

SKRIPSI

KRITIK SOSIAL DALAM IKLAN TELEVISI KOMERSIAL

(Studi Semiotik Tentang Konstruksi Kritik Sosial Terhadap Pelayanan Publik
Di Indonesia Dalam Iklan Televisi Komersial)



Oleh :

WULAN DEWI SARTIKA

NIM : 070316841

**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2008

ABSTRAK

Penelitian ini adalah mengungkap dan menganalisis bagaimana media massa khususnya kreatif iklan menampilkan pesan terhadap suatu fenomena yang sering terjadi dalam kehidupan masyarakat. Fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana kreatif iklan televisi diproduksi untuk menampilkan realitas yang ada di masyarakat dan mengkritisi persoalan birokrasi khususnya pelayanan publik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tekstual, dengan lebih merujuk pada salah satu studinya adalah studi semiotik. Untuk mengungkap dan menganalisa masalah yang ada digunakan pendekatan paradigma dan sintagma.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih sudut pandang untuk lebih melihat maksud kreator iklan dalam menciptakan sebuah ide kritis dan menampilkan sebuah tayangan *audio visual* atau iklan tersebut untuk dikonsumsi masyarakat selain tujuan *branding* suatu produk. Sehingga, masalah yang muncul adalah apasajakah bentuk-bentuk kritik sosial tersebut yang terkandung dalam sebuah ide kreatif yaitu iklan, khususnya masalah birokrasi di Indonesia. Sampel penelitian ini adalah iklan televisi rokok **A-mild** seri **Tanya Kenapa** versi harusnya 'Gampang Dibikin Susah'.

Peneliti melihat tayangan iklan ini yang mengkritisi pemerintah birokrat dalam pelayanan publik. Kreator iklan menampilkan 'perilaku-perilaku' pejabat pelayanan publik yang sangat tidak sesuai dengan sebuah aturan yang berlaku. Sehingga, masyarakat mengalami banyak kerugian seperti waktu, uang, dll. Masyarakat juga ditampilkan oleh kreator iklan sebagai pihak yang pasif dan pasrah.