

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Rizki Kurniawan  
44312120022

Representasi Gaya Hidup Sehat Dalam Iklan  
(Studi Semiotika Roland Barthes dalam Iklan Tropicana Slim versi “Ingin Seperti Papa”)  
Jumlah Halaman : 5 Bab + 98 halaman  
Bibliografi : 45 Acuan (1986 – 2013)

### ABSTRAK

Arus perkembangan gaya hidup kini kian berkembang, berbagai serbuan gaya hidup pun kian muncul menawarkan banyak pilihan. Berangkat dari hal tersebut terdapat stereotipe yang menyatakan bahwa iklan merupakan satu bentuk media yang berperan dalam membentuk berbagai pilihan gaya hidup dalam masyarakat.

Iklan Tropicana Slim merupakan salah satu iklan yang fokus mengangkat perilaku gaya hidup sebagai daya tarik pesannya. Dalam mengkomunikasikan pesan iklannya, peneliti merasa bahwa pembuat iklan Tropicana Slim ini sangat jeli melihat situasi dan kondisi yang berkembang, dimana simbol gaya hidup yang negatif/kurang baik diangkat menjadi daya tarik sebuah iklan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah melihat tanda-tanda dimana terdapat makna yang berhubungan dengan simbol-simbol gaya hidup yang diangkat serta menemukan kandungan ideologi yang tersembunyi untuk dibongkar realitas semu dari sebuah konstruksi sosial yang dibangun oleh iklan.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari suatu realitas bahwa sebenarnya iklan tidak hanya sekedar promosi, tetapi telah menjadi sebuah sistem ide dari sebuah ideologi, ideologi yang menyiratkan adanya penopengan, penyimpangan dan penciptaan sebuah realitas baru untuk menghadirkan berbagai citra tentang realitas yang sudah diselewengkan.

Untuk memahami konstruksi tanda-tanda tersebut, maka digunakanlah pendekatan studi semiotika dari Roland Barthes yang memilah muatan pesan iklan menjadi pesan linguistik, pesan ikonik yang tak terkodekan, dan pesan ikonik yang terkodekan, untuk kemudian ditemukan ideologi yang tersembunyi.

Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa simbolisasi gaya hidup dalam iklan Tropicana Slim ini merupakan simbolisasi yang merepresentasikan gaya hidup sehat dengan mengajak untuk mulai mengurangi konsumsi gula atau mulai mengganti gula biasa dengan gula rendah kalori untuk menekan berbagai macam penyakit, khususnya diabetes. Selain itu dalam penyampaian pesan perilaku hidup sehat tersebut tetap disisipkan ideologi tertentu yang berkenaan untuk mempengaruhi masyarakat konsumerisme. Adanya produk pemanis rendah kalori ini merupakan bentuk dari eksistensi ideologi kapitalisme yang telah disamarkan melalui pengkonstruksian realitas semu untuk menggerakkan massa dengan keinginan dan kebutuhan palsu.