



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

PEMAKNAAN PESAN IKLAN FEAR PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI TELEVISI

ABSTRACT

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pemaknaan Pesan Iklan Fear Pada Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. Penelitian ini bertujuan untuk menggali tanda-tanda yang mempresentasikan pemaknaan pesan iklan fear pada iklan layanan masyarakat di televisi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika Carles Sander Peirce, yaitu tanda terdiri dari simbol, ikon dan indeks. Penelitian ini bermula dari banyaknya iklan layanan masyarakat di televisi yang menggunakan daya tarik pesan iklan fear (menakut-nakuti). Ini terlihat dari ketiga iklan layanan masyarakat mengenai bahaya rokok yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) dan ketiganya menggunakan daya tarik pesan iklan fear. Iklan tersebut adalah "Berhentilah Merokok Robby Indra Wahyuda Meninggal Karena Rokok", "Berhentilah Merokok Kehilangan Pita Suara-Karena Asap Roko" dan "Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda" dengan ketiganya memperlihatkan bentuk nyata dari bahaya rokok. Ketiganya menggunakan daya tarik pesan iklan fear, itu bisa dilihat dari ancaman, efek maupun resiko yang dialami oleh figur yang diperlihatkan pada iklan. Iklan dengan pesan fear adalah pendekatan paling efektif bagi segmen target audien yang tidak merasa bahwa mereka bagian dari kelompok beresiko. Dimana iklan dengan daya tarik fear merupakan salah satu strategi efektif dalam menarik dan menginformasikan kepada khalayak akan suatu bahaya. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode analisis semiotika menurut Carles Sander Peirce, dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data studi dokumentasi dan observasi. Objek penelitian adalah segala tanda yang terkandung di dalam ketiga iklan layanan masyarakat mengenai bahaya rokok oleh Kemenkes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan pesan iklan fear pada ketiga iklan layanan masyarakat tersebut, menggunakan cara yang sama untuk menggambarkan bahaya rokok, yaitu melalui korban rokok dengan leher yang bolong. Oleh karenanya terdapat kesamaan dalam penggunaan tanda-tanda dan makna. Karena tujuan dari ketiganya untuk mempersuasif khalayak agar menghindari rokok.

Kata Kunci : Pesan Iklan Fear, Semiotika, Iklan Layanan Masyarakat