

ABSTRAK

Iklan rokok pada umumnya dinilai sebagai iklan yang persuasif dengan segala bentuk tampilan visualnya. Iklan rokok yang paling sering kita lihat salah satunya adalah di televisi. Televisi memiliki peranan yang cukup besar sebagai salah satu media untuk mempromosikan iklan untuk menyampaikan pesan sebuah iklan sebagai alat untuk mempromosikan produknya. Masalahnya iklan rokok dapat mempengaruhi masyarakat dengan tampilan visual yang lain dari iklan televisi pada umumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur tanda dan makna dibalik sebuah iklan rokok Djarum Super *My Life My Adventure* tahun 2007 dengan tema petualangan yang direpresentasikan dalam iklan televisi.

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dalam bentuk deskriptif interpretatif melalui pendekatan semiotika Barthes. Metode ini digunakan untuk mengkaji pemaknaan dalam iklan rokok Djarum Super *My Life My Adventure*. Dengan pendekatan semiotika maka kita dapat menemukan representasi visual yang disajikan dalam iklan rokok ini. Hasil analisis ini dapat diketahui bahwa tema dalam iklan ini yaitu Makna denotasi yang menciptakan petualangan berubah menjadi makna konotasi menjadikan sebuah rintangan menjadi tantangan bagi masyarakat. Dengan demikian masyarakat yang melihat iklan djarum ini sehingga dapat mengikuti arah iklan yaitu menganggap sebuah rintangan menjadi tantangan. Iklan Djarum ini menyimpulkan bahwa laki-laki yang berjiwa petualang itu memiliki sikap percaya diri, keberanian, merepresentasikan sosok pria sejati yang sporty, jantan dan mencerminkan kemaskulinan seorang pria.

Kata kunci : iklan rokok, televisi, representasi, semiotika

ABSTRACT

Cigarette advertising is generally considered as a persuasive ad with all forms of visual appearance. Cigarette advertising that we see most often is the one on television. Television has a significant role as one of the media to promote advertising to convey an advertising message as a tool to promote their products. The problem is cigarette advertising can affect people with other visual display of television advertising in general. This study aims to determine the elements of the sign and the meaning behind a cigarette advertisement Djarum Super My Life My Adventure in 2007 with the adventure theme is represented in television commercials. This study used a descriptive qualitative analysis in the form of interpretive through Barthes semiotic approach. This method is used to assess the meaning of the cigarette advertising Djarum Super My Life My Adventure. With a semiotic approach ate kiita can find visual representations presented in this cigarette ad. The results of this analysis can be seen that the theme of the ad is the meaning of denotation that created the adventure turns into an obstacle connotations make a challenge for society. Thus the people who saw the ad so that the needle can follow the direction of the ad is considered an obstacle to the challenge. Djarum ad concluded that men who are adventurous it has an air of confidence, the courage, the figure represents a sporty gentleman, male and masculinity reflect a man.

Keywords: cigarette advertising, television, representation, semiotics

