

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Broadcasting
Faisal Hidayat
44116120016

Analisis Pesan Peduli Lingkungan Pada Iklan Rokok Sampoerna A Mild Versi
“Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” Di Televisi
Bibliografi : 5 Bab 72 hal + 25 Buku + 9 Jurnal + 5 Website

ABSTRAK

Media televisi merupakan alat komunikasi massa yang dapat menjangkau masyarakat dalam jumlah luas. Produk media yang mempunyai kemampuan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat salah satunya adalah iklan televisi. Tampilan visual dan pesan dalam iklan dikemas secara menarik supaya dapat diterima oleh khalayak. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pesan peduli lingkungan yang terdapat pada iklan rokok Sampoerna A Mild Versi “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” di televisi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas. Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam bukunya *The social construction of reality : a treatise in the sociology of knowledge*. Bagaimana setiap manusia mengartikan realitas kehidupan sehari-hari dan memperolehnya melalui pengetahuan serta tindakan untuk membimbing perilaku mereka. Pesan peduli lingkungan merupakan hasil konstruksi realitas sosial bagaimana iklan rokok Sampoerna A Mild versi “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” memberikan pengetahuan perilaku serta tindakan di kehidupan sehari-hari dalam mencitrakan produknya.

Metode yang digunakan adalah Semiotika Charles Sanders Peirce. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda yang menghasilkan suatu makna. Teori Charles Sanders Peirce menjelaskan konsep segitiga makna yang terdiri dari tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Unit analisis yang digunakan adalah potongan adegan iklan rokok Sampoerna A Mild Versi “Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja” yang berkaitan dengan *mise en scene* dan pesan peduli lingkungan yang didapat dari observasi iklan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa realitas yang digambarkan di kehidupan melalui pesan peduli lingkungan tentang membuang sampah pada tempatnya dan memilah sesuai dengan jenis sampah pada adegan iklan rokok Sampoerna A Mild, sebagian besar sama dengan perilaku sehari-hari dan *mise en scene* dalam iklan ini dikemas secara menarik dengan properti yang digunakan, kostum, blocking pemain, teknik pengambilan gambar dan posisi kamera sehingga pesan yang disampaikan dapat tergambarkan dengan baik.

Kata Kunci : Iklan, Peduli Lingkungan, Semiotika

Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Broadcasting Study Program
Faisal Hidayat
44116120016

Analysis of Environmental Care Messages in Sampoerna A Mild Cigarette Advertisements Version of " Nothing Just Like That " On Television
Bibliography : 5 Chapter 72 page + 25 Books + 9 Journals + 5 Websites

ABSTRACT

Television media is a mass communication tool that can reach a wide number of people. Media products that have the ability to change people's knowledge, attitudes and behavior, one of which is television advertising. The visual appearance and message in the advertisement are attractively packaged so that it can be accepted by the audience. The purpose of this study was to analyze the message of environmental care contained in the Sampoerna A Mild cigarette advertisement version " Nothing Just Like That " on television.

*The theory used in this study is the theory of the construction of reality. According to Peter L. Berger and Thomas Luckmann in his book *The social construction of reality : a treatise in the sociology of knowledge*. How each human being interprets the realities of everyday life and acquires them through knowledge and actions to guide their behavior. The message of caring for the environment is the result of the construction of social reality how the Sampoerna A Mild cigarette advertisement version of " Nothing Just Like That " provides knowledge of behavior and actions in daily life in branding its products.*

The method used was the Semiotics of Charles Sanders Peirce. Semiotics is the science that studies the sign that produces a meaning. Charles Sanders Peirce's theory explains the concept of a triangle of meanings consisting of signs, objects, and interpretants. This study uses a constructivist paradigm that views that reality is the result of construction or the formation of humans themselves, The unit of analysis used is a cut of the Sampoerna A Mild cigarette advertising scene version "Gak Ada Yang Ilang Gitu Aja" which is related to the mise en scene and environmental care messages obtained from advertising observations

Based on the results of the research obtained, it shows that the reality depicted in life through environmental care messages about throwing garbage in its place and sorting according to the type of garbage in the Sampoerna A Mild cigarette advertising scene, most of which are the same as daily behavior and the mise en scene in this ad is attractively packaged with the property used, costum, blocking players, shooting techniques and camera position so that the message conveyed can be depicted properly.

Keywords :Advertising, Environmental Care, Semioti