

ABSTRACT

This research originated from the authors' interest in Audio Visual work which is now an epidemic into an innovation in such a way, one example of audio visual is advertising. Advertising world that aired through television media such as the advertising of Magnum Mantapkan Langkah has the creativity, that advertising is focus about the message not with the product at once. This is seen in the advertising of Magnum Mantapkan Langkah where tobacco companies want to offer their products but by displaying lifestyle or with themes appropriate to the circumstances in the community, therefore researchers do research on the ad with the title of research, Semiotics Analysis of The Advertising Magnum Mantapkan Langkah..

This advertising object, formulated the problem are, first what is the meaning of the signifier on the advertising of Magnum Mantapkan Langkah , second what is the meaning of the signified on the Advertising of Magnum Mantapkan Langkah, and third what is the external reality on the advertising of Magnum Mantapkaan Langkah.

This research uses qualitative approach. The method in this research used semiotic analysis method. Semiotic analysis understands the world as a relationship system that has a basic unit called a sign. Thus, semiotics studies the nature of the existence of a sign. Media content is essentially the result of reality construction with language as its basic device. Data analysis used in this research use semiotic analysis model from Ferdinand Desaussare.

The meaning of a signifier that focuses on Ferdinand's glasses, the sounds are meant to build the atmosphere and add harmony in each scene that gradually presents a voice to be heard slowly according to the concept, this ad has an implied concept that is an image of an office man who is sometimes afraid of his own mind that makes him not develop and be in the same position but because he is convinced that the way out will always exist and guide his steps toward what he wants to achieve.

About the cigarette ad of Magnum Mantapkan Langkah, seen from other cigarette advertisement competitors in my opinion they are just focus each other about lifestyle that they try to highlight that describe the identity and reputation of their products through the concept of cigarette advertising made mostly using narration as a tool in explaining what the messages they will convey. My suggestion try to get out of the character of cigarette advertisement in general and try to use new concept without narration aid.

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ketertarikan penulis terhadap karya Audio Visual yang kini mewabah menjadi sebuah inovasi yang sedemikian rupa, salah satu contoh audio visual tersebut adalah iklan. Dunia periklanan yang ditayangkan melalui media televisi salah satu contohnya iklan Magnum Mantapkan Langkah pastinya memiliki kreativitas, disamping itu iklan rokok dalam menyajikan pesan tidak dengan produknya sekaligus. Hal ini terlihat dalam iklan Magnum Mantapkan Langkah dimana perusahaan rokok ingin menawarkan produknya tetapi dengan menampilkan gaya hidup atau dengan tema yang sesuai dengan keadaan di masyarakat, maka dari itu peneliti melakukan penelitian terhadap iklan tersebut dengan judul penelitannya, Analisis Semiotika pada Iklan Magnum Mantapkan Langkah.

Mengutarakan makna yang akan penulis teliti melalui objek iklan ini, maka dirumuskan masalah sebagai berikut, pertama apa makna penanda dari iklan Magnum Mantapkan Langkah, kedua apa makna petanda dari iklan Magnum Mantapkan Langkah, dan ketiga apa realitas eksternal pada iklan Magnum Mantapkan Langkah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotik. Analisis semiotik memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda. Dengan demikian, semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis semiotika dari Ferdinand Desaussure.

Makna penanda yang berkiblat pada kaca mata Ferdinand, suara-suara itu bermaksud untuk membangun suasana dan menambah keharmonisan dalam setiap adegannya yang sedikit demi sedikit menyajikan suara untuk didengarkan secara perlahan sesuai konsep, iklan ini memiliki konsep tersirat yaitu gambaran seorang pria kantor yang kadang takut akan pikirannya sendiri yang membuat Ia tidak berkembang dan diposisi yang sama tetapi karena Ia yakin maka jalan keluar akan selalu ada dan menuntun langkahnya menuju apa yang ingin di capai.

Mengenai iklan rokok magnum mantapkan langkah ini, dilihat dari kompetitor-kompetitor iklan rokok lainnya menurut saya mereka hanya saling berlomba-lomba mengenai gaya hidup yang coba mereka tonjolkan yang menggambarkan identitas dan reputasi dari produknya melalui konsep iklan rokok yang dibuat kebanyakan menggunakan narasi sebagai alat bantu dalam menjelaskan pesan apa yang akan mereka sampaikan. Saran saya coba keluar dari karakter iklan-iklan rokok pada umumnya dan coba menggunakan konsep yang baru tanpa bantuan narasi.

RINGKÉUSAN

Ulikan ieu asalna ti suku nu nulis karya Audio Visual kiwari endemik jadi inovasi misalna, hiji conto tina audio-visual mangrupa iklan. Dunya siaran iklan dina televisi hiji conto kreativitas, iklan media dina presenting suratna tapi teu kalawan produk ogé. Ieu hirup kalawan dina iklan Magnum Mantapkan Langkah dimana pausahaan bako rék nawiskeun produk maranéhanana tapi ku némbongkeun gaya hirup atawa ku tema luyu jeung kaayaan di masyarakat, ku kituna panalungtik dilakukeun studi on aranjeunna ku judulna, semiotik analisis dina Iklan Magnum Mantapkan Langkah.

Bakal ka pangarang taliti ngaliwatan obyék iklan ieu, lajeng masalah ieu ngarumuskeun kieu, kahiji naon harti tina penanda nu aya dina iklan Magnum mantapkan langkah, duanana naon harti tina petanda Iklan Magnum mantapkan langkah, sarta katilu naon éksternal kanyataanana dina Iklan Magnum Mantapkan Langkah.

Ulikan ieu dipaké pendekatan kualitatif. Metodeu dipaké dina ieu panalungtikan nya éta métode analisis semiotik. analisis semiotik ngartos dunya salaku sistem hubungan nu gaduh unit dasar disebut tanda éta. Ku kituna, semiotik diajar hakekat ayana tanda. eusi media nyaeta dasarna hasil tina pangwangunan kanyataanana kalawan basa salaku dasarna alat. Analisis data anu digunakeun dina ulikan ieu ngagunakeun modél analisis semiotik of Ferdinand Desaussare.

Hartina hiji kamajuan anu geus mihak ka panon sagelas Ferdinand, suara-suara eta nu dimaksud ngawangun atmosfir sarta tambahkeun ka harmoni dina unggal pamandangan nu saeutik ngan disada mun kadéngé lalaunan nurutkeun rarancangan, iklan ieu boga konsép tersirat yén gambar manusa di hiji kantor anu sok sieun anjeunna ngajadikeun pikiran sorangan jadi kasienanna tur dilaksanakeun posisi sarua tapi lantaran manehna yakin lajeng jalan sok aya na hambalan dipandu nuju naon rék ngalengkepan.

Ngeunaan Iklan roko magnum mantapkan langkah ieu, ditilik ku iklan pesaing rokok séjén jigana maranéhna ngan melong unggal ngeunaan gaya hirup maranéhna nyobian nyorot nu ngajelaskeun identitas na reputasi produk na ngaliwatan konsép iklan rokok dijieun lolobana migunakeun naratif salaku alat anu di dijelaskeun pesen naon maranéhna nepikeun. saran abdi nyoba kaluar tina iklan bako karakter sacara umum sarta coba ngagunakeun konsép anyar tanpa bantuan narasi.