

ABSTRAK

Ibrahim Arsyad, B06209068, 2013. Representasi Kreativitas Iklan Rokok A Mild Sampoerna Versi Orang Pemimpi (Analisis Semiotik Roland Barthes).

Kata kunci : Representasi Semiotika, Iklan A Mild

Penelitian yang mengangakat iklan sebagai obyek penelitian, menjadi hal yang menarik bagi peneliti. Karena iklan merupakan media yang memiliki tanda visual yang berhubungan dengan tanda yang ada di masyarakat. Tiap tanda memiliki relasi/asosiasi, sehingga menghasilkan makna yang tergantung dari sudut pandang pembaca iklan. Peneliti mengambil iklan sebagai objek penelitian yaitu iklan yaitu iklan a mild versi “Orang Pemimpi”, iklan tersebut menurut peneliti memiliki nilai-nilai yang terdapat dalam tanda – tanda seperti gambar, *setting*, *property*, *gesture* dan kostum, dll.

Studi mengenai tanda atau Semiotika ini, peneliti menggunakan teori Roland Barthes tentang signified, signifier, denotatif dan konotatif. Dalam iklan ini bertujuan untuk mengkritik kondisi masyarakat, fenomena yang ada di masyarakat bahwa konstruksi makna dalam iklan masih mempengaruhi seseorang dalam pergaulan, berfikir, berkomunikasi, berpendapat, birokrasi, dll. Sehingga paham seperti ini menghambat perkembangan masyarakat itu sendiri.

Kritikan masyarakat melalui tanda-tanda dalam iklan A Mild ini, melalui tampilan seorang lelaki, suara, tinggi – rendah, jauh – dekat, ekspresi lelaki. Maka representasi iklan tersebut mengarah pada tanda yang berhubungan dengan relasi sosial.