

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan sebuah kajian Semiotika pada iklan sepatu olahraga. Dalam skripsi ini penulis menganalisis makna tanda yang terdapat pada halaman iklan. Melalui model pembagian tanda dari Saussure, tanda linguistik dibagi menjadi dua yaitu signifier dan signified. Penulis mengkaji slogan dengan menerapkan teori makna dari Roland Barthes untuk menjabarkan makna denotasi dan konotasi melalui teori tahapan signifikasi. Analisis ini hanya difokuskan pada simbol-simbol yang terdapat pada iklan. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memahami dan menginterpretasikan simbol yang terdapat pada iklan, kemudian mengungkap makna denotatif dan konotatif yang terkandung di dalam slogan, interpretasi pada masing-masing iklan dikaitkan dengan fungsi iklan sebagai media promosi.

Data diambil dari iklan sepatu olahraga terkenal didunia yang diunduh dari internet sebanyak lima iklan. Simbol yang ditemukan pada masing-masing halaman iklan dianalisis dengan menggunakan teori 'pertandaan bertingkat' (order signification) yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Dalam hal ini Barthes mengemukakan bahwa ada dua sistem pertandaan bertingkat dari sebuah tanda yaitu sistem 'denotasi' sebagai sistem 'pertandaan pertama' (first order signification) dan sistem 'konotasi' sebagai sistem 'pertandaan kedua' (second order signification). Seterusnya penulis menjabarkan hubungan antara kedua sistem tersebut dengan mengidentifikasikan makna-makna yang ada sehingga makna simbol dapat diinterpretasikan oleh pembaca.

Dari analisis simbol pada iklan olahraga, ditemukan banyak variasi dalam memaknai simbol khususnya secara konotatif (connotative meaning). satu simbol dapat diinterpretasikan dalam banyak hal seperti warna putih dapat menyimbolkan kesucian, bersih, baik, cahaya, kebaikan dan lain sebagainya. Pemilihan makna yang tepat sebagai acuan interpretasi dikaitkan pada fungsi iklan sebagai media promosi.

Kata Kunci: semiotika, tanda, penanda, petanda, denotasi, konotasi, iklan sepatu olahraga

