

**MAKNA DALAM IKLAN *EDEKA WEIHNACHTSWERBUNG 2022*
“ZUSAMMEN WIRD’S EIN FEST. FEST VERSPROCHEN” MELALUI
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**



Intelligentia - Dignitas

**Disusun oleh:
Adinda Rika Putri Anggoro
1203620046**

SKRIPSI

Skripsi yang diajukan kepada Universitas Negeri Jakarta untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

PRODI PENDIDIKAN BAHASA JERMAN

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

AGUSTUS 2026

LEMBAR PENGESAHAN

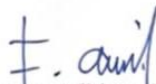
Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Adinda Rika Putri Anggoro
No. Registrasi : 1203620046
Program Studi : Pendidikan Bahasa Jerman
Fakultas : Bahasa dan Seni
Judul Skripsi : Makna dalam Iklan EDEKA Weihnachtswerbung 2022
"Zusammen wird's ein Fest. Fest Versprochen." Melalui
Semiotika Roland Barthes

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta

Dewan Penguji

Pembimbing I


Fauzan Adhima, M.Pd
NIP. 199107042019031019

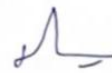
Pembimbing II


Dr. Ellychristina D.H., M.Pd
NIP. 196112231986032002

Penguji I


Astri Nurdiani, M.Li
NIP. 199705222024062001

Penguji II


Dra. Santiah, M.Pd
NIP. 196407081993032001

Jakarta, Agustus 2026

Dekan Fakultas Bahasa dan Seni



Dr. Samsi Setiadi, M.Pd
NIP. 199710082005011002

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Rika Putri Anggoro
No. Registrasi : 1203620046
Program Studi : Pendidikan Bahasa Jerman
Fakultas : Bahasa dan Seni
Judul Skripsi : Makna dalam Iklan EDEKA Weihnachtswerbung 2022
"Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen." Melalui
Semiotika Roland Barthes

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta, apabila terbukti saya melakukan tindakan plagiat.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2026



Adinda Rika Putri Anggoro

No. Reg. 1203620046



MENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adinda Rika Putri Anggoro
NIM : 1203620046
Fakultas/Prodi : Fakultas Bahasa dan Seni / Pendidikan Bahasa Jerman
Alamat email : adindarika30@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Makna dalam Iklan EDEKA Weihnachtswerbung 2022 "Zusammen wird's ein Fest.
Fest versprochen." Melalui Semiotika Roland Barthes

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2026

Penulis

Adinda Rika Putri A

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Makna dalam Iklan EDEKA *Weihnachtswerbung* 2022: „Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen” melalui Semiotika Roland Barthes" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti memperoleh banyak dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Fauzan Adhima, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I serta selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman dan Ibu Dr. Ellychristina D. Hutubessy, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, saran, kritik, serta motivasi kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dra. Erna Triswantini, M.Pd. selaku Penasihat Akademik serta seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, bimbingan, serta dukungan selama peneliti menempuh pendidikan.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga peneliti sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, keluarga, serta teman-teman yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan bagi pembaca, serta menjadi pembanding bagi penelitian

selanjutnya, khususnya dalam bidang semiotika, analisis iklan, dan kajian bahasa Jerman.

Jakarta, Juli 2026

Adinda Rika Putri Anggoro



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ZUSAMMENFASSUNG	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Keaslian Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Deskripsi Teoretis	10
2.1.1 Pengertian dan Fungsi Iklan.....	10
2.1.2 Semiotika Roland Barthes.....	13
2.1.3 Makna dalam Iklan.....	18
2.2 Kajian Penelitian Relevan	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24

3.1	Metode Penelitian.....	24
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.3	Prosedur Penelitian.....	24
3.4	Data dan Sumber Data	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		30
4.1	Analisis Data	30
4.2	Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN.....		103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Adegan 1	30
Gambar 4.2 Adegan 2	33
Gambar 4.3 Adegan 3	37
Gambar 4.4 Adegan 4	41
Gambar 4.5 Adegan 5	45
Gambar 4.6 Adegan 6	49
Gambar 4.7 Adegan 7	53
Gambar 4.8 Adegan 8	59
Gambar 4.9 Adegan 9	64
Gambar 4.10 Adegan 10	69
Gambar 4.11 Adegan 11	74
Gambar 4.12 Adegan 12	79
Gambar 4.13 Adegan 13	84
Gambar 4.14 Adegan 14	89



ABSTRAK

ADINDA RIKA PUTRI ANGGORO. Makna dalam Iklan EDEKA *Weihnachtswerbung 2022: „Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen“* melalui Semiotika Roland Barthes. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Jakarta. 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna dalam iklan EDEKA *Weihnachtswerbung 2022: „Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen“* yang diambil dari kanal *YouTube* resmi EDEKA. Teori analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika Roland Barthes yang meliputi makna denotasi, konotasi, dan mitos. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan dokumentasi. Teori analisis yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes. Data penelitian adalah 14 adegan yang mengandung makna denotasi, konotasi dan mitos sesuai teori Roland Barthes dalam iklan EDEKA.

Hasil penelitian menunjukkan makna denotasi dalam iklan digambarkan melalui kisah seorang ibu dan anak yang akhirnya memutuskan merayakan Natal bersama para petugas pemadam kebakaran yang tetap bekerja pada malam Natal. Makna konotasi ditunjukkan melalui adegan persiapan menyambut Natal, percakapan serta aktivitas yang dilakukan antara ibu dan anak, serta keputusan mereka untuk merayakan Natal bersama para petugas pemadam kebakaran yang menggambarkan nilai-nilai keluarga, kebersamaan, kepedulian, dan kemanusiaan. Pada mitos, makna dibangun melalui adegan perayaan Natal bersama para petugas pemadam kebakaran yang menunjukkan perluasan makna tentang perayaan Natal. Natal tidak hanya dipahami sebagai perayaan yang dirayakan bersama keluarga, tetapi juga dapat dirayakan bersama orang-orang di sekitar atau orang-orang terdekat sebagai bentuk kebersamaan dan kepedulian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa makna dalam iklan EDEKA dapat dijelaskan dengan teori semiotika Roland Barthes yaitu denotasi, konotasi, dan mitos yang ditunjukkan melalui tanda-tanda verbal dan visual yang menggambarkan nilai-nilai keluarga, kebersamaan, kepedulian, dan kemanusiaan.

Kata kunci: Makna, Semiotika Roland Barthes, Iklan EDEKA.

ABSTRACT

ADINDA RIKA PUTRI ANGGORO. Meaning in EDEKA's 2022 Christmas Advertisement “Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen” through Roland Barthes' Semiotics. Undergraduate Thesis. Jakarta: German Language Education Study Program, Faculty of Languages and Arts, Universitas Negeri Jakarta. 2026.

This study aims to describe the meaning in EDEKA's 2022 Christmas advertisement “Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen”, taken from EDEKA's official YouTube channel. This study employs Roland Barthes' semiotic theory, which includes denotative, connotative, and mythical meanings. A descriptive qualitative method was used, with observation and documentation as data collection techniques. The analytical framework applied in this study is Roland Barthes' semiotic theory. The data consist of 14 scenes containing denotative, connotative, and mythical meanings based on Roland Barthes' theory in the EDEKA advertisement.

The findings show that the denotative meaning in the advertisement is depicted through the story of a mother and her child who eventually decide to celebrate Christmas with firefighters who remain on duty on Christmas Eve. The connotative meaning is conveyed through scenes of Christmas preparations, conversations and activities between the mother and child, as well as their decision to celebrate Christmas with the firefighters, which reflect the values of family, togetherness, care, and humanity. At the mythical level, meaning is constructed through scenes of celebrating Christmas with the firefighters, which broaden the meaning of Christmas celebration. Christmas is understood not only as a celebration shared with family, but also as a celebration that can be shared with people around us or those closest to us as a form of togetherness and care.

Based on the findings, it can be concluded that the meanings in the EDEKA advertisement can be explained through Roland Barthes' semiotic theory of denotation, connotation, and myth, as represented through verbal and visual signs that reflect the values of family, togetherness, care, and humanity.

Keywords: Meaning, Roland Barthes' Semiotics, EDEKA Advertisement.

ZUSAMMENFASSUNG

ADINDA RIKA PUTRI ANGGORO. 2026. Die Bedeutung in der EDEKA Weihnachtswerbung 2022 „Zusammen wird's ein Fest. Fest versprochen“ anhand der Semiotik von Roland Barthes. Eine wissenschaftliche Abschlussarbeit zur Erlangung des Titels Sarjana Pendidikan. Deutschabteilung der Sprach und Kunstfakultät. Universitas Negeri Jakarta.

Werbung ist ein wichtiges Kommunikationsmittel. Werbung dient nicht nur dazu, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen, sondern auch dazu, Informationen, Gefühle und Botschaften zu vermitteln. Durch Bilder, Sprache, Musik, Gestik und Mimik können verschiedene Bedeutungen entstehen. Deshalb kann Werbung nicht nur aus der Sicht des Marketings, sondern auch aus der Sicht der Semiotik untersucht werden. Roland Barthes erklärt, dass die Bedeutung eines Zeichens durch Denotation, Konnotation und Mythos erklärt werden kann. Die Denotation beschreibt die wörtliche Bedeutung eines Zeichens. Die Konnotation zeigt die zusätzliche Bedeutung, die durch Gefühle, Erfahrungen oder kulturelle Werte entsteht. Der Mythos beschreibt gesellschaftliche Vorstellungen oder kulturelle Werte, die von vielen Menschen als selbstverständlich angesehen werden. Mit dieser Theorie kann die Bedeutung einer Werbung beschrieben werden. Besonders Weihnachtswerbungen zeigen oft Werte wie Familie, Zusammenhalt und Fürsorge. In Deutschland wird Weihnachten nicht nur als religiöses Fest verstanden, sondern auch als Zeit, in der Familien zusammenkommen und gemeinsam feiern. Deshalb enthalten viele deutsche Weihnachtswerbungen emotionale Geschichten über Familie und Gemeinschaft.

Vor diesem Hintergrund zielt die vorliegende Arbeit darauf ab, die Bedeutung in der EDEKA Weihnachtswerbung 2022 „Zusammen wird's ein Fest. Fest

versprochen“ anhand der Semiotik von Roland Barthes zu beschreiben. Die EDEKA-Weihnachtswerbung wurde ausgewählt, weil EDEKA jedes Jahr emotionale Weihnachtskampagnen veröffentlicht. Frühere Untersuchungen zeigen ebenfalls, dass EDEKA häufig Werte wie Familie, Zusammenhalt und Menschlichkeit vermittelt. Die Weihnachtswerbung aus dem Jahr 2022 wurde jedoch bisher noch nicht mit der Semiotik von Roland Barthes untersucht. Aus diesem Grund wurde diese Werbung als Forschungsobjekt gewählt.

In dieser Studie wurde die Semiotik von Roland Barthes verwendet. Diese Theorie wurde gewählt, weil sie die Bedeutung eines Zeichens durch Denotation, Konnotation und Mythos erklärt. In dieser Arbeit wird die Frage behandelt, wie die Bedeutung in der EDEKA Weihnachtswerbung 2022 „Zusammen wird’s ein Fest. Fest versprochen“ durch die Semiotik von Roland Barthes erklärt wird.

Diese Arbeit ist eine deskriptive qualitative Forschung. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden die Szenen der EDEKA Weihnachtswerbung 2022 beobachtet und dokumentiert. Danach wurden die Daten nach dem qualitativen Analysemodell von Miles und Huberman analysiert. Anschließend wurden die Bedeutungen jeder Szene anhand der Denotation, Konnotation und des Mythos beschrieben.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass die denotation Bedeutung in der Werbung durch die Geschichte einer Mutter und ihres Sohnes dargestellt wird, die Weihnachten mit ihrer Familie feiern möchten. Sie bereiten das Haus für Weihnachten vor. Später erfahren sie jedoch, dass ihre Familie wegen eines gestrichenen Fluges und einer Krankheit nicht kommen kann. Danach entscheiden sich die Mutter und ihr Sohn,

Weihnachten gemeinsam mit den Feuerwehrleuten zu feiern, die am Heiligabend arbeiten müssen.

Die konnotation Bedeutung zeigt Werte wie Liebe, Hoffnung, Fürsorge, Zusammenhalt und Hilfsbereitschaft. Die Vorbereitungen für Weihnachten zeigen die Freude auf das Zusammensein mit der Familie. Die Entscheidung, Weihnachten gemeinsam mit den Feuerwehrleuten zu feiern, zeigt Mitgefühl, Fürsorge und Aufmerksamkeit gegenüber anderen Menschen. Dadurch vermittelt die Werbung, dass Weihnachten nicht nur mit der eigenen Familie gefeiert werden kann, sondern auch mit Menschen in der Umgebung oder mit nahestehenden Personen, sodass Freude, Zusammenhalt und Gemeinschaft gemeinsam erlebt werden können.

Die mythische Bedeutung zeigt eine Erweiterung der allgemeinen Bedeutung von Weihnachten. Weihnachten kann nicht nur mit der eigenen Familie gefeiert werden, sondern auch mit Menschen in der Umgebung oder mit nahestehenden Personen. Dadurch vermittelt die Werbung, dass Freude, Zusammenhalt und Gemeinschaft auch außerhalb der Familie erlebt werden können.

Basierend auf den Ergebnissen der Forschung kann festgestellt werden, dass die Bedeutung in der EDEKA Weihnachtswerbung durch die Semiotik von Roland Barthes erklärt werden kann, nämlich durch Denotation, Konnotation und Mythos. Diese Bedeutungen werden durch verbale und visuelle Zeichen vermittelt, die Werte wie Familie, Zusammenhalt, Fürsorge und Menschlichkeit darstellen.

Es wird erwartet, dass die Leserinnen und Leser die Bedeutung deutscher Werbungen besser verstehen können. Außerdem kann diese Forschung als Vergleich

für weitere Untersuchungen im Bereich der Semiotik, der Werbeanalyse und der deutschen Sprache dienen.

