

ABSTRAK

Kusumowati, Eny, 2006. "Wacana Iklan A-Mild Versi Ramadhan dan Idul Fitri 2004 Tinjauan Semiotik". Skripsi Strata Satu (S1). Program Studi Sastra Indonesia, Jurusan sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Dalam skripsi ini dibicarakan mengenai tanda verbal dan non-verbal dalam iklan *A-Mild* versi Ramadhan dan Idul Fitri. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan tanda verbal dan non-verbal yang ada di dalam iklan *A-Mild* untuk kemudian ditarik makna yang terkandung dalam setiap iklan *A-Mild* dengan menggunakan teori semiotik agar pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih jelas.

Dalam melakukan penelitian ini langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut: pertama, mengumpulkan data yang berupa teks iklan *A-Mild* yang muncul pada bulan Ramadhan dan Idul Fitri tahun 2004. Data dikumpulkan dengan mencatat seluruh teks iklan *A-Mild*. Kedua, metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode deskriptif, yaitu pemecahan masalah dengan menggunakan pelukisan atau penggambaran keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada. dan ketiga, hasil analisis data akan disajikan secara formal dan informal.

Berikut adalah hasil yang diperoleh dalam penelitian ini. Pertama, tanda-tanda verbal yang terdapat di dalam iklan *A-Mild* versi Ramadhan dan Idul Fitri 2004, seperti headline, slogan, logo produk, dan peraturan pemerintah. *Headline* pesan-pesan yang ada di dalam iklan *A-Mild* berkesan tidak memiliki hubungan dengan produknya. Slogan *A-Mild* 'BBB' (Bukan Basa Basi) selalu muncul dalam bentuk stempel atau cap. 'BBB' memiliki arti apa-adanya, tidak dibuat-buat. Logo produk pesan hurufnya membentuk huruf *A-Mild* sebuah simbol dari produk yang diiklankan. Kedua, tanda-tanda non-verbal yang terdapat di dalam iklan *A-Mild* versi Ramadhan dan Idul Fitri 2004 adalah *headline*, slogan, logo produk, dan peraturan pemerintah. Slogan, kata-katanya memiliki desain huruf dan tipografi teks yang sama juga warna yang sama. Logo yang dimunculkan pada setiap versi iklan *A-Mild* memiliki desain huruf, tipografi juga warna yang sama pada setiap pemunculannya. Peraturan pemerintah, indeks ini mengacu pada akibat-akibat, bahaya merokok dan yang terakhir makna yang terkandung di dalam tiap iklan *A-Mild* versi Ramadhan dan Idul Fitri 2004. Hubungan tanda-tanda verbal dan non-verbal yang diperoleh dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat menunjukkan pesan yang ingin disampaikan oleh iklan *A-Mild*. Dari desain dan rangkaian iklan ini dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa mereka dimaksudkan sebagai sebuah sindiran dan nasehat untuk bahan renungan.

ABSTRACT

Kusumowati, Eny, 2006. *Discourse of A-Mild Advertisement in the Ramadhan and Idul Fitri 2004 Version.* Undergraduate Thesis. Study Program of Indonesian Literary. Indonesian Literature Course. Sanata Dharma University.

The thesis explains about the verbal and non-verbal signs within *A-Mild* advertisement, especially version of Ramadhan and Idul Fitri 2004. The aim is to describe the verbal and non-verbal signs within these advertisements, and by using theory of semiotic, then it draws the inner meaning in each of these *A-Mild* advertisements, in order to get clear message of the advertisement.

In analyzing of this subject study, some few steps are operated. First, the collecting of data, the texts of *A-Mild* advertisement that issued in Ramadhan and Idul Fitri 2004. All of the *A-Mild* texts are being collected and noted. Descriptive method is used to analyze those data. In which, it will solve the problem matter by describing or depicting the state of affair of the subject or object study based on the existence of the facts. Third, the analysis result will be represented informally and will be served by using ordinary words, that is words that have character of denotative not connotative.

The results are depicted as follows: (i) the verbal signs within *A-Mild* advertisement are from the headline, slogan, logo product, and the government reminder resulted as follows. The Headline messages in the *A-Mild* seem unrelated with the product. *A-Mild* Slogan, the 'BBB' (Bukan Basa Basi) always appears in a stamp or mark form. 'BBB' has its literal meaning. The letter message of the Logo that forms the *A-Mild* word becomes the symbol of the product. (ii) the nonverbal signs within *A-Mild* advertisement, from the same headline, slogan, logo product, and the government reminder resulted as follows. The Slogan and its Logo, has the same color and design in its letter and text typography form, in it every each appearance. Whereas, the government reminder box index, verbally and non-verbally, refer to the cause and effect of the danger of smoking. Finally (iii) it explains the meaning within each of those *A-Mild* advertisement, particularly the version of Ramadhan and Idul Fitri 2004. That is, the relation of the verbal and non-verbal signs, from this studies analysis, shown that what these *A-Mild* advertisement want to say. Therefore, from the design and the figure of the advertisement can be drawn a conclusion that they are meant to be parody and cynical form and advice to self reflection.