

ABSTRAK

ZAKARIA WIBIANTO. 17815387

Analisis Semiotik Iklan Traveloka versi “Dari Monoton Jadi Mau Seru-Seruan”

Kata kunci : Semiotik, Iklan, Traveloka

(ix + 52)

Traveloka adalah salah satu perusahaan agent travel online yang terkemuka di Indonesia. Dalam salah satu iklannya yaitu “Dari Monoton Jadi Mau Seru-Seruan yang menggunakan analisis semiotik dari Ferdinand De Saussure, iklan ini mempunyai konsep yang kreatif dan memberikan arti kekeluargaan. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna dari konotasi dan denotasi serta menganalisis tayangan iklan Traveloka versi “Dari Monoton Jadi Mau Seru-Seruan” di youtube. Metode penelitian yang digunakan yaitu melalui pendekatan kualitatif. Makna denotasi dalam iklan Traveloka versi “Dari Monoton Jadi Mau Seru-Seruan adalah bercerita tentang seorang ayah yang mempunyai sifat monoton dan membosankan. Sedangkan makna konotasi yang ditampilkan dalam setiap *scene* mencerminkan seorang ayah dan anaknya yg monoton tidak pernah pergi liburan,Ayah yang mempunyai sifat monoton, sama pada *scene* diawali menunjukan bahwa dia bersikap emosional karena mengetahui anaknya berbohong pada teman-temannya. Penulis berharap pembuatan iklan lebih mendetail. Sedangkan bagi penonton atau konsumen agar bisa bersikap lebih kritis dalam menilai pesan yang sebenarnya ingin disampaikan.

Daftar Pustaka (1993-2016)