UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

RENDIA FACHMI LAVIAN

PEMAKNAAN RAMAH LINGKUNGAN PADA POSTER IKLAN AIR MINERAl ADES
(Analisis SemiotikaPada Poster Iklan Air Mineral Adesversi "Langkah Kecil MemberikanPerubahan")

(viii + 74 halaman)

ABSTRAKSI

Iklan merupakan salah satu teks media yang didalamnya terdapat banyak tanda. Tanda-tanda tersebut tersusun didalam sebuah struktur teks iklan yang biasanya mengandung lambang verbal dan lambang visual yang akhirnya mempunyai makna tertentu. Dengan demikian permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana pemaknaan ramah lingkungan pada iklan poster Air Mineral Ades?

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan semiotika sebagai alat bedah untuk proses pemaknaan. Dalam penelitian ini teori yang digunakan lebih mengacu kepada teori analisis semiotika, karena untuk melihat makna ramah lingkungan dari tanda-tanda yang tersusun di dalam iklan. Dengan pendekatan menurut Charles S. Pierce.

Dari hasil penelitian dengan pendekatan semiotika terhadap tanda-tanda dalam iklan poster air mineral ades versi "Langkah Kecil Memberikan Perubahan" maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tanda-tanda yang mengarah pada makna ramah lingkungan terdapat pada suatu tindakan dan visualisasi iklannya.