

**Representasi Pergeseran Kekerasan pada Iklan WWE Wrestlemania 30  
(Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Kekerasan dalam Iklan)**

**Abstrak**

**Ridwan Akbar Rubianto**  
**1204110044**

Tema kekerasan merupakan bagian tak terpisahkan dari industri hiburan. Berbagai bentuk hiburan dari musik, film hingga olahraga memuat elemen kekerasan yang terlihat secara langsung maupun tidak langsung. WWE sebagai tayangan olahraga hiburan merupakan salah satu bagian dari budaya populer yang hadir di masyarakat. Sebelum menjadi tayangan bimbingan orang tua, WWE diperuntukan untuk pemirsa usia 14 tahun keatas. Untuk menyesuaikan dengan target penonton, materi promosi berupa iklan yang dibuat oleh WWE untuk program Wrestlemania 30 memperlihatkan nilai lain yang ada pada dunia gulat, dalam hal ini, atribut-atribut yang melekat pada masing-masing karakter pegulat WWE dan juga para penggemar setianya. Membandingkan dengan kekerasan yang terlihat pada promosi Wrestlemania 14, 17, 18, dan 24, iklan Wrestlemania 30 menunjukkan karakter-karakter yang terlibat namun dengan sudut pandang yang lain. Sudut pandang dimana karakter-karakter pegulat tersebut mampu menginspirasi dan menemani penggemarnya dalam rentang kehidupan seperti yang direpresentasikan pada iklan Wrestlemania 30. Untuk menjelaskan adanya representasi pergeseran kekerasan pada iklan Wrestlemania 30 penelitian ini menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes dalam mengungkap makna dari tanda-tanda melalui denotasi, konotasi dan mitos. Yang didukung oleh berbagai literatur akademis, berupa teori komunikasi massa, teori iklan, dan teori kekerasan. Yang bertujuan untuk menjaga penelitian agar tetap dalam kerangka berpikir secara teoritis. Dengan demikian temuan-temuan yang ada pada iklan Wrestlemania 30 dan perbandingan yang telah dilakukan mengemukakan adanya konstruksi realitas akan nilai-nilai yang diperlihatkan sebagai bagian dari suatu pemahaman yang disepekatkan secara bersama oleh para penggemar ataupun orang yang terlibat pada dunia WWE.

**Kata kunci: kekerasan, semiotika, Roland Barthes, iklan**

**Representation of Shifting Violence on WWE Wrestlemania 30 Commercial  
(Roland Barthes Semiotics Analysis About Violence in Advertising)**

**Abstract**

**Ridwan Akbar Rubianto**  
**1204110044**

*The theme of violence is an integral part of the entertainment industry. Various forms of entertainment from music, movies to sport contains the violence seen explicitly or implicitly. WWE as a sport entertainment program is one part of the popular culture that present in the global community. Before becoming a parental guidance program, WWE is intended for audiences aged 14 years and older. To adapt to the target audience, promotional materials such as ads created by WWE for Wrestlemania 30 shows other values that exist in the world of wrestling, in this case, the attributes that attached to each character of wrestlers and also the loyal fans of WWE. Comparing with the violence seen on Wrestlemania 14, 17, 18, and 24 the Wrestlemania 30 commercial shows the characters involved but with another point of view. Viewpoint where characters wrestlers are able to inspire and accompany the fans in the life span as represented on the Wrestlemania 30 commercial. To explain the shift in the representation of violence in Wrestlemania 30 commercial, this study using the method of analysis Semiotics Roland Barthes in uncovering the meaning of the signs through denotation, connotation and myth. Which is supported by a variety of academic literature, such as the theory of mass communication, advertising theory, and the theory of violence. Which aims to keep the study in order to remain within the framework of theoretical thinking. Thus the findings that existed at Wrestlemania 30 commercial and comparative that has been done, put forward a construction of reality with the values that are shown as part of an understanding agreement jointly by the fans and the people involved in the world of WWE.*

**Keywords: violence, semiotics, Roland Barthes, advertisements**