

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian semiotika yang berfokus pada gambaran konsep eksis dalam iklan televisi Djarum 76 versi ‘Pengen Eksis’. Penelitian ini menjadi menarik karena iklan tersebut merupakan iklan televisi produk rokok pertama yang tidak hanya mencantumkan peringatan bahaya merokok ‘merokok membunuhmu’ sejak dikeluarkan peraturannya oleh pemerintah pada Januari 2014, tetapi juga memanfaatkannya sebagai konten iklan. Penggambaran lelaki dalam iklan menyerupai sosok model yang sedang merokok dalam gambar peringatan bahaya merokok, sehingga peneliti merumuskan masalah sebagai “bagaimana konsep eksis dengan merokok digambarkan dalam iklan Djarum 76 versi ‘Pengen Eksis’?”.

Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah Representasi Dalam Iklan Televisi, Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi, Konsep Eksis, dan Semiotika Roland Barthes. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan tipe penelitian eksploratif. Peneliti mengumpulkan data dengan mengobservasi setiap *scene* dalam iklan Djarum 76 versi ‘Pengen Eksis’ dan menganalisis makna denotasi, konotasi, serta mitos yang terkandung dalam iklan.

Hasil penelitian ini adalah iklan televisi Djarum 76 versi ‘Pengen Eksis’ merepresentasikan fenomena eksis melalui media sosial yang marak beberapa tahun ini. Selain itu, iklan tersebut juga merepresentasikan keinginan orang-orang yang ingin keren dan tampak eksis dengan merokok, namun juga mencemooh orang-orang yang berpendapat demikian. Iklan tersebut juga secara implisit menolak peraturan pemerintah mengenai pencantuman gambar-gambar larangan merokok.

Kata kunci: Representasi, Eksis, Iklan Rokok, Semiotika