

Tanda dalam rangkaian versi iklan rokok Sampoerna A Mild tema "Bukan Basa Basi" tahun 2001 - 2002: sebuah analisis semiotik

Ana Rosdianahangka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20156034&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian mengenai tanda dalam iklan A Mild ini bertujuan mengetahui pola penandaan yang muncul melalui deskripsi tanda verbal dan tanda nonverbal iklan A Mild. Kajian terhadap rangkaian versi iklan A Mild yang bertema Bukan Basa Basi tahun 2001-2002 ini difokuskan pada tujuh versi iklan yang dipilih secara acak. Dari tujuh versi iklan yang dianalisis didapati bahwa tanda verbal dan tanda nonverbal yang selalu muncul adalah headline, slogan, logo, dan peraturan pemerintah sehingga terbentuk pola yang teratur, yaitu headline + slogan A Mild + logo merek A Mild + peraturan pemerintah. Hasil analisis menunjukkan bahwa rangkaian versi iklan A Mild tidak berkaitan langsung dalam menawarkan atau membujuk khalayaknya untuk membeli produk rokok tersebut. A Mild melekatkan product personalitynya tidak lagi dengan menjual atribut fisik seperti cita rasa, penampilan produk, bentuk produk, kemasan produk, dan keunggulan produk yang lain. Namun, membangun product personality dengan headlinenya yang mengandung nasihat dan sindiran yang di dalamnya mengandung bahan pemikiran. Dengan headline tersebut A Mild mendeskripsikan bukan saja karakter dari produk A Mild itu sendiri, tetapi juga karakter dari khalayak sasaran atau perokok A Mild.