta, Juli 2015

Penulis,

Azzarul Mubbin

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Azzarul Mubbin
NIM : 1111003018
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 SEMIOTIKA PIERCE PADA PENGGUNAAN TANDA DI HALAMAN AWAL *WEBSITE* UNIVERSITAS BAKRIE DALAM RANGKA *DIGITAL BRAND ENGAGEMENT*”

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 : 23 Juli 2015

Yang menyatakan

(Azzarul Mubbin)

**ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA PENGGUNAAN TANDA DI
HALAMAN AWAL *WEBSITE* UNIVERSITAS BAKRIE DALAM
RANGKA *DIGITAL BRAND ENGAGEMENT***

Azzarul Mubbin¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan *digital media* yang berbasis koneksi internet memberikan banyak perubahan dalam perilaku masyarakat sehari-hari. Perubahan ini juga harus ditanggapi dengan khusus oleh pemasar termasuk dalam aktivitas pemasaran universitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis semiotika Peirce pada penggunaan tanda di halaman awal *website* Universitas Bakrie dalam rangka *digital brand engagement*. Kerangka pemikiran yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah analisis semiotika oleh Charles Sanders Peirce dan digabungkan dengan analisis mengenai *digital brand engagement*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang didapatkan melalui studi pustaka dan wawancara. Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian adalah halaman awal *website* Universitas Bakrie. Narasumber yang dipilih untuk penelitian ini adalah Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Universitas Bakrie dan juga praktisi komunikasi pemasaran. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan tanda pada halaman awal *website* Universitas Bakrie telah mendorong terjadi *engagement* antara *brand* Universitas Bakrie dengan *target audience*-nya pada media *website*. Dari hasil penelitian ini, disarankan untuk dilakukan penelitian yang lebih banyak mengenai *brand engagement* pada media digital dan juga pemasaran pada instansi pendidikan.

Kata kunci: semiotika Peirce, *digital brand engagement*, Universitas Bakrie

¹ Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Peminatan Komunikasi Pemasaran

***PEIRCE SEMIOTIC ANALYSIS IN SIGN USES ON
UNIVERSITAS BAKRIE WEBSITE HOMPAGE IN ORDER FOR
DIGITAL BRAND ENGAGEMENT***

Azzarul Mubbin²

ABSTRACT

This research is on the fact of digital media-based Internet connections development provides many changes in people's behavior every day. This change also has to be addressed by marketers, including the university marketing activities. This study aims to determine how Peirce semiotic analysis in sign uses on Universitas Bakrie website homepage in order for digital brand engagement. The framework used to achieve these objectives is the semiotic analysis by Charles Sanders Peirce and coupled with an analysis of the digital brand engagement. This study use qualitative method obtained through library and interview. The object of this study is Universitas Bakrie website homepage. Resource persons chosen for this study is the Head of Public Relations of Universitas Bakrie and practitioners of marketing communication. The findings in this study indicate that the use of the sign on Universitas Bakrie homepage has driven the engagement occurred between Universitas Bakrie brand with its target audience on the website. From these results, it is advisable to do more research about brand engagement on digital media and marketing in educational institutions.

Keywords: semiotics Peirce, digital brand engagement, Universitas Bakrie

² Student of Universitas Bakrie, Communication Science Major , Marketing Communication Specialized

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iii-iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| ABSTRAK | v-vi |
| DAFTAR ISI | vii-x |
| DAFTAR GAMBAR | xi-xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1-8 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| a. Manfaat Teoritis | 9 |
| b. Manfaat Praktis | 9 |

| | |
|--|---------------|
| BAB II DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN | 10 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 10 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran..... | 16-20 |
| 2.2.2 <i>Online Branding</i> | 20-21 |
| 2.2.3 <i>Digital Brand Engagement</i> | 21-25 |
| 2.2.4 Semiotika Peirce..... | 25-32 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran Analisis Semiotika Peirce Pada Penggunaan Tanda di Halaman Awal <i>Website</i> Universitas bakrie Dalam Rangka <i>Digital Brand Engagement</i> Universitas Bakrie..... | 32-34 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Metode Penelitian | 35 |
| 3.2 Objek Penelitian..... | 35-38 |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.3.1 Sumber Data Premier Dan Sekunder | 38 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 39-40 |
| 3.4 Definisi Konseptual Dan Operasionalisasi Konsep | 40-43 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 43-44 |
| 3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data | 44 |
| 3.7 Keterbatasan Penelitian..... | 45 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| 4.1 Profil Universitas Bakrie..... | 46 |
| 4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan | 46-50 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi Universitas Bakrie..... | 51 |
| 4.1.3 Bidang-Bidang Kerja / <i>Job Description</i> Dan Batasan Kerja..... | 52-58 |
| 4.1.4 <i>Website</i> Universitas Bakrie | 58 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 59 |
| 4.2.1 Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 59-79 |
| 4.2.2 Lingkup Mikro Penggunaan Tanda Di Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie Dalam Rangka <i>Digital Brand Engagement</i> | 79-80 |
| 4.2.3 Lingkup Meso Penggunaan Tanda Di Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie Dalam Rangka <i>Digital Brand Engagement</i> | 80-83 |
| 4.2.4 Lingkup Makro Penggunaan Tanda Di Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie Dalam Rangka <i>Digital Brand Engagement</i> | 83-85 |
| 4.3 Pembahasan..... | 85 |
| 4.3.1 Analisis Charles Sanders Peirce Pada Tampilan Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 86-100 |
| 4.3.2 Penggunaan Tanda Pada Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie Dalam Rangka <i>Digital Brand</i> <i>Engagement</i> | 100-110 |

| | |
|-------------------------------|---------|
| BAB V KESIMPULAN | 111 |
| 5.1 Simpulan | 111 |
| 5.2 Saran | 111 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 111-112 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 112 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 113-116 |
| | |
| LAMPIRAN | 117-128 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|-----|
| Gambar 1.1 | Peningkatan Jumlah Pengguna Internet Tahun 1998-2012..... | 2 |
| Gambar 1.2 | Pemanfaatan Internet Menyangkut Industri & Rumah Tangga / Perorangan..... | 3 |
| Gambar 1.3 | <i>Consumer Decision Process (CDP) Model</i> | 4 |
| Gambar 1.4 | Data Usia Pengguna Internet Indonesia 2012 | 6 |
| Gambar 2.1 | <i>4Ps of Marketing</i> | 17 |
| Gambar 2.2 | Distribusi Kategori Pada Struktur Triadik Pierce | 27 |
| Gambar 3.1 | <i>Screenshot</i> Bagian <i>Header</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 36 |
| Gambar 3.2 | <i>Screenshot</i> Bagian <i>Body</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 37 |
| Gambar 3.3 | <i>Screenshot</i> Bagian <i>Footer</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 38 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi Universitas Bakrie..... | 51 |
| Gambar 4.2 | <i>Screenshot</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie versi <i>Desktop</i> | 59 |
| Gambar 4.3 | <i>Screenshot</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie versi <i>Mobile</i> | 60 |
| Gambar 4.4 | <i>Header</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 62 |
| Gambar 4.5 | <i>Header</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie Dengan <i>Fitur Pealing Page</i> | 62 |
| Gambar 4.6 | <i>Body</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie..... | 68 |
| Gambar 4.7 | <i>Footer</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 75 |
| Gambar 4.8 | Posisi Logo Pada <i>Header</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 102 |
| Gambar 4.9 | Penggunaan Warna Maroon Pada <i>Header</i> | 103 |
| Gambar 4.10 | Penggunaan Warna Maroon Pada <i>Footer</i> | 103 |
| Gambar 4.11 | Penggunaan Warna Abu-Abu Pada <i>Fitur</i> | 104 |
| Gambar 4.12 | Gambar Grafik pada <i>Image Slider</i> | 106 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| Gambar 4.13 | Gambar Mahasiswa pada <i>Image Slider</i> | 106 |
| Gambar 4.14 | Gambar Mahasiswa pada Testimoni | 108 |
| Gambar 4.15 | Gambar Fitur <i>Peeling Page</i> Sebelum Digunakan | 109 |
| Gambar 4.16 | Gambar Fitur <i>Peeling Page</i> Setelah Digunakan | 109 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|-------|
| Tabel 2.1 | Daftar Penelitian Sebelumnya..... | 13 |
| Tabel 2.1 | Tabel Hubungan antara Tanda dan Sumber Acuannya..... | 29 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Konsep <i>Digital Brand Engagement</i> | 41-43 |
| Tabel 3.2 | Tabulasi Silang Sistem Triadik Semiotika Pierce | 43 |
| Tabel 4.1 | Deskripsi Tampilan <i>Header</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 63-67 |
| Tabel 4.2 | Deskripsi Tampilan <i>Body</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 69-74 |
| Tabel 4.3 | Deskripsi Tampilan <i>Footer</i> Halaman Awal <i>Website</i> Universitas Bakrie | 76-79 |
| Tabel 4.4 | Analisis Peirce Pada Bagian <i>Header</i> | 86-89 |
| Tabel 4.5 | Analisis Peirce Pada Bagian <i>Body</i> | 90-92 |
| Tabel 4.6 | Analisis Peirce Pada Bagian <i>Footer</i> | 93-95 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|---------|
| LAMPIRAN 1 Pedoman Wawancara | 126-130 |
| LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara | 131-137 |