

ABSTRAK

RICKI HERMANTO. 1204100116. Makna Dewasa dalam Iklan Three Indie+ (Analisis Semiotika Iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi).

Penelitian berawal dari ketertarikan penulis terhadap dunia periklanan yang ditayangkan melalui media televisi terutama iklan Three Indie+ versi anak cowok. Iklan ini mengemas sebuah pesan melalui kode-kode yang diolah secara kreatif dan unik. Pemilihan konsep yang menggunakan sosok anak kecil melontarkan kalimat-kalimat mengenai kenyataan yang dirasakan oleh orang dewasa menghasilkan kecenderungan perhatian khalayak yang hanya menyoroti mengenai fakta kehidupan orang dewasa, penulis merasa perlu adanya penjabaran mengenai makna dewasa yang diangkat oleh iklan Three Indie+ yang disandingkan dengan makna dewasa yang sesungguhnya yang terjadi di sekitar kehidupan nyata. Sehingga tidak akan adanya kesalahpahaman pandangan, baik oleh orang dewasa itu sendiri maupun oleh anak-anak yang menonton tayangan iklan Three Indie+.

Untuk mengetahui hasil penelitian ini, penulis merumuskan masalah yaitu, bagaimana pemaknaan denotasi, konotasi serta mitos yang terdapat pada iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok dilihat dengan analisis semiotika Roland Barthes?

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif konstruktivis dengan pendekatan analisis semiotik. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer: data yang diperoleh dari rekaman iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi. Jenis data Sekunder: data yang diperoleh dari studi kepustakaan, informasi media massa yang berhubungan dengan objek penulisan ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis semiotik Roland Barthes. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi yang akan dibahas lambang-lambang komunikasi setiap scene yang mendukung terbentuknya makna iklan tersebut, sehingga akan diperoleh makna denotasi, konotasi dan mitos.

Berdasarkan visualisasi audio dan visual yang kemudian dilakukan analisis setiap *scene* mengenai lambang-lambang komunikasi iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi, kesimpulan yang diperoleh dari iklan tersebut adalah: dalam iklan yang dianalisis, makna denotasi dan konotasi yang tergambar merupakan sebuah kegiatan natural dari anak-anak yang mengungkapkan pandangan mereka terhadap orang dewasa. Mitos yang terungkap pada iklan ini tidak sepenuhnya benar karena anak-anak hanya mempunyai pengertian sederhana mengenai kenyataan sosial dan fisik. Terdapat tiga poin yang tersimpulkan melalui mitos yang digambarkan dalam iklan Three Indie+ Versi Anak Cowok di Televisi mengenai pekerjaan orang dewasa, yaitu minat pekerjaan, profesionalisme, dan penghasilan.

Kata kunci: Iklan, Semiotika, Roland Barthes, Dewasa

ABSTRACT

RICKI HERMANTO. 1204100116. Meaning of Adults in Three Indie+ Television Commercial (Semiotic Analysis of Three Indie+ Television Commercial Boys Version).

The study begins with the author's interest to the advertising that aired through the media television, especially Three Indie+ Television Commercial Boys Version. These ads pack a message through the codes are processed in a creative and unique. The concept that uses the figure of children who talking about an adults reality, resulted in a tendency attention of the audience which only highlights the fact of adult life, in this situation the author need for the elaboration of the meaning an adult who is appointed by the Three Indie+ Television Commercial paired with meaning adults that actually happened in real life. So there will be no misunderstanding view, either by other adults or children who watch the Three Indie+ Television Commercial.

To find out the results of this study, the authors formulate the problem, how to meaning of denotation, connotation and myth contained in Three Indie+ Television Commercial Boys Version seen with semiotic analysis of Roland Barthes?

The research methodology used in this study is qualitative constructivist with semiotic analysis approach. The types of data used in this research is a type of primary data: data obtained from recording Three Indie+ Television Commercial Boys Version. Type of Secondary Data: data obtained from the literature studies, mass media information associated with the object of research. Data analysis in this study used a semiotic analysis model of Roland Barthes. The research object in this study is Three Indie+ Television Commercial Boys Version will be discussed communication symbols every scene which helped do establish the meaning of these advertisement, that would be obtained meaning of denotation, connotation and myth.

Based on the visualization of audio and visual analysis Ethan carried out every scene of the symbols of communications in the Three Indie+ Television Commercial Boys Version, the conclusions derived from these advertisement is: the advertisement that were analyzed, the meaning of denotation and connotation depicted a naturally activity from children who express their opinion about adults. Myths are revealed in this advertisement is not entirely true, because the kids just have a simple understanding of the social and physical reality. There are three points that summed through in the Three Indie+ Television Commercial Boys Version myths about adults work, that is interest in the work, professionalism, and income.

Keywords: Advertising, Semiotics, Roland Barthes, Adults