

ABSTRAK

Kasih sayang adalah salah satu bentuk pancaran cinta seseorang kepada orang lain yang ditunjukkan dengan berbagai cara yang berbeda sehingga menimbulkan banyak makna. Kasih sayang dapat dikaitkan dengan teknologi informasi khususnya media massa seperti iklan untuk mendapat perhatian masyarakat dalam memasarkan produk dan jasa. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengetahui representasi kasih sayang yang terkandung dalam iklan Tokopedia edisi “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma kritis yang menggunakan teknik analisis semiotika John Fiske. Menurut John Fiske proses representasi dibagi menjadi tiga level, realitas, representasi dan ideologi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat lima konsep kasih sayang menurut Prayitno dalam iklan Tokopedia edisi “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik”. Penelitian ini juga menunjukkan terdapat nilai ideologi kapitalisme yang ditunjukkan dalam iklan Tokopedia edisi “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik”.

Kata Kunci: Kasih Sayang, Iklan, Semiotika, John Fiske

ABSTRACT

Affection is a radiance of love from someone to another person who is shown by different ways which can creates a lot of meaning. Affection can be associated with information technology especially by the mass media such as advertisement to get people's attention for marketing their products and services. In this study, researchere is interested to know the representation of affection which contain in Tokopedia ad “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik” version. This research is qualitative research with a critical paradigm using semiotic technique analysis of John Fiske. According to John Fiske, the process of representation divided into three levels, reality, representation and ideology. The result of this research revealed that there are five affection concepts according to Prayitno which contain in Tokopedia ad “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik” version. This research also shows that there is an ideological value of capitalism which contain in Tokopedia ad “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik” version.

Keywords: Affection, Advertisement, Semiotics, John Fiske