

**MAKNA PESAN DALAM IKLAN AQUA DI YOUTUBE VERSI
KEMURNIAN #AQUADALAMDIRIMU BANTU
BANGKITKAN KEBAIKAN – UNTUK AYAH**

(Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)

SKRIPSI

Diajukan sabagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

SONIYA AFRILIANI

(051503503125075)

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2019

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Soniya Afriliani
NIM : 051503503125075
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunukasi
PEMINATAN : Periklanan

Makna Pesan Dalam Iklan AQUA di Youtube Versi Kemurnian #AQUADalamDirimu Bantu Bangkitkan Kebaikan – Untuk Ayah (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce).

Jumlah Halaman : x + 89 halaman + lampiran

Bibliografi : 24 buku, 2 Skripsi

ABSTRAK

Penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis dan mengangkat makna pesan seperti apa yang terdapat pada Iklan AQUA versi Kemurnian dan juga untuk mengetahui bagaimana pesan tersebut di konstruksi. Iklan ini mengangkat tentang kisah sebuah keluarga yang tidak utuh lagi yang hanya terdiri dari seorang ayah dan seorang anak perempuan dalam sebuah keluarga yang juga kurang harmonis.

Untuk mengungkapkan masalah tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode analisis semiotik dari pemikiran Charles Sanders dengan model triangle makna yaitu tanda, acuan, dan pengguna tanda dengan pendekatan deskriptif, yang berguna untuk memberikan fakta dan data yang akurat.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pesan sosial yang disampaikan oleh AQUA adalah kasih sayang orang tua itu sepanjang masa dalam segala keadaan, iklan AQUA ini pun menunjukkan bahwa dengan meminum AQUA dengan segala kemurnian yang ada didalam nya akan mampu membantu bangkitkan kebaikan dari dalam untuk lebih menghargai dan merasakan nya. Iklan ini tentu juga tidak lepas dari adanya proses simulasi yang artinya adalah suatu kebohongan berupa tanda, atau image yang realitas tiruan nya masih mengacu pada realitas yang sesungguhnya. Dimana hal tersebut terjadi karena pihak AQUA dalam mengiklankan produknya telah memproduksi tanda-tanda di mana orang-orang meyakini bahwa itu adalah realitanya. Mereka menggunakan tanda yang berlaku di masyarakat, dan memodifikasinya.

Kata Kunci : Makna Pesan, Iklan, Semiotika, simulakra

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Pembimbing II : Radita Gora MM.

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

NAME : Soniya Afriliani

NIM : 051503503125075

STUDY PROGRAM : Communication Studies

SPECIALIZATION : Advertising

The Meaning Of The Message In The AQUA Ad On Youtube Of The Purity
Version Of #AQUADalamDirimu Helps Generate Goodness – For The Father (
Analysis Of Semiotic Charles Sanders Pierce)

Number of Pages : x + 89 pages +attachment

Bibliografi : 24 books, 2 Essay;

ABSTRACT

The study aims to analyze and elevate the meaning of the message as contained in the purity version of AQUA ads and also to find out how the message is constructed. This advertisement raised about the story of a family that was no longer intact which only consisted of a father and a daughter in a family that was also less harmonious.

To explain the problem thoroughly and deeply, in this study a semiotic analysis method of Charles Sanders Pierce thinking with a triangle model of meaning that is sign, object, and interpretant with a descriptive approach, which is useful for providing accurate fact and data.

In this study, it was concluded that the social message conveyed by AQUA was the parents affection for all time in all condition, this AQUA ads also showed that drinking AQUA with all the purity in it would be able to help awaken good from within to appreciate and feel it. This advertisement is of course also inseparable from the existence of a simulation process which means lie in the form of a sign, or an image whose artificial reality still refers to the real reality. Where this happens because the AQUA party in ads its product has produced signs where people believe that it is reality. They use sign that apply in the community and modify them.

Keywords : Meaning of message, ads, semiotics, simulacra

Supervisor I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Supervisor II : Radita Gora MM.