



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketig Communication
Yoga Arief Widayanto
44311010014

Pemaknaan Penggunaan Hewan Cintah dalam Iklan TVC Yamaha *New V-ixion*.
Jumlah Halaman : xiii + 84 halaman + 3 lampiran
Bibliografi: 28 acuan, Tahun 2002 - 2013

ABSTRAK

Di dalam iklan, bahasa dipakai sebagai sarana pertukaran pesan dan menjadi alat komunikasi antara produsen dengan konsumen. Melalui gambar atau foto dan kata-kata atau teks sebuah iklan menghasilkan tanda. Tanda-tanda tersebut tersusun di dalam sebuah struktur iklan dan memiliki makna tertentu. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan penggunaan hewan cintah dalam iklan TVC *Yamaha New Vixion* tersebut menurut pendekatan *Charles Sanders Peirce*?

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika iklan dimana Iklan sebagai susunan tanda tanda. Kemudian tanda tersebut akan diteliti dengan pendekatan yang digunakan oleh Charles Sander Peirce. Dalam proses pemaknaannya digunakan metode semiotika untuk melihat makna penggunaan hewan cintah yang tersusun dalam tanda-tanda yang ada di dalam iklan TVC Yamaha New V-ixion.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan semiotika sebagai alat bedah untuk proses pemaknaannya. Pemaknaan dalam penelitian ini terbagi atas tiga tipe dari hasil penelitian yaitu ikon, indeks, dan simbol yang digunakan untuk melihat makna cintah yang tersusun dalam tanda-tanda yang ada di dalam iklan.

Berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan semiotika terhadap tanda-tanda dalam iklan TVC Yamaha New V-ixion maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tanda-tanda yang mengarah pada makna cintah yang digunakan dalam iklan terdapat pada kekuatan, agresif, lincah, ketangguhan dan kecepatan yang menggambarkan pada kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk Yamaha *New V-ixion*, yang terdapat dalam *scene 2, scene 4, scene 6, scene 7, scene 8, dan scene 9*.