Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*

Muhammad Amas Dzulyana (44215120145)
Analisis Semiotika Pesan Makna Pada Iklan Pesona Indonesia versi Destinasi Pesona Indonesia 2017
(i-vii) + 111 Halaman + 5 Bab + 12 Buku + 4 Situs Internet + 4 Lampiran

ABSTRAK

Iklan merupakan media menyampaikan pesan yang efektif, *Youtube* adalah media yang sering digunakan untuk beriklan, karena *Youtube* media yang berbasis online yang sering digunakan oleh khalayak dan *Youtube* mempunyai durasi yang cukup lama sehingga dapat menyampaikan pesan secara detail dan efektif dalam mengkampanyekan pesan dalam iklan. Kementerian Pariwisata melalui *brand* Pesona Indonesia melakukan kampanye dengan memasang iklan di *Youtube* dengan judul Destinasi Pesona Indonesia. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui makna pesan pada iklan Destinasi Pesona Indonesia 2017.

Teori yang digunakan adalah teori Semiotika Ferdinand De Saussure yang menjelaskan bahwa tanda memiliki unsur yang saling berhubungan yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) , penanda yakni bunyi atau coretan bermakna, dan petanda yakni gambar atau konsep sesuatu dari penanda. Hubungan antara kedua konsep tersebut disebut signifikasi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisa semiologi komunikasi. Sebagai sebuah penelitian deskriptif, penelitian ini hanya memaparkan situasi atau wacana, tidak mencari hubungan, tidak menguji hiotesis atau membuat prediksi.

Secara keseluruhan penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Makna-makna yang terkumpul pada iklan Destinasi Pesona Indonesia 2017 memberikan arti tujuan dari Kementerian Pariwisata, bahwa Kementerian Pariwisata destinasi wisata dalam negeri sangat kaya dan indah, banyak pilihan destinasi wisata yang ada di Indonesia, mulai dari wisata alam, wisata seni budaya, sejarah hingga wisata modern ada di Indonesia.

http://digilib.mercubuana.ac.id/