



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**RIDWAN HERSANDI (44314010056)**

**MAKNA HIPERREALITY IKLAN TVC CADBURY FIVE STAR 2018 VERSI “RASANYA BISA HANYUTKAN DIRI”**

Bibliografi : 15 Buku Acuan, tahun 2007 – 2014, 1 Jurnal

Jumlah Halaman : 77 Halaman + 1 lampiran

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji tentang makna hiperreality iklan tvc Cadbury five star 2018 versi “Rasanya bisa hanyutkan diri”. Objek yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah potongan-potongan adegan dalam makna iklan tvc Cadbury five star 2018 versi “Rasanya bisa hanyutkan diri”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna hiperreality iklan tvc Cadbury five star 2018 versi “Rasanya bisa hanyutkan diri”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu iklan pada media televisi, iklan sebagai konstruksi, pesan di dalam iklan juga akan mempengaruhi bagi yang melihatnya semiotika, semiotika komunikasi periklanan, semiotika Charles Sanders Peirce, kode dan teks.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan paradigma kritis, merupakan suatu cara pandang terhadap realitas sosial yang senantiasa diliputi rasa curiga dan kritis terhadap realitas tersebut. Penelitian ini juga menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang diringkas ke dalam konsep triadik dengan menggunakan segitiga semiotik Peirce. Tiga hal yang dianalisis pada iklan dengan menggunakan segitiga semiotik Peirce, yaitu (1) *Representament*, (2) *Object*, (3) *Interpretant*. Dengan membagi tanda (*representament*) menjadi tiga yang lazim digunakan dalam kajian semiotika, yaitu (1) Ikon, (2) Indeks, dan (3) Simbol. Serta satu jenis dalam pengukuran kualitas tanda yang digunakan yaitu (1) *Qualisign*.

Iklan Tvc Cadbury five star 2018 versi “Rasanya bisa hanyutkan diri” terbentuk sebuah makna pesan bahwa banyak keinginan setelah memakan coklat Cadbury five star. Banyak ketidakterhubungan yang di munculkan di dalam iklan Cadbury five star 2018 versi “Rasanya bisa hanyutkan diri”

Kata Kunci: Iklan televisi, makna pesan, semiotika, semiotika charles sanders pierce, iklan Cadbury five star 2018