



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Wahyu Sudrajat (44309120014)

**PEMAKNAAN GAMBAR BAHAYA MEROKOK DALAM IKLAN ROKOK
DJARUM MEDIA BILLBOARD TAHUN 2014**

ABSTRAKSI

Begitu banyaknya korban jiwa yang meninggal diakibatkan oleh rokok yang mencapai angka 200.000 ribu jiwa menjadi permasalahan sendiri. Berbagai penyakit yang ditimbulkan oleh pemakai rokok dan asap rokok yang terhirup menjadi dilema tersendiri bagi pemerintah. Dikarenakan cukai dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi di industri ini. Objek penelitian ini diambil dari iklan rokok milik rokok Djarum.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui kontruksi makna-makna yang terbentuk dalam iklan bahaya merokok. Kajian ini menggunakan semiotika dan mengambil teori Charles Sanders Peirce. Dimana lebih mengedepankan pemaknaan terhadap tanda, karena Peirce beranggapan bahwa tanda sama dengan logika dan semua bisa diartikan tergantung persepsi yang mengartikan tanda tersebut.

Hasil penelitian ini membahas bagaimana kontruksi makna-makna terbentuk dan mengidentifikasi setiap tanda baik verbal maupun non verbal untuk di analisa. Segitiga makna Peirce dalam penelitian ini menjadi yang ditonjokan karena mengidentifikasi tanda-tanda seperti gambar asap, gambar tengkorak dan pemaknaan terhadap makna tulisan.

Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa kontruksi dari iklan bahaya rokok menghasilkan sebuah makna asap rokok lebih berbahaya daripada si penghisap rokoknya. Itu teridentifikasi dari tampilan 2 gambar tengkorak dan pemaknaan gambar asap. Semiotika dalam analisa ini berperan penting dalam mengkontruksikan makna yang ada.