

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

REPRESENTASI KEPEDULIAN LINGKUNGAN PADA IKLAN THE BODY SHOP VERSI ?GREEN RAMADAN : REFRESH AND RECONNECT THIS RAMADAN? DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)

Elya Rosa Gobel

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76805&lokasi=lokal>

Abstrak

Peningkatan volume sampah pada saat Ramadan 1442 Hijriah meningkat drastis, yang disebabkan meningkatnya konsumsi atau biaya hidup masyarakat pada saat Ramadan. Di tengah kondisi itu, The Body Shop selaku produk yang memiliki kontribusi dalam isu lingkungan merilis iklan di YouTube tentang kepedulian lingkungan yang dapat dilakukan selama bulan Ramadan. Penelitian ini mengkaji, bagaimana kepedulian lingkungan direpresentasikan dalam iklan The Body Shop versi ?Green Ramadan : Refresh and Reconnect This Ramadan? menurut analisa Charles Sanders Peirce.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mengasumsikan teorinya melalui triangle of meaning, yaitu berupa Sign (tanda), Object (acuan tanda), dan Interpretant (penafsiran).

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode penelitian analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Teknik pengumpulan data penelitian ini yakni observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan wawancara. Kemudian teknik analisis data dilakukan dengan analisis semiotika Peirce yaitu Sign, Object, dan Interpretant.

Hasil penelitian ini menunjukkan Sign dalam iklan ini berupa ekspresi, dialog, dan gestur tubuh yang diperlihatkan oleh setiap talent dalam adegan yang diperankan. Objectnya adalah setiap talent cenderung melakukan kegiatan yang mendukung aktivitas kepedulian lingkungan, dan Interpretant dalam penelitian ini memberikan gambaran bahwa kepedulian lingkungan merepresentasikan nilai untuk beribadah dengan cara bercocok tanam, nilai kreatifitas, dan merepresentasikan kebijakan dalam menghemat penggunaan air.

Adapun makna representasi kepedulian lingkungan pada iklan The Body Shop dikonstruksikan dalam bentuk aktivitas bercocok tanam yang dapat dilakukan di mana saja dan mudah dilakukan untuk menjaga alam, menggunakan produk yang sudah tidak digunakan lagi dengan memanfaatkan atau mengkreasikan menjadi tempat untuk menanam tanaman, dan membiasakan diri menggunakan air seperlunya dan tidak berlebihan, di mana ketiga aktivitas tersebut direpresentasikan sebagai bentuk kegiatan peduli lingkungan agar alam tetap selalu terjaga.