

ABSTRAK

Nur Habibah, B06209101, 2012. Analisis Semiotik Cerita Animasi Iklan “Paddle Pop” Dalam Iklan Televisi Ice Cream Wall’s. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci : Analisis Semiotik, Animasi, dan Iklan Televisi

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu : (1) Bagaimana pesan semiotik yang terdapat dalam iklan wall’s tersebut, (2) Mengetahui muatan makna edukasi yang ada dalam iklan dengan menggunakan analisis Ferdinand De Saussure.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluru dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan analisis semiotik, yang digunakan untuk menunjukkan makna semiotik yang ada dalam iklan wall’s paddle pop begins 2. Kemudian, data tersebut dianalisis secara kritis dengan menggunakan dasar pemikiran analisis Ferdinand De Saussure, sehingga diperoleh makna yang mendalam yang terdapat dalam iklan tersebut.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) adanya kandungan pesan edukasi dalam iklan Wall’s Paddle Pop Begins 2, yaitu berupa sikap yang dimiliki oleh pemeran utama, yaitu Paddle Pop. Sikap-sikap ini terdiri dari, sebagai berikut: Sosok singa yang pintar, Sosok singa yang aktif, Sosok singa yang pantang menyerah, Sosok singa yang Petualang, dan Sosok singa yang pemberani. (2) Adanya unsur semiotik dalam bentuk audio visual dalam iklan Wall’s Paddle Pop Begins 2, yang berupa gerakan visual yang dilakukan oleh pemeran utama dalam iklan ini. Gerakan ini memiliki makna, makna inilah yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teori Ferdinand De Saussure. Dalam iklan ini setidaknya ada lima gambar yang memiliki makna, makna yang ada dalam gambar inilah yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis Ferdinand De Saussure, berupa : Pintar, Aktif, Pantang menyerah, Petualang, dan Pemberani

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan analisis semiotik dalam iklan adalah (1) Iklan Paddlepop Begins merupakan iklan animasi dan dikemas dalam bentuk drama animasi, sehingga akan mudah di mengerti oleh anak-anak. Akan tetapi kadang orang tua kurang setuju dengan iklan animasi, karena animasi berdampak buruk bagi perkembangan anak-anak, karenanya sebaiknya unsur edukasi lebih ditonjolkan. (2) Dalam pembuatan iklannya, wall’s selalu menayangkan beberapa iklan yang berbeda hanya untuk mempromosikan kemunculan ice cream barunya, hal ini tentunya hanya akan membuang dana saja, karenanya sebaiknya iklan dikemas dalam dua promosi iklan saja, dan sebaiknya ditunjukkan juga manfaat dari ice cream tersebut.