



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication  
44316120096

Makna Iklan Kondom Durex di Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce terhadap Iklan Audio Visual Durex iNViSiBLE versi #BerasaBeneran)  
Bibliografi: 5 Bab 72 hal + 1 Lampiran + 10 Buku + 7 Penelitian Ilmiah

## ABSTRAK

Umumnya iklan selalu menunjukkan gambaran produk dalam setiap tayangannya. Namun, *trend* iklan alat kontrasepsi seperti kondom cenderung tidak menampilkan produk, melainkan hanya pencitraan terhadap produk. Adanya kesan tabu di masyarakat Indonesia pada produk kondom mempersulit pengemasan pesan dan kebebasan jam tayang iklan. Untuk mengenalkan produk terbarunya yaitu Durex iNViSiBLE, Durex mengiklankan produknya dalam bentuk iklan audio visual berseries atau iklan *webseries* yang ditayangkan di *platform digital* Youtube. Iklan *webseries* terbaru yang dikeluarkan oleh Durex Indonesia mengusung tema #BeneranBerasa yang menceritakan tentang perasaan dua sejoli dan berhasil mendapatkan lebih dari 2 juta penonton. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan tujuan penelitian untuk menemukan makna dibalik tanda-tanda yang digunakan pada iklan dan menyingkap pesan tersembunyi dalam iklan Durex iNViSiBLE versi #BerasaBeneran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis konsep dan teori semiotika dari Charles Sanders Peirce. Objek penelitian ini adalah Iklan Durex iNViSiBLE versi #BerasaBeneran dengan 6 episode sebagai unit analisis. Hasil penelitian menyatakan makna #BerasaBeneran, yang menjadi tagline iklan ini mempunyai makna “terasa sebagaimana harusnya”. Perasaan yang dirasakan hanya seperti sensasi terasa bagi, bukan benar-benar terjadi seperti kenyatannya, perasaannya hanya dipalsukan dan pemaknaan seperti ini lah yang terlihat dinginkan oleh Durex sebagai pengiklan. Berasa beneran yang digambarkan di iklan ini terdiri dari beberapa kategori, antara lain; berasa dekat, berasa pacaran, berasa jauh, berasa rindu dan berasa kangen. Melalui iklan ini juga Durex ingin membangun citra yang positif dengan menunjukkan bahwa produk kondom tidak selalu berbicara tentang hubungan intim atau hubungan suami istri, tapi juga mendorong terciptanya momen dan komunikasi yang bermakna serta berkualitas yang nantinya bisa berlanjut kehubungan yang lebih intim.

**Kata kunci :** Makna Iklan, Makna Iklan Kondom, Durex, Semiotika, Charles Sanders Peirce



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication  
44316120096

The Meaning of the Durex Condom Ad on Youtube (Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis of the Durex iNViSiBLE's Audio Visual Advertising #BerasaBeneran version)

Bibliografi: 5 Chapter 72 Pages + 1 Enclosures + 10 Books + 7 Researches

## ABSTRACT

Advertisements generally show a picture of their product in every available ad outlet. However, for contraceptives' advertisement such as condoms tends not to display the product explicitly, but rather only render the product vaguely. Deemed as taboo in Indonesian culture to speak sexual content include the condom products, makes the advertisement find a hard way in delivering their message and having flexible time to air. To introduce their latest product, the Durex iNViSiBLE, Durex publicizes the products in the form of series audio visual advertisements or webseries that is available on the YouTube digital platform. The latest webseries ad released by Durex Indonesia is under theme #BeneranBerasa, which narrates the feelings of two lovebirds and manage to get over to 2 million viewers. This study uses a constructivist paradigm with aim to find the meaning behind the signs used in advertisements and to reveal hidden messages in the Durex iNViSiBLE ad #BerasaBeneran version. This study uses a qualitative method with concepts analysis and theories of semiotics from Charles Sanders Peirce. The object of this research is the Durex iNViSiBLE ad version #BerasaBeneran with 6 episodes as the unit of analysis. The results of the study states the meaning of #BerasaBeneran, which became the tagline of this ad has the meaning "felt as it should". Feelings that are felt is only sensations like, unlike happens in the reality, their feelings are only falsified and meaning like this is what Durex wants as an advertiser. #BerasaBeneran depicted in this advertisement consists of several categories, including; feeling close, feeling dating, feeling distance, feeling homesick and feeling longing. Through this advertisement, Durex also wants to build a positive image by showing that condom products are not always about intimate relationships or marital relations, but also encourage the creation of meaningful and quality moments and communication that can later lead to deeper intimate relationships.

**Keywords :** The Meaning of Advertising, The Meaning of Condom Advertising, Durex, Semiotics, Charles Sanders Peirce