

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Semiotika Iklan *National Geographic "Planet Or Plastic"* Dalam Menyikapi Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup. Merupakan sebuah iklan dari yayasan *National Geographic* yang memberikna tayangan penuh makna mengenai sampah plastik yang sudah mencemari lingkungan hidup kita yaitu laut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna dari setiap simbol-simbol yang ditampilkan dalam iklan *National Geographic "Planet Or Plastic"* yang ditayangkan di YouTube. Pada penelitian ini makna yang diuraikan menjadi tiga makna sesuai dengan konsep Semiotikan Charles Sander Pierce yaitu representamen, objek dan interpretan. Selain untuk mengetahui makna yang terkandung dari simbo-simbol yang ditampilkan, pada penelitian ini juga ditujukan untuk mengetahui bagaimana konstruksi realitas soial yang coba dibangun melalui iklan tersebut.

Iklan ini menggunakan pendekatan metode kualitatif, dengan pendekatan teori yang digunakan adalah teori semiotika Charles Sanders Pierce. Penelitian kualitatif memungkinkan penelitian untuk dijelaskan secara terperinci dan detail dengan gaya tulisan naratif. Data dan fakta yang ditemukan selama penelitian dijelaskan secara deskriptif kedalam bentuk paragraf.

Berdasarkan hasil penelitian ini makna yang terkandung menunjukkan bahwa setiap simbol yang ditampilkan memiliki pemaknaan yang mengarah pada pesan sosial. Selain itu realitas sosial yang dibangun dalam iklan tersebut memiliki pengaruh sosial yang dapat merubah perilaku dan pandangan masyarakat. Makna yang tersirat dari iklan tersebut adalah mereka ingin menyampaikan bahwa pada saat ini posisi keadaan ekosistem yang ada di bumi sudah mulai rusak dengan ada banyaknya sampah yang menggenang di lautan atau bahkan daratan. Pesan yang ingin disampaikan dari pembuat konten iklan *National Geographic "planet or plastic"* adalah bahwa kerusakan yang ada di bumi akibat pembuangan sampah secara berlebihan sudah sampai tahap yang parah. Sehingga, pihak *national geographic* mengharapkan bahwa masyarakat memberikan perhatian penuh terhadap "kesehatan" bumi itu sendiri.

ABSTRACT

This research is entitled National Geographic Advertising Semiotics Analysis "Planet Or Plastic" in Responding to the Hidden Message About Environmental Concern. It is an advertisement from the National Geographic foundation that gives a meaningful display of plastic waste that has polluted our environment, the sea.

The purpose of this study was to find out the meaning of each of the symbols displayed in the National Geographic ad "Planet Or Plastic" which was hosted on YouTube. In this study the meanings are broken down into three meanings in accordance with the Semiotic concept of Charles Sander Pierce, namely representamen, objects and interpretants. In addition to knowing the meaning contained in the symbol symbols displayed, this study also aims to find out how the social reality construction that is trying to build through these advertisements.

This advertisement uses a qualitative method approach, with the theoretical approach used is Charles Sanders Pierce's semiotic theory. Qualitative research allows research to be explained in detail and in detail in the style of narrative writing. Data and facts found during the study are explained descriptively into paragaraf form.

Based on the results of this study the meaning contained shows that each symbol displayed has a meaning that leads to everything that is cheap and affordable. In addition, the social reality that is built into the ad has social influences that can change the behavior and views of the community. The meaning implied by these advertisements is that they want to convey that at this time the position of the condition of the ecosystems on the earth has begun to be damaged by the amount of rubbish that is pooling in the ocean or even land. The message to be conveyed from the National Geographic ad creator "planet or plastic" is that the damage on earth due to excessive waste disposal has reached a severe stage. So, the national geographic hopes that the community gives full attention to the "health" of the earth itself.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan judulna semiotik Analisis Iklan National Geographic "Plastik or Planét" Dina respon kana pesan Ngeunaan peduli kana lingkungan. Mangrupa iklan ti Yayasan Geographic Nasional nu nyadiakeun gambaran bermakna ngeunaan runtah plastik anu geus ema lingkungan, nyaéta kahirupan laut.

Tujuan pangajaran ieu keur nangtukeun harti unggal sahiji simbol ditampilkeun dina Iklan National Geographic "Atawa Plastik Planét" nu ditayangkan dina YouTube. Dina ulikan ieu, hartina direcah jadi tilu hartos nurutkeun konsép Charles Sander Pierce Semiotikan yén representamen, objék jeung interpretan. Salian nyaho harti simbol ngandung lambang nu dipintonkeun, Dina ulikan ieu ogé dimaksudkeun pikeun manggihan cara pangwangunan kanyataanana sosialis anu coba diwangun ngaliwatan iklan eta.

Panalungtikan Ieu ngagunakeun pendekatan metoda kualitatif, kalayan pendekatan teoritis dipaké nyaéta téori semiotik ti Charles Sanders Pierce. panalungtikan kualitatif ngamungkinkeun panalungtikan bisa digambarkeun dina jéntré tur jéntré kalawan tulisan naratif gaya. Data jeung fakta kapanggih salila panalungtikan kana dua wujud nu disebutkeun dina ayat deskriptif.

Dumasar hasil ulikan ieu nunjukkeun yén hartina ngandung unggal simbol ieu ditémbongkeun ngabogaan harti nu ngabalukarkeun pesen sosial. Salian realitas sosial nu diwangun dina iklan boga dampak sosial nu bisa ngarobah paripolah sarta persepsi. Hartina tersirat tina Iklan ieu nyaeta aranjeunna hoyong disebutkeun yen di titik ieu posisi nagara tina ekosistem di bumi anu ancur kalayan henteu sampah ngeuyeumbeu di sagara atawa malah daratan. Pesen ti Birokrat eusi Ilkan National Geographic "planet atawa palastik" éta karuksakan aya dina bumi alatan pembuangan runtah kaleuleuwihan geus ngahontal tahap parna. Ku kituna, pihak nyangka yén masarakat geografis nasional pikeun méré perhatian pinuh ka "kaséhatan" bumi sorangan.