

ABSTRAK

Muhammad Hamzah Kahfi. 14815626

Analisis Semiotik Iklan Kacang Garuda versi Nobar di Mobil “Jangan Nonton Bola Tanpa Kacang Garuda”

Kata kunci : Semiotik, Iklan, Kacang Garuda, Mitos

(ix + 48)

Sepak Bola adalah olahraga yang sangat digemari oleh banyak kalangan, mau itu anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Dengan begitu banyaknya peminat Sepak Bola, media massa menjadi saling berlomba-lomba untuk bisa menayangkan pertandingan Sepak Bola mau itu diluar negri ataupun didalam negri dan media massa memiliki pengaruh yang besar dibandingkan media massa lainnya adalah televisi, Televisi telah lama menjadi bagian hidup yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari bagi individu, keluarga, dan masyarakat.

Saat menonton televisi kita pasti akan melihat berbagai tayangan iklan baik iklan masyarakat maupun iklan komersil produk dan jasa. Nampaknya iklan dipercaya sebagai cara untuk mendorong penjualan oleh kebanyakan pengusaha yang mempunyai anggaran besar untuk kegiatan promosi. Hal ini terlihat dari berlimpahnya iklan-klan yang dapat kita saksikan melalui media televisi. Dari perkembangan kreatifitas iklan di televisi, maka objek dalam penelitian ilmiah ini adalah Kacang Garuda.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis makna pesan dalam iklan kacang gurih Kacang Garuda versi Nobar di Mobil “Jangan Nonton Bola Tanpa Kacang Garuda” di televisi dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Dari analisis yang telah dilakukan berdasarkan makna denotasi, konotasi dan mitos dalam iklan kacang gurih Kacang Garuda versi Nobar di Mobil “Jangan Nonton Bola Tanpa Kacang Garuda”, dapat diketahui bahwa iklan Kacang Garuda memiliki konsep yang sangat sederhana, unik, dan sangat kreatif dengan konsep seorang dan teman-temannya yang sedang emosional akibat kecewa tidak bisa menonton pertandingan sepak bola karena kejadian tidak terduga terjadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Dalam visual iklan yang ditampilkan menguatkan pesan di kehidupan sehari-hari kita tidak akan tahu apa yang akan terjadi pada hari itu mau itu baik atau pun buruk.

Makna Denotasi dari iklan tersebut dapat disimpulkan bahwa sekumpulan orang yang sedang emosional akibat tidak bisa menonton sepak bola bersama-

sama dikarenakan adanya sebuah kejadian yang tidak terduga terjadi ketika sangat ingin menonton pertandingan sepak bola. Sedangkan makna konotasinya adalah dengan adanya dialog & pemeran pendukung pada iklan tersebut menjadi dukungan selain dari ekspresi wajah sekumpulan orang yang sedang emosional maupun resah dan lainnya. Makna mitosnya adalah pada kehidupan kita tidak akan tahu apa yang akan terjadi kepada kita meskipun kita sudah mempersiapkan semuanya dengan baik mau itu baik atau buruk.

Karena adanya iklan tersebut dapat membuat masyarakat tertarik membeli snack kacang gurih Kacang Garuda.