Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Kritik Sosial Dalam Iklan Rokok A Mild Versi ?Biar Kecil Sampah Ya Sampah?

Elga Hawari Syahputra

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77680&lokasi=lokal

---

Abstrak

Di era saat ini banyak masyarakat yang mengangap kecil sampah namun berdampak buruk terhadap lingkungan disekitarnya dan beberapa komunikasi visual lainnya Termasuk kritik sosial. Sekalipun iklan Rokok A Mild Versi ?Biar Kecil Sampah Ya Sampah? tidak lagi ditayangkan di TV dan telah terganti dengan versi yang berbeda, simbol, hubungan karakter, dan makna tanda dalam iklan tetap menarik untuk diinterpretasikan, diselidiki, dan dipelajari secara semiotika.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dan konteks komunikasi yang digunakan adalah komunikasi massa. Penelitian ini juga menggunakan teori semiotika. Untuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis menggunakan semiotika Roland Barthes dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Studi Pustaka, Wawancara dan Dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kritik sosial yang Terkandung dalam Iklan rokok A mild versi ?biar kecil sampah ya sampah? dari semua video adalah mengkritik masyarakat indonesia terutama anak muda yang masih membuang sampah sembarangan baik itu sampah kecil maupun besar yang memiliki akibat yang buruk terhadap diri sendiri maupun orang lain. Dan Faktor yang melatar belakangi kritik sosial dalam iklan rokok A Mild versi ?biar kecil sampah ya sampah? yaitu : 1). Penyampaian pesan moral/kritik sosial kepada masyarakat. 2). Masalah sosial yang terjadi di sekitar masyarakat. 3). Larangan iklan rokok yang tidak boleh menampilkan rokok. 4). Keresahan masyarakat/anak muda terhadap pembuang sampah yang berdampak besar bagi lingkungan dan kesehatan diri sendiri maupun orang lain yang saat ini sedang pandemi.