

ABSTRAKSI

Nama / NIM : Tanto Wibowo / 10072010
Judul : Iklan dan Kritik Sosial (Analisis Semiotik Dalam Iklan dan Djarum 76 Versi “Wani Piro”
Bibliografi : 7 buku + 1 video +76 halaman

Dalam perjalanannya sebagai penggerak industrialisasi, iklan bukanlah sebuah karya kreatif yang bisa bebas berekspresi dan bereksplorasi seperti halnya sebuah karya seni. Adanya regulasi Pemerintah dalam penayangan iklan rokok semakin ‘menyudutkan’ ruang gerak para produsen beserta biro iklan rokok untuk memproduksi dan mendistribusikan iklannya. Berawal dari situlah akhirnya penulis menjadikan iklan rokok Djarum 76 versi “Wani Piro” sebagai subyek sekaligus obyek penelitiannya. Selain itu, ketertarikan penulis pada pemilihan iklan rokok Djarum 76 versi “Wani Piro” sebagai obyek penelitian lebih dikarenakan iklan tersebut merupakan sebuah karya kreatif dan satu-satunya iklan komersial yang secara langsung mengangkat realitas korupsi dan kebobrokan sistem di negeri ini sebagai ide iklan, yang di dalamnya banyak terkandung substansi penandaan yang mengandung kritik sosial.

Kritik sosial dipahami sebagai sebuah bentuk komunikasi yang dikemukakan baik dalam bentuk tulisan maupun lisan, berkenaan dengan masalah interpersonal, serta mengontrol jalannya sistem sosial

Berdasarkan penyajian data diatas, maka penulis menggunakan analisa semiotika model Pierce, karena model analisis semiotika berdasarkan obyeknya model Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya, potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan

ubtansi kritik sosial yang terkandung dalam iklan adalah bahwa iklan ingin memberikan penyadaran kepada masyarakat atau merefleksikan tentang fenomena korupsi yang sulit untuk diberantas dan bahkan mustahil untuk dihilangkan di negeri ini. Maka, teks yang diucapkan pemuda dalam iklan yang berbunyi “korupsi, pungli, sogokan hilang dari muka bumi”, harus dikoreksi juga menjadi “korupsi, pungli, sogokan diberantas dari muka bumi”. Kata “diberantas” lebih mungkin untuk bisa direalisasikan dan lebih bersifat rasional daripada kata “dihilangkan”. Inilah kesimpulan akhir dari kritik sosial yang terkandung dalam iklan Djarum 76 versi “Wani Piro”.

Kata kunci : iklan; kritik sosial; analisa semiotika

ABSTRACT

Nama / NIM : Tanto Wibowo / 10072010
Judul : Iklan dan Kritik Sosial (Analisis Semiotik Dalam Iklan dan Djarum 76 Versi “Wani Piro”
Bibliografi : 7 buku + 1 video +76 halaman

In its journey as a driver of industrialization, advertising is not a creative work that can be free to express and explore as well as a work of art. The existence of Government regulation in cigarette advertisement increasingly 'cornering' the space of producers and advertising agency to produce and distribute its advertisement. Starting from there finally the writer made cigarette ads Djarum 76 version "Wani Piro" as the subject as well as object of his research. In addition, the interest of the author on the selection of cigarette ads Djarum 76 version of "Wani Piro" as the object of research is more because the ad is a creative work and the only commercial advertising that directly raised the reality of corruption and kebobrokan system in this country as an advertising idea, which In which many contained the substance of marking containing social criticism.

Social criticism is understood as a form of communication expressed both in written and oral form, with regard to interpersonal problems, as well as controlling the course of the social system

Based on the presentation of the above data, the authors use semiotics analysis Pierce model, because the model of semiotic analysis based on the object model Pierce split the icon (icon), index (index), and symbol (symbol). Icons are a sign that the relationship between the marker and its signature are simultaneous natural forms. Or in other words, an icon is a relationship between a sign and an object or reference of a similar nature; For example, portraits and maps. Index is a sign that indicates a natural relationship between sign or marker that is causal or causal relationship, or a sign that directly refers to the fact

The social criticism substance contained in advertising is that advertising wants to provide awareness to the community or reflect on the phenomenon of corruption that is difficult to eradicate and even impossible to eliminate in this country. Thus, the text spoken by the youth in advertisements that read "corruption, illegal levies, bribes disappear from the face of the earth" must be corrected as well as "corruption, illegality, bribery eradicated from the face of the earth". The word "eradicated" is more likely to be realized and more rational than the word "eliminated". This is the final conclusion of social criticism contained in Djarum 76 advertisement version of "Wani Piro"

Keyword : advertise; social critics; semiotic analyze