

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Makna Simbol Senyum Pada Iklan LAY'S "Semiotika Iklan LAY'S *Smile Pack* Versi Tvc 2017" Semiotika Charles Sanders Peirce mengenai makna senyuman yang ada pada iklan tersebut dengan potongan-potongan adegan dalam iklan tersebut. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui makna senyum dalam iklan LAY'S "versi tvc 2017" di media televisi.

Penelitian ini bersifat kualitatif serta menggunakan paradigma konstruktivis dan metode Semiotika Charles Sanders Peirce, karena penulis ingin mengkaji makna yang terkandung dalam iklan LAY'S *Smile Pack* "versi tvc 2017" dengan cara semiotik yang dipelopori oleh pemikiran Charles Sanders Peirce, berdasarkan *Object*, *Representament* dan *Interpretant*. Data diperoleh dengan cara melalui pengamatan dan analisis konten, serta ditambah dengan pengumpulan melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap orang harus bisa tersenyum dalam keadaan bagaimanapun. Senyum merupakan tanda awal ketulusan hati yang lebih berharga dari sebuah hadiah. Makna senyuman bisa dilihat dari raut wajah sesuai dengan senyumannya, Walaupun dalam iklan tersebut terlihat ada senyuman palsu atau pura-pura akan tetapi itu salah satu cara untuk mendapatkan hubungan yang baik kepada orang lain.

**Kata Kunci:** Makna Senyum, Semiotika Charles Sanders Peirce, Iklan LAY'S *Smile Pack*

## **ABSTRACT**

*This research entitled a symbol meaning in LAY'S commercial "Semiotics for LAY'S Smile Pack Tvc 2017 Version" Semiotics Charles Sanders Peirce in regard the meaning of smile in LAY'S commercial through the pieces of scene in the ads. This research aims to know the meaning of smile in LAY'S "tvc 2017 version" in television media.*

*This research approach qualitative design and using the constructivist paradigm and Charles Sanders Peirce's Semiotic method, because the researcher wants to review a meaning that contained in LAY'S Smile Pack Commercial "tvc 2017 version" with semiotic method which was pioneered by Charles Sanders Peirce, based on Object, Representant and Interpretant. The data were obtained through observation and content analysis and added by collectation through library studies.*

*The result of this research showing that every person must be able to smile in any circumstances. Smile is an early sign of sincerity that is more valuable than a gift. The meaning of smile can be seen from the appearance of the face according to their smile, although there were a fake smile on the ads but it is one of the ways to get a good relationship with other people.*

**KEY WORDS:** *The Meaning of Smile, Charles Sanders Peirce's Semiotics, LAY'S Smile Pack Commercial.*