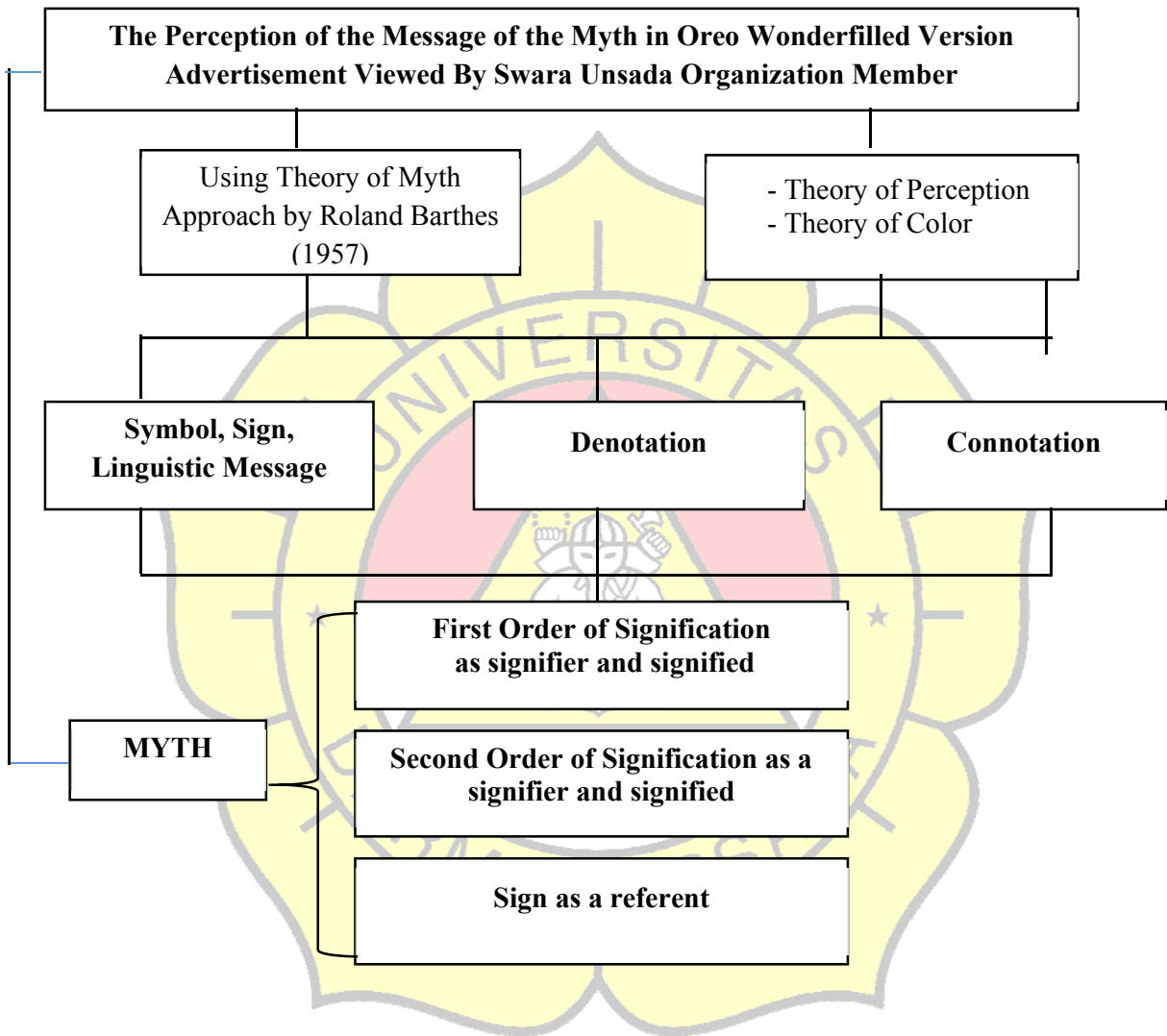


## SCHEME OF THE RESEARCH





# THE PERCEPTION OF THE MESSAGE OF THE MYTH IN OREO *WONDERFILLED* VERSION ADVERTISEMENT VIEWED BY SWARA UNSADA ORGANIZATION MEMBER

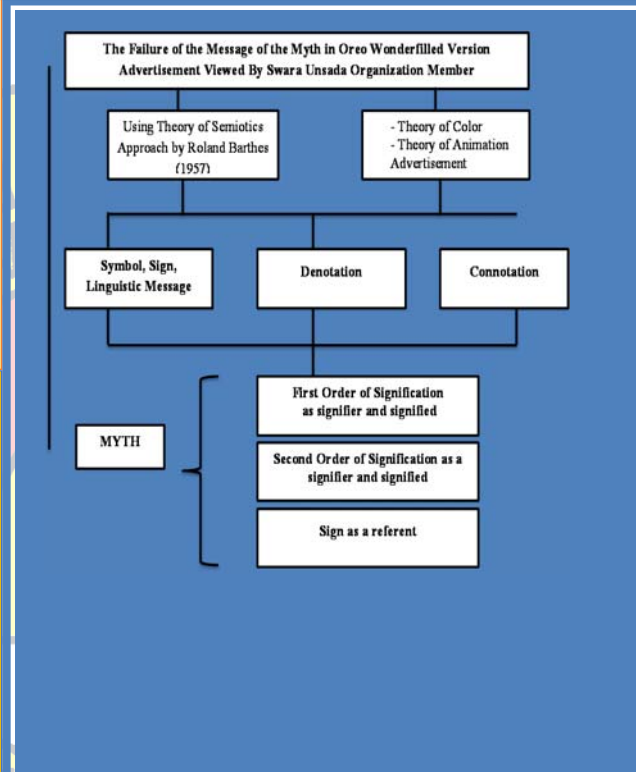
ANNISA USWATUN HASANAH | 2014130019 |  
DEPARTMENT OF ENGLISH | DARMA PERSADA  
UNIVERSITY | annisauwatunh@ymail.com |

## BACKGROUND

One of Oreo *Wonderfilled* advertisement is expected fail in delivering the message. In an attempt to prove the assumption, the research uses a questionnaire viewed by the perspectives of Swara Unsada Organization member.

## METHODS OF THE RESEARCH

The methods are conducting through the questionnaire . After that analyzing the elements of advertisement that can not be fulfilled in this ads



## RESEARCH FINDINGS

**The advertisement is proved fail in delivering the message through the perspective of the color and other elements supported**

## DISCUSSION

The theoretical of framework is started how the advertisement supposed to be, then continuing to the perception as the approach of the research. After that, followed to use the theories by Roland Barthes about the myth in advertisement. One of the component to conlude the myth are such as how the denotation and connotation of the image, and the how the failure of the myth formed in this ads based on perception. Beside that, theory of color and other elements supported will reveal why the ads is expected to fail..

## ENCLOSURES

Hi! My name is Annisa from English Major. Now, I am conducting the research for my term-paper, so I need 30 respondents to reinforce my data. The aims of this questionnaire are used to know which advertisement of Wonderfilled version that is less interested and find out why the causes that make the advertisement has less viewers by being analyzed to semiotics approach. Thank you for your participation! ☺

1. Tuliskan urutan iklan Oreo tipe Wonderfilled dibawah ini dari yang paling Anda sukai sampai iklan yang kurang Anda sukai! (Dari ketiga video yang sudah diberikan)  
.....
2. Iklan Oreo bertemakan Wonderfilled adalah iklan yang didalamnya mengandung unsur keajaiban akan kehadiran Oreo. Berikut adalah unsur-unsur pembentuk keajaiban yang terdapat dalam Oreo versi Anthem : (beri tanda checklist apabila anda melihatnya) Hal ini akan dijadikan sebagai unsur denotasi.
  - Karakter imajinasi
  - Tempat imajinasi
  - Terdapat sebuah perubahan ditiap karakternya
3. Iklan Oreo bertemakan Wonderfilled adalah iklan yang didalamnya mengandung unsur keajaiban akan kehadiran Oreo. Berikut adalah unsur-unsur pembentuk keajaiban yang terdapat dalam Oreo versi Shark : (beri tanda checklist apabila anda melihatnya) Hal ini akan dijadikan sebagai unsur denotasi.
  - Karakter imajinasi

- Tempat imajinasi
- Terdapat sebuah perubahan ditiap karakternya

4. Iklan Oreo bertemakan Wonderfilled adalah iklan yang didalamnya mengandung unsur keajaiban akan kehadiran Oreo. Berikut adalah unsur-unsur pembentuk keajaiban yang terdapat dalam Oreo versi Aladdin : (beri tanda checklist apabila anda melihatnya) Hal ini akan dijadikan sebagai unsur denotasi.

- Karakter imajinasi
- Tempat imajinasi
- Terdapat sebuah perubahan ditiap karakternya

5. Tuliskan dibawah ini konotasi apakah yang tergambar dalam iklan Oreo versi Anthem?

.....

6. Tuliskan dibawah ini konotasi apakah yang tergambar dalam iklan Oreo versi Great White Shark?

.....

7. Tuliskan dibawah ini konotasi apakah yang tergambar dalam iklan Oreo versi Aladdin?

.....

8. Menurut Anda pesan apa yang ingin disampaikan dalam iklan Oreo Wonderfilled Anthem?

a. Setelah memakan Oreo, karakter dalam iklan tersebut semuanya menjadi baik

b. Vampire menyukai kandungan susu yang ada didalam Oreo tersebut

- c. Hewan buas semuanya menyukai Oreo
- d. Pendapat lainnya.....
9. Menurut Anda pesan apa yang ingin disampaikan dalam iklan Oreo Wonderfilled Great White Shark?
- a. Oreo membawa keajaiban yang baik pada setiap makhluk, salah satunya mengubah seekor Hiu menjadi baik
- b. Ikan Hiu dalam iklan tersebut lapar akan Oreo
- c. Oreo dapat dinikmati oleh seluruh makhluk air
- d. Pendapat lainnya.....
10. Menurut Anda pesan apa yang ingin disampaikan dalam iklan Oreo Wonderfilled Aladin?
- a. Oreo mempunyai keajaiban didalamnya yang dapat mengubah seorang yang jahat menjadi baik
- b. Si Tukang Sihir menunjukkan bahwa Oreo sangat lezat
- c. Aladin dan Jasmine menyukai Oreo
- d. Pendapat lainnya.....
11. Manakah iklan Oreo versi Wonderfilled dibawah ini yang warnanya tidak merepresentasikan sebuah keajaiban? (beri tanda *checklist*)
- Anthem                       Shark                       Aladdin
12. Manakah iklan Oreo versi Wonderfilled dibawah ini yang penggunaan karakter animasinya tidak merepresentasikan sebuah keajaiban? (beri tanda *checklist*)
- Anthem                       Shark                       Aladdin

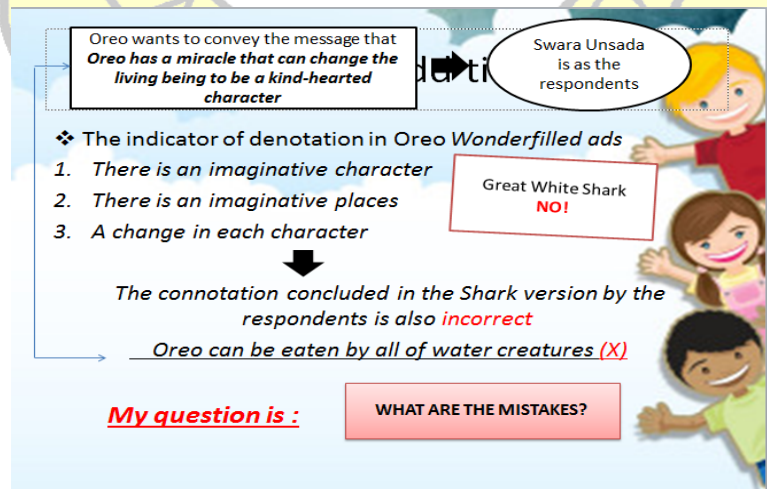
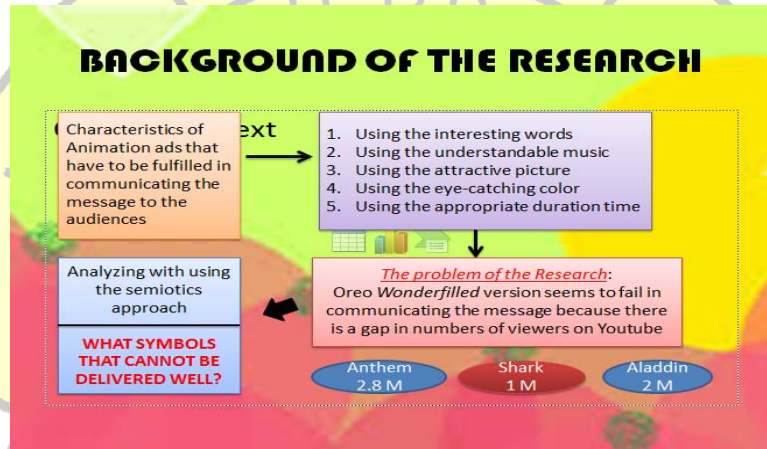
13. Menurut Anda manakah dari iklan animasi Oreo dibawah ini yang durasi waktunya paling tepat ?
- a. Wonderfilled Anthem (60 detik)
  - b. Wonderfilled Great White Shark (30 detik)
  - c. Wonderfilled Aladin (40 detik)



# ATTACHMENT

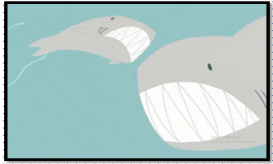
**THE PERCEPTION OF THE MESSAGE OF THE MYTH IN OREO *WONDERFILLED* VERSION ADS VIEWED BY SWARA UNSADA ORGANIZATION MEMBER**

Annisa Uswatun Hasanah  
2014130019



**THE ANSWER** → 80% of the color used  
90% of the character used  
47% of the duration of time

HAS NOT REPRESENTED WITH THE TAGLINE "WONDERFILLED"

Scene	First Order	Second Order
 (Picture 9, Page 36)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Color Grey Shark</li> </ul>	Symbol of friendliness and fun to be with (Which color that shows the shark is bad?)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Picture Small Grey Shark</li> </ul>	Symbol of friendliness mammalia and fun to be with (Which picture that shows the shark is bad?)

• **The Failed Myth in the Shark version**

<b>Signifier</b> The picture of the Small Grey Shark who wants to get the babyseals' attention, not described as the bad character. <b>X (Wrong)</b>	<b>Signified</b> Oreo is given to the Shark
<b>Denotation</b> After eating Oreo, the shark is more attractive with sharing Oreo to the babyseals as if there is a new food	<b>Connotation</b> Oreo can be eaten by the Shark <b>X (Failed)</b>

Myth → Oreo can be eaten by all of the hunger-water creatures




**CONCLUSION**




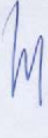
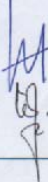

The myth in Oreo *Wonderfilled*, specifically Shark version advertisement should show that there is a miracle inside of eating Oreo, but it is not represented the message that Oreo wants to convey because of the failure in using the color and animation character


## I. Lembar Kepembimbingan Skripsi

LAPORAN KEMAJUAN PENULISAN  
SKRIPSI SARJANA

Nama Mahasiswa : Annisa Uswatun Hasanah  
 Dosen Pembimbing I : Dra. Irena Djajadiningrat  
 Dosen Pembimbing II : Dra. Kurnia Idanwati, M.Si  
 Judul Skripsi : The Perception of the Message of the  
 Myth in Dreo Handwritten Version advertisement  
 Viewed by Suara Unsada Organization Member  
 Mulai Bimbingan : 22 September 2017  
 Tahun Akademik : 2017 - 2018

No.	Hari & Tanggal	Catatan Pembimbing	Paraf
1.	Jumat 22 September '17	(Bersama Pembimbing 1) <ul style="list-style-type: none"> <li>Berdiskusi mengenai hal apa yang disepakati dalam kepengbimbingan skripsi</li> <li>Menyerahkan BAB 1 yang dibuat peneliti</li> <li>Pembimbing menjelaskan unsur-unsur apa saja yang harus ada didalam BAB 1</li> </ul>	
2.	Senin 1 Oktober '17	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peneliti masih belum memenuhi kriteria penyusunan BAB 1.</li> <li>Penjelasan bahwa masalah penelitian adalah unsur yang sangat penting dalam suatu penelitian</li> </ul>	
3.	Selasa 3 Oktober '17	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembimbing menjelaskan tahap-tahap dalam pembuatan kuesioner responden</li> </ul>	

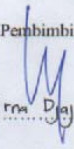
4.	Senin 9 Oktober '17	• Revisi ke-2 mengenai soal kuesioner	
5.	Rabu 18 Oktober '17	• Penjelasan mengenai hasil kuesioner responden yang harus ditindaklanjuti	
6.	Selasa 2 Januari '18	• Penjelasan mengenai pola analisis yang sebaiknya dilakukan peneliti dalam BAB 3	
7.	Kamis 11 Januari '18	• Bimbingan terakhir sebelum verifikasi mengenai hal apa yang perlu dikoreksi dalam BAB 1 - 3	
8.	Sabtu 6 Januari '18	(Bersama Pembimbing II) • Mengoreksi Judul penelitian dan kosakata yang tepat dalam penulisan skripsi	
9.	Senin 8 Januari '18	• Mengoreksi BAB 1 dan BAB 2 dari segi penulisan	

10.	Sabtu 13 Januari '18	Pengkoreksian ulang berakhir Bab 1 - IV sebelum verifikasi	
-----	-------------------------	---	---

Jakarta, ..... Januari, 2018 .....

Menyetujui :

Pembimbing I

  
(Dra. Irma Djajadningrat)

Pembimbing II


  
(Dra. Kurnia Idawati, M.Pd)

Mengetahui :

Pembimbing Akademik

  
(Dra. Wikastuti, MM)

Kajur Inggris S-1

  
(Tommy Andrian, SS, M.Hum)

## CURRICULUM VITAE

### PERSONAL DATA

Name : Annisa Uswatun Hasanah  
Nationality : Indonesian  
Sex : Female  
Place/ Date of Birth : Bekasi, January 11, 1997  
Status : Single  
Address : Bintara Alam Permai  
BlokD5 No. 2 Bintara Jaya Bekasi Barat 17136  
Phone/Fax : (021) 8656896  
Mobile Phone : 081932232977  
Email : annisauwatunh@ymail.com



### FORMAL EDUCATION

2002-2008 : 07 Elementary school East Jakarta  
2008-2011 : 194 Junior high school East Jakarta  
2011-2014 : 59 Senior high school East Jakarta  
2014-Present : Darma Persada University, Jakarta  
Major : English Literature

### WORKING EXPERIENCE

2016 : Administrator in PT. Total Jaya Group Jakarta  
2016 : English Teacher in Pusaka Senior High School  
Jakarta  
2017 : English Teacher in BPSK Senior High School  
Jakarta  
English Teacher in Tipar Elementary School  
Jakarta

2017 : Trainer of English Club in Faculty of Economic  
UNSADA

### **PERSONAL SKILLS**

Computer : Microsoft Word (90%), Powerpoint (90%), Excel  
(75%)

Personality : Public Speaking (85%), Teamwork (80%),  
Creativity (80%)

### **ACHIEVEMENTS**

- The Chief Editor in Swara Unsada Journalistic (*Pemimpin Redaksi*) in 2017
  - The Reporter in Swara Unsada Journalistic in 2016
  - The Great Speaker in a Speech Competition in UNJ (2016)
  - The Inventory in Swara Unsada Journalistic in 2015
  - The Minister of Foreign Affairs of HIMASINDA UNSADA in 2015
  - The Chief of Scouts in 194 Junior High School (2010)
  - The Chief of Class Representatives Assemblies (*MPK*) in 59 Senior High School (2012)
- Having trained of English ability in Kampung Pare Ingggris, Kediri in 2016