

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising  
POLIN  
44311120099

Analisis Makna dalam Iklan Cetak Billboard A Mild Menthol Versi Kejenuhan Segar Go Ahead ? (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)  
Jumlah halaman: vi + 67 Halaman  
Bibliografi: 16 Buku + 7 Internet, Tahun 1990 - 2013

### ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu kegiatan komunikasi dalam pemasaran yang digunakan untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa, dan iklan biasanya terdiri atas susunan tanda, baik itu tanda verbal dan non verbal yang terdapat dalam iklan, khusus dalam iklan cetak billboard A Mild Menthol versi kejenuhan segar yang akan di teliti Makna yang terdapat pada iklan ini.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika charles sanders peirce, dimana melihat tanda dari sesuatu yang mewakili segitiga makna pada teori charles sanders peirce, dengan menganalisis tanda berdasarkan klasifikasi utama yaitu : *sign*, *object* dan *interpretant* yang terdapat pada iklan cetak billboard A Mild Menthol versi Kejenuhan Segar Go Ahead.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif interperatif, yaitu dengan metode observasi di mana peneliti mengamati langsung objek, untuk mengidentifikasi objek yang diteliti serta dipaparkan, dianalisis dan kemudian dimaknai, dan dalam proses pemaknaan tanda-tanda di kelompokkan kedalam dua kategori yaitu tanda verbal yaitu berupa teks yang digunakan dalam iklan dan tanda non verbal berupa visual yang terdapat dalam iklan cetak A Mild Menthol versi Kejenuhan Segar Go Ahead.

Berdasarkan hasil analisis pada iklan cetak billboard A Mild Menthol versi Kejenuhan Segar Go Ahead melalui teori semiotika, yaitu pada tanda verbal dan non verbalnya iklan ini menunjukkan sebuah keadaan sosial budaya yang ada pada masyarakat, serta ingin mengubah stigma yang terdapat pada masyarakat mengenai produk tersebut, serta menunjukkan karakteristik produk dalam iklan cetak billboard A Mild Menthol versi Kejenuhan Segar Go Ahead.