

**REPRESENTASI PROMOSI WISATA LOKAL DALAM
IKLAN YOU-C1000 VITAMIN DRINK VERSI 'LIBURAN'
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**



**RAPHITA RAM FEBRIANI TURNIP
18.M1.0150**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

**REPRESENTASI PROMOSI WISATA LOKAL DALAM
IKLAN YOU-C1000 VITAMIN DRINK VERSI ‘LIBURAN’
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



RAPHITA RAM FEBRIANI TURNIP
18.M1.0150

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

**REPRESENTATION OF LOCAL TOURISM PROMOTIONS IN
ADVERTISEMENTS YOU-C1000 VITAMIN DRINK 'HOLIDAY' VERSION**

(Analysis Semiotika Charles Sanders Peirce)

Raphita Ram Febriani Turnip
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

ABSTRACT

One of the things that is able to attract the attention of the audience from the 'Holiday' version of the You-C1000 Vitamin Drink advertisement this time is that this advertisement also promotes local tourism in Indonesia, precisely in Lombok. This linkage shows the existence of a symbiosis of mutualism between commercial products and the tourism sector. This strategy aims to introduce the beauty of local tourism in Lombok to the general public. The representation displayed in the advertisement reflects the combination of natural beauty and cultural traditions of Lombok which can be expressed using the concept of Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. This research approach uses a qualitative descriptive research method. The primary data is in the form of four images from the scene footage contained in the advertisement. The image in the advertisement depicts the combination of the beauty of Lombok both in terms of its natural tourism and Lombok's typical cultural traditions. The secondary data is in the form of a literature study. The data collection technique is the observation of the four selected images and literature studies. Data analysis and interpretation techniques: selecting four images, reducing the data and analyzing using the trichotomy concept of Peirce's triadic triangle sign and then interpreted. Peirce's semiotics reveal a social message based on the four images in the ad that represent the promotion of Lombok's local tourism. The results of the study show that the signs in the advertisement can be analyzed using Charles Sanders Peirce's semiotic theory. The visualization of the images in the advertisement also reveals the social message of the beauty of Lombok's local tourism and the social message in the storyline of the advertisement is expressed through the images in the advertisement.

Keywords: Promoted, Semiotika Charles Sanders Peirce, Representation, Object, Performer

**REPRESENTASI PROMOSI WISATA LOKAL DALAM IKLAN
YOU-C1000 VITAMIN DRINK VERSI ‘LIBURAN’
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**

Raphita Ram Febriani Turnip
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata

ABSTRAK

Salah satu hal yang mampu menarik perhatian penonton dari iklan You-C1000 Vitamin Drink versi ‘Liburan’ kali ini adalah iklan ini juga mempromosikan wisata lokal yang ada di Indonesia tepatnya di Lombok. Keterkaitan ini menunjukkan adanya simbiosis mutualisme antara produk komersial dengan sektor pariwisata. Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan keindahan wisata lokal yang ada di Lombok kepada khalayak umum. Representasi yang ditampilkan dalam iklan tersebut mencerminkan perpaduan keindahan alam dan tradisi kebudayaan Lombok yang dapat diungkapkan maknanya menggunakan konsep analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data primernya berupa keempat gambar dari cuplikan adegan yang terdapat dalam iklan tersebut. Gambar dalam iklan tersebut menggambarkan perpaduan keindahan Lombok baik dari segi wisata alamnya maupun tradisi kebudayaan khas Lombok. Data sekundernya berupa studi literatur. Teknik pengumpulan data yaitu observasi keempat gambar yang telah dipilih dan studi pustaka. Teknik analisis dan interpretasi data: memilih empat gambar, mereduksi data dan menganalisis menggunakan konsep trikotomi tanda segitiga triadik Peirce lalu diinterpretasikan. Semiotika Peirce mengungkapkan pesan sosial berdasarkan dari keempat gambar dalam iklan tersebut yang merepresentasikan promosi wisata lokal Lombok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanda-tanda dalam iklan tersebut dapat dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Visualisasi gambar dalam iklan tersebut juga mengungkapkan pesan sosial akan keindahan wisata lokal Lombok serta pesan sosial dalam alur cerita iklan tersebut diungkapkan melalui gambar-gambar yang ada dalam iklan tersebut.

Kata Kunci: Promosi, Semiotika Charles Sanders Peirce, Representament, Object, Interpretant