

Ega Yosan Saleh (44310010075)

**REPRESENTASI NILAI-NILAI BUDAYA POLITIK DALAM IKLAN TVC
L.A. LIGHTS VERSI CARI YANG KERJA: (Analisis Semiotika Roland
Barthes Terhadap Representasi Nilai-Nilai Budaya Politik dalam Pesan Iklan
TVC)**

ix + 86 halaman, + 1 lampiran, 22 buku (1974-2014)

ABSTRAKSI

Iklan adalah pesan yang setiap hari disajikan di televisi, radio, atau pun gambar. Iklan diciptakan memang untuk mendorong atau membujuk penonton yang jadi target market. Sebagai sistem pertandaan, iklan menjadi sebuah bangunan representasi. Hal ini jadi lebih menarik karena dalam iklan ada sebuah makna sosiokultural dikonstruksi. Tampilan iklan senantiasa melibatkan tanda dan kode yang secara mendasar mengartikan iklan adalah sesuatu yang memproduksi makna. Budaya politik selalu berubah mengikuti ruang dan waktu fenomena budaya politik berkembang padasaat moment tertentu.

Dalam penelitian ini menggunakan studi semiotika dari Roland Barthes yang membahas tentang tanda dan makna juga lambang verbal dan non verbal selain itu pengertian tentang budaya dan budaya politik dibahas lebih rinci juga bagaimana penggunaan elemen-elemen yang ada dalam iklan yang menjadi proses tanda dan makna.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian interpretatif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika dari Roland Barthes yang juga digubakan sebagai teknik analisis data dimana dalam teori tersebut analisis

menggunakan tiga kategori seperti yang digunakan oleh Roland Barthes yaitu pesan linguistik, pesan ikonik terkodekan dan pesan ikonik tak terkodekan.

Hasilnya ada dua tanda utama yang muncul dalam penelitian ini yaitu kata “cari yang kerja” serta “let’s do it” yang jika dihubungkan kata tersebut digunakan sebagai penekanan dari lambang ‘ayola kukan’ bahwa iklan ini sedang menghimbau calon pemimpin yang akan menjabat selalu menjalankan kewajibannya.

