



Universitas Mercubuana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Marketing Communication and Advertising  
Elisabeth Belianty  
44312120079

Konstruksi Realita Kedaulatan Pangan Pada Iklan Televisi  
(Analisis Semiotika Pierce pada Iklan PDIP versi Tumpeng)  
Jumlah halaman : x + 70 halaman + 1 lampiran  
Bibliografi : 13 acuan, Tahun 2011 – 2014

### **ABSTRAK**

Iklan Televisi PDIP versi tumpeng yang membahas kedaulatan mengenai kedaulatan pangan berhasil mengambil perhatian masyarakat. Dibuktikan dengan jumlah viewer versi youtube 10.001 diakses per tanggal 10 Juli 2015 dibandingkan dengan iklan PPP yang berjumlah 9.409 via youtube per tanggal 10 Juli 2015 di mana kedua iklan tersebut membahas mengenai masalah pangan dan pertanian. Dengan penyajian iklan yang menggunakan pendekatan kreatif, peneliti tertarik melakukan penelitian pada iklan ini.

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teori Semiotika Pierce dengan menggunakan triangle meaning of pierce, di mana setiap tanda dan simbol memiliki pengertian yang harus dijelaskan. Hasil penelitian ini menjelaskan konstruksi kedaulatan pangan pada setiap objek yang terdapat pada iklan yang kemudian di dalam pembahasannya dipaparkan penejelasan yang lebih dalam. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh dari hasil konstruksi kedaulatan panagan pada iklan televise PDIP vrsi tumpeng.

Metodologi pada penelitim ini menggunakan paradigma penelitian konstruktif, dimana sebuah realitas tidak terjadi secara alamiah karena itu bisa dibentuk dan dikonstruksi. Sedangkan metode penelitian menggunakan penedakatan kualitatif, pendekatak yang merujuk pada penjelasan makna dan teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Semiotika Pierce yang digunakan untuk menganalisa iklan ini berkesinambungan antara yang satu dengan lain.

Peneliti menyimpulkan bahwa iklan ini mengajak masyarakat Indonesia untuk peduli dengan masalah pangan yang terjadi di Indonesia, khususnya dalam masalah impor pangan dan kesejahteraan petani.