



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising  
Femy Putri Widyastuti  
44312120157

Makna Pemakaian Figur Anak Kecil dalam Iklan Televisi  
Analisis Semiotika Iklan TV Provider 3 (Tri) indie+ Versi Jadi Dewasa Itu  
Menyenangkan Tapi Susah Dijalani  
Jumlah Halaman : xi + 83 Halaman + 3 Lampiran  
Bibliografi : 20 acuan, Tahun 2002 - 2015

### **ABSTRAK**

Skripsi ini berjudul Makna Pemakaian Figur Anak Kecil dalam Iklan Televisi Analisa Semiotika Iklan TV Provider 3 (Tri) indie+ Versi Jadi Dewasa Itu Menyenangkan Tapi Susah Dijalani. Iklan provider ini berbeda dengan provider lainnya karena menggunakan anak kecil sebagai figur utama dalam iklan. Adanya aturan EPI yang mengenai pemakaian anak kecil sebagai figur dalam iklan membuat peneliti tertarik untuk melihat lebih jauh makna yang terkandung dalam pemakaian anak kecil sebagai bintang iklan provider 3.

Peneliti menggunakan beberapa teori komunikasi khususnya periklanan untuk membedah satu persatu scene yang ada pada iklan provider 3 tersebut sehingga mendapatkan makna yang ingin disampaikan oleh pengiklan. Teori tersebut antara lain, komunikasi transaksional, periklanan, periklanan sebagai permainan tanda, tanda verbal dan nonverbal, fungsi komunikasi verbal dan nonverbal, pemakaian figur dalam iklan, anak kecil sebagai figur dalam iklan, dan semiotika.

Paradigma penelitian ini menggunakan penelitian konstruktivis, metode yang digunakan adalah kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi. Peneliti melakukan analisis data menggunakan analisa semiotika.

Hasil penelitian yang di dapat peneliti menunjukkan bahwa pengiklan memberikan kesan kekhawatiran, ketidakbahagiaan, ketidaksejahteraan dan malu yang diungkapkan lewat anak-anak sehingga bisa memberikan solusi terhadap permasalahan anak-anak kecil tersebut.