

## ABSTRAK

**Nuke Wulandari (55215110045)**

**Pemaknaan ASI Pada Iklan Susu Formula S26 Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**Jumlah Halaman : xii + 111 halaman**

**Bibliografi : 28 Acuan, Tahun 1992-2013**

Objek penelitian ini adalah arahan atau acuan untuk menemukan masalah yang sebenarnya. Adapun yang menjadi objek penelitian disini adalah iklan susu formula S26 Procal Gold Versi Jadikan Pintarnya Bersinar yang berdurasi 30 menit. Penelitian ini bertujuan untuk melihat simbol-simbol yang menunjukkan adanya pergeseran makna Air Susu Ibu atau ASI baik secara audio maupun video berdasarkan makna konotasi, denotasi, dan mitos yang terkandung dalam iklan susu formula S26 Procal Gold. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Tehnik pengumpulan data primer menggunakan dokumentasi pada iklan susu formula S26 Procal Gold versi Youtube dengan menyaksikan iklan tersebut secara keseluruhan terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan melakukan pemilihan *scene per scene* yang dapat digunakan untuk menganalisis mitos. Kemudian pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang ada, baik berupa buku teks, majalah, jurnal, website, maupun bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Tipe penelitian ini menggunakan Metode Analisis Kualitatif. Melalui penelusuran kualitatif, hasil penelitian pada iklan susu formula S26 Procal Gold ini adalah ditemukannya kesadaran semu bahwa Susu formula S26 Procal Gold menciptakan makna pada para wanita bahwa memberikan susu formula lebih efisien dan baik karena kandungannya yang mirip ASI, kemudian melalui media, iklan susu formula S26 Procal Gold membuat pergeseran makna dari ASI dimana tugas seorang ibu yang alamiah yaitu kewajiban menyusui dan merawat anak menjadi beralih memberikan susu formula karena kandungannya yang mirip ASI adapula temuan bahwa Susu formula S26 Procal Gold membentuk kesadaran semu pada wanita dimana wanita menjadi komoditas yang dijual demi keuntungan. Wanita digambarkan sebagai seorang ibu yang merawat, mengasuh dan memberikan nutrisi kepada anak padahal hal tersebut adalah tugas kedua orang tua untuk menjamin tumbuh kembang anak. Dengan adanya penelitian ini diharapkan muncul regulasi yang mengatur iklan susu formula agar tidak menggeser makna ASI yang sesungguhnya dan adanya penyebaran informasi mengenai pentingnya memberikan ASI eksklusif kepada ibu dan ayah baru.

**Kata Kunci : Industri Budaya, Susu Formula, ASI, Ideologi, Mitos dan Regulasi Iklan**

## ABSTRACT

**Nuke Wulandari (55215110045)**

**Meaning of Breast Milk In Formula S26 Procal Gold Ads Make The Smart Shining (Semiotic Roland Barthes Analysis)**

**Number of Pages: xii + 111 pages**

**Bibliography: 28 References, Year 1992-2013**

The object of this study is the direction or reference to find the real problem. As for the object of research here is the formula milk ads S26 Procal Gold Version Make Pintarnya Shine a duration of 30 minutes. This study aims to see the symbols that show a shift in the meaning of breast milk or milk both audio and video based on the connotation, denotation and myths that are contained in S26 Procal Gold formula milk ads. The paradigm used in this research is a critical paradigm. Primary data collection techniques using documentation on S26 Procal Gold infant formula advertising Youtube by watching the ad in its entirety first, then proceed by choosing a scene per scene that can be used to analyze the myth. Then the secondary data collection is obtained through existing literature studies, whether in the form of textbooks, magazines, journals, websites, or other written materials related to the subject matter.

This type of research uses Qualitative Analysis Method. Through qualitative searches, the results of research on the S26 Procal Gold formula milk ads are the discovery of a false consciousness that S26 Procal Gold formula creates meaning to women that giving formula milk is more efficient and good because of its milk-like content, then through media, S26 Procal Gold makes a shift in the meaning of breast milk where the natural mother's task of breastfeeding and caring for children is shifting to formula milk because of its breast-like content, the finding that S26 Procal Gold formula forms a false consciousness in women where women become a commodity sold for Profit. Women are described as a mother who cares, nurture and provide nutrition to the child when it is the task of both parents to ensure the growth and development of children. With this research is expected to emerge regulations regulating the advertising of formula milk so as not to shift the meaning of real milk and the dissemination of information about the importance of giving exclusive breastfeeding to new mothers and fathers.

**Keywords: Culture Industry, Formula Milk, Breast Milk, Ideology, Advertising Myths and Regulations**