



**MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**SHINDY FARRAHDIBA**

**vii + 105 halaman**

**MAKNA TAYANGAN IKLAN BLUE BIRD VERSI ‘BERBENAH UNTUK BERUBAH’ DI  
MEDIA ONLINE**

**(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)**

**ABSTRAK**

Iklan merupakan berita pesanan yang bertujuan untuk mendorong atau membujuk orang tertarik pada suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa. Sebuah iklan selalu berisikan banyak tanda. Tanda-tanda tersebut tersusun dalam struktur teks iklan yang mengandung lambang verbal dan visual yang memiliki makna tertentu. Penelitian ini berawal dari ketertarikan penulis terhadap dunia periklanan yang ditayangkan melalui media *online* terutama iklan Blue Bird versi “Berbenah untuk Berubah”. Iklan tersebut menyajikan pesan dan produk dalam satu paket, dimana perusahaan memuat pengakuan mereka lamban untuk berubah dan meminta kesempatan pada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan pesan yang terkandung dalam iklan Blue Bird versi “Berbenah untuk Berubah” di media *online*.

Dalam penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan dari Ferdinand De Saussure, yakni *signifier* (penanda) bunyi atau coretan bermakna, dan *signified* gambaran mental dari penanda. Hubungan antara keberadaan fisik tanda atau konsep mental tanda tersebut dinamakan *signification*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif intepretatif dengan pendekatan analisa semiologi komunikasi. Penelitian ini hanya memaparkan situasi atau wacana, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, sehingga data bersifat kategori substansif yang kemudian diinterpretasikan dengan rujukan, acuan, dan referensi-referensi ilmiah.

Dari analisis yang telah dilakukan, makna pesan dari iklan Blue Bird versi “Berbenah untuk Berubah” adalah meskipun mereka tertinggal dari segi teknologi dan perkembangan lainnya, ada satu hal yang tidak berubah yaitu nilai-nilai yang dipegang. Nilai-nilai tersebut adalah nilai keamanan, kekeluargaan, kedisiplinan, pertanggungjawaban. Makna ‘Berubah’ dalam iklan ini adalah seruan mereka sedang bersiap-siap.