

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Pemaknaan Iklan Mastin (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Mastin “Kabar Gembira” di TVC)”**. Pada dasarnya iklan televisi merupakan sarana informasi dan komunikasi massa yang pada umumnya digunakan perusahaan-perusahaan untuk mengenalkan dan mempromosikan produknya. Mastin merupakan salah satu produk obat herbal yang menggunakan iklan televisi untuk memperkenalkan produknya di tengah-tengah masyarakat. Dalam iklan Mastin “Kabar Gembira”, terdapat simbol-simbol dan tanda yang merepresentasikan pesan promosi dan nilai guna produk Mastin, baik didalam elemen visual maupun audionya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dibantu oleh paradigma konstruktivisme dan menggunakan pendekatan semiotika khususnya semiotika Roland Barthes dalam memaknai objek yang terdapat dalam iklan. Terdapat tiga tahap untuk menganalisis objek menurut Barthes, yaitu tahap denotasi, tahap konotasi, dan mitos. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa segala unsur yang terdapat dalam iklan Mastin :Kabar Gembira” berupa simbol, ikon dan tanda merepresentasikan pesan-pesan promosi dan nilai guna produk. Penelitian ini juga mengungkapkan bagaimana realitas sosial di masyarakat di konstruksikan ke dalam sebuah iklan. Hingga pada akhirnya iklan ini dapat memberikan gambaran yang jelas kepada khalayak tentang pesan apa yang sebenarnya ingin disampaikan perusahaan melalui iklan televisi.

Kata kunci :Iklan televisi,Semiotka,Roland Barthes