

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana iklan yang dihasilkan oleh perusahaan rokok Sampoerna dengan judul “Bukan Main”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis kritik sosial yang terkandung dalam iklan Sampoerna versi “Bukan Main”. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan model penelitian semiotic. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi analisis teks, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teks yang dipilih dalam penelitian ini adalah iklan Sampoerna versi “Bukan Main”. Proses pengembangan validitas data yang dilakukan menggunakan Teknik Sembilan Formula.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui tiga tanda yakni denotasi, konotasi, dan mitos, maka ditemukan beberapa fakta yakni bahwa iklan ini memiliki kurang lebih 13 adegan. Tiap-tiap adegan berhubungan dengan kehidupan masyarakat di masa modern seperti sekarang. Oleh karenanya diambil kesimpulan bahwa di iklan ini ditemukan makna yaitu kritik sosial. Kritik sosial sebagai salah satu bentuk komunikasi di dalam masyarakat yang berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses bermasyarakat

Kata Kunci : Iklan Rokok, Semiotika, Kritik Sosial

ABSTRACT

This study discusses how the advertisement produced by the cigarette company Sampoerna with the title "Bukan Main". The purpose of this study is to identify and analyze the social criticism contained in the Sampoerna advertisement version of "Not Main". The method used is a qualitative method with a semiotic research model. The data collection techniques used are text analysis studies, documentation studies, and literature studies. The text chosen in this study is the Sampoerna advertisement version of "Bukan Main". The process of developing the validity of the data is carried out using the Nine Formula Technique.

The result of the research shows that analyzed through three signs, namely denotation, connotation, and myth, some facts are found, namely that this advertisement has approximately 13 scenes. Each scene relates to people's lives in modern times like now. Therefore, it is concluded that in this advertisement found meaning, namely social criticism. Social criticism is a form of communication in society that functions as a control over the course of a social system or social process.

Keywords : Smoke Advertisement, Semiotics, Social Criticism