

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN AIR MINERAL VIT VERSI SKRIPSI DI TELEVISI". Iklan ini sangat viral di tv khususnya karena sering muncul dan sangat menarik dan elegan dalam mengemas pesan didalamnya. Oleh karena itu hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena akan ada banyak pesan di dalam iklan tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*. Dan penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan menganalisis makna tanda-tanda dan symbol serta interpretasi.

Objek penelitiannya adalah iklan Air Mineral Vit Versi Skripsi di Televisi yang akan dibahas bagaimana tanda, objek dan interpretasi yang diberikan oleh iklan tersebut, sehingga menghasilkan makna yang berhubungan dengan kehidupan sesungguhnya dimana dari ketiga hal tersebut saling berhubungan. Dalam iklan tersebut terdapat objek yang sangat menonjol yaitu mahasiswa, dimana mahasiswa bertindak sebagai penggerak yang mengajak seluruh masyarakat untuk dapat bergerak dalam melakukan perubahan ke arah yang lebih baik lagi, dengan pertimbangan berbagai ilmu, gagasan, serta pengetahuan yang mereka miliki.

Untuk selanjutnya, ada beberapa hal yang peneliti sarankan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terlebih untuk masyarakat sebagai pengguna atau konsumen media iklan agar dapat memaknai sebuah iklan bukan hanya dari sekedar sisi glamour nya saja atau dari sisi produknya saja, tapi bisa juga melihat dari sudut pandang yang berbeda dari sebuah iklan. Sehingga selain informasi tentang produknya, kita juga sebagai penikmat iklan bisa mengetahui sisi pesan moral yang terdapat dalam iklan tersebut. Dan juga diharapkan kita sebaiknya tidak menjadi penonton yang pasif menerima apa saja yang disuguhkan oleh iklan kepada kita, tetapi bersikap lebih kritis dan menilai pesan yang sebenarnya yang ingin disampaikan produsen produk iklan tersebut, sehingga kita tidak mudah terprovokasi dan terpengaruh oleh sebuah iklan.

ABSTRACT

This research is entitled "ANALYSIS SEMIOTICS OF ADVERTISING OF VIT MINERAL WATER THESIS VERSION ON TELEVISION". This ad is very viral on TV especially because it often appears and it's very interesting and elegant in delivering messages. Therefore this is interesting to research because there will be many messages in the ad.

In this research using qualitative methods of Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. And this research uses literature review and analyzes the meaning of signs and symbols and interpretation.

The object of this research is the advertising of Vit Mineral Water Thesis Version on Television which will discuss how the signs, objects and interpretations provided by these advertisements, so deliver meaning that related to the real life where the three things are connected. In these advertisements there are objects that are very prominent, that is students, where students act as movers who ask all people to be able to make changes for more better, with consideration of the various knowledge and ideas that they have.

Furthermore, there are several things that the researcher suggests based on the results of research conducted, especially for the public as users or consumers of advertising media in order to interpret an advertisement not only from the glamor side or from the product side, but also from the point of view different from an ad. So that in addition to information about the product, we also as ad connoisseurs can know the side of the moral message contained in the ad. And it is also hoped that we should not be passive spectators to accept what is served by advertising to us, but to be more critical and assess the actual message that the advertising product manufacturer wants to convey, so that we are not easily provoked and influenced by an advertisement.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “ANALISIS SEMIOTIKA PARIWARA CAI MINERAL VIT VERSI SKRIPSI DI TELEVISI”. Pariwara ieu viral pisan di tv hususna margi sering wedal sarta metot pisan sarta elegan dina mengemas talatah di jerona Ku margi eta perkawis ieu barobah kaayaan metot kanggo ditalungtik margi bade aya seueur talatah di jero pariwara kasebat.

Dina panalungtikan ieu ngagunakeun padika panalungtikan kualitatif kalawan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sarta panalungtikan ieu ngagunakeun studi kepustakaan sarta menganalisis hartos tawis-tawis sarta symbol sarta interpretasi.

Objek panalungtikan na nyaeta pariwara Cai Mineral Vit Versi Skripsi di Televisi anu bade dibahas kumaha tawis, objek sarta interpretasi anu dibikeun ku pariwara kasebat, ku kituna ngahasilkeun hartos anu nyambung kalawan kahirupan saestuna di mana ti katilu perkawis kasebat silih nyambung. Dina pariwara kasebat aya objek anu menonjol pisan yaktos mahasiswa , di manten mahasiswa bertindak minangka penggerak anu ngajak sakumna balarea kanggo tiasa usik dina ngalakukeun parobahan ka arah anu mending deui, kalawan wiwaha sagala rupa elmu, alpukah, sarta kauninga anu maranehanana piboga.

Kanggo selanjutnya , aya sababaraha perkawis anu peneliti sarankan dumasar kenging panalungtikan anu dipigawe, leuwih kanggo balarea minangka pamake atawa konsumen media pariwara supados tiasa ngamaknaan hiji pariwara sanes ngan ti saukur sisi glamour na wae atawa ti sisi produk na wae, nanging tiasa oge ningali ti panempo anu benten ti hiji pariwara. Ku kituna jabi informasi ngeunaan produk na, urang oge minangka penikmat pariwara tiasa terang sisi talatah moral anu aya dina pariwara kasebat. Sarta oge dipambrih urang sasaena henteu barobah kaayaan panongton anu pasif nampi naon wae anu disuguhkeun ku pariwara ka urang, nanging bersikap langkung kritis sarta meunteun talatah anu saleresna anu hoyong ditepikeun produsen produk pariwara kasebat, ku kituna urang henteu gampang terprovokasi sarta terpengaruh ku hiji pariwara.

