



**Bidang Studi Advertising & Marketing Communications
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

ABSTRAKSI

ALEX DESRIZAL

44305010037

REPRESENTASI MODERNITAS

(Analisis Semiotika roland barthes iklan Holcim Versi “Blok Q No.1”)

xii halaman + 80 halaman ; 4 tabel ; 2 bagan

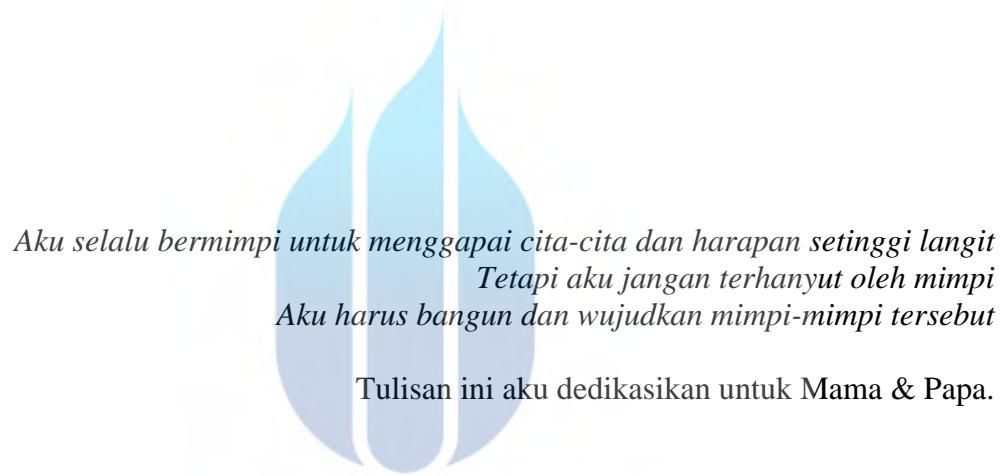
Bibliografi : 16 buku (1990-2008) ; 1 artikel situs internet

Dalam menciptakan sebuah iklan tidak hanya harus mempertimbangkan berbagai atribut kualitas dari suatu produk untuk diiklankan, melainkan juga bagaimana pembuat iklan dapat membuat suatu produk menjadi sesuatu yang bermakna bagi calon konsumen, dengan sedapat mungkin makna yang disampaikan melalui pesan iklan mengena/dekat dalam benak calon konsumen dan bermakna sesuatu, yang dekat dengan sudut pandang banyak orang. Dengan rangkaian berupa makna yang dekat dengan calon konsumen dimana rangkaian makna yang disajikan dalam iklan merupakan ideologi yang dibawa oleh pengiklan, dimana pengiklan memberikan makna kepada suatu produk dan mencoba untuk mengkomunikasikan sebuah informasi, menciptakan kesadaran, mengembangkan citra serta mengubah sikap calon konsumen terhadap suatu produk agar berprilaku sesuai keinginan pengiklan.

Maka dari itu iklan tidak hanya sekedar memberikan informasi kepada khalayak, namun juga harus mampu membujuk khalayak agar berprilaku sedemikian rupa sesuai dengan harapan dari produsennya. Iklan memiliki alat komunikasi yang terdiri atas bahasa, gambar, warna, dan bunyi. Alat-alat tersebut merupakan tanda-tanda yang memiliki makna tertentu. Dan dapat diketahui dengan cara melakukan interpretasi terhadap tanda-tanda tersebut terlebih dahulu.

Penelitian ini menggunakan semiotika dengan teori Roland Barthes, tanda-tanda pada kedua versi iklan televisi tersebut diinterpretasikan secara mendalam sehingga diharapkan dapat memberikan penjelasan terperinci tentang kandungan makna dari tanda-tanda pada iklan yang diteliti tersebut.

Dari hasil penelitian tersebut diperoleh kesimpulan bahwa iklan TVC Holcim Versi ”Blok Q No.1” mengemban ideologi Modernitas yang dipresentasikan melalui tanda-tanda iklan yang ada dalam iklan tersebut.



*Aku selalu bermimpi untuk menggapai cita-cita dan harapan setinggi langit
Tetapi aku jangan terhanyut oleh mimpi
Aku harus bangun dan wujudkan mimpi-mimpi tersebut*

Tulisan ini aku dedikasikan untuk Mama & Papa.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA