

ABSTRAK

ANDI NUGROHO. 10815683

Analisis Semiotik Iklan Air Mineral Aqua versi TVC “Salah Bonceng” di Youtube

Kata kunci : Semiotik, Iklan, Aqua

(ix + 64 + Lampiran)

Latar belakang dari produk air mineral aqua versi TVC “Salah Bonceng” di Youtube dengan iklan air mineral aqua versi-versi lainnya dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih banyak yang mengetahui iklan aqua versi TVC “Salah Bonceng” di Youtube. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis makna pesan dalam iklan Air Mineral Aqua versi TVC “Salah Bonceng” di Youtube dengan menggunakan pendekatan semiotika teori Ferdinand De Saussure. Dari analisis yang telah dilakukan berdasarkan makna denotasi, dan konotasi dalam iklan Air Mineral Aqua versi TVC “Salah Bonceng” di Youtube, dapat diketahui bahwa iklan Aqua memiliki konsep yang sangat sederhana, unik, dan sangat kreatif dengan konsep seorang yang sedang dalam perjalanan menuju ke minimarket, namun banyak cerita akibat salah seorang temannya yang tiba-tiba menjadi tidak fokus. Dalam visual iklan yang ditampilkan menguatkan pesan bahwa produk Air Mineral Aqua menyasar target remaja saat ini yang sedang dijalan berpergian kesuatu tempat, pada saat diperjalanan menuju ke sebuah minimarket untuk membeli suatu produk minuman namun salah seorang pria yang menggunakan pakaian kemeja kotak-kotak menawarkan kepada temannya produk minuman aqua tetapi pria yang memakai pakaian kaos menolak tawaran dari temannya sehingga tidak fokus dalam beraktifitas. Secara umum iklan ini menyampaikan bahwa jika seorang sedang merasa kekurangan air mineral sehingga menjadi tidak fokus. Karena adanya iklan tersebut dapat membuat masyarakat tertarik membeli produk Air Mineral Aqua.