



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Visual Communication
Yuriene Kenyo Asri Afrianto
44411010039

Representasi Murah Dalam Iklan Provider
(Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan 3 Indie + Versi Eksmud)
Jumlah Halaman : 109 halaman
Bibliografi : 21 acuan, Tahun 1985-2013

ABSTRAK

Iklan televisi komersil mampu meningkatkan penjualan karena memberikan respon langsung untuk membeli produk tersebut. iklan provider yang menampilkan harga murah sebagai harga saing untuk kompetitornya. Salah satunya iklan provider 3 Indie+ versi eksmud yang menawarkan layanan prabayar pelayanan pascabayar dengan menampilkan perilaku anak yang menirukan orang dewasa untuk memaknai makna murah. Sehingga banyaknya makna yang tersembunyi dari petanda dan penanda Iklan 3 Indie+ versi eksmud yang tidak dimengerti oleh konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes yang membahas tentang tanda, makna dan juga pemakaian kata verbal yang dilakukan oleh talent dengan lebih dirinci menggunakan teknik pengambilan gambar untuk proses tanda dan makna.

Penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah bersifat deskriptif dengan metode semiotika yang memfokuskan pada tanda dan teks pada denotasi dan konotasi iklan tersebut.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa representasi murah dalam iklan 3 indie+ adalah penanda dari Rusun, Golf, Mie Instan, Miscall dan Rumah Makan. Sehingga penanda tersebut memiliki makna baru dalam mewakili kata murah.