

Fisfi Mafirotin Sofiana. 2017. *Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Antinarkoba BNN di Media Online*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing: Sulaiman, S.Pd., M.Pd. dan Ika Febriani, S.S., M.Pd.

Abstrak

Abstrak: Narkoba tidak pernah berhenti diperbincangkan oleh masyarakat karena penyalahgunaan narkoba semakin meningkat di Indonesia. Meskipun sudah dilakukan pencegahan melalui berbagai cara salah satunya melalui Iklan layanan masyarakat antinarkoba. Hal ini dikarenakan iklan merupakan media yang unik, perpaduan antara gambar, tulisan juga warna. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan semiotika tanda (Representamen, Object, Interpretan) dalam ILM antinarkoba. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Objek dalam penelitian ini adalah Iklan Layanan Masyarakat Antinarkoba di Media Online yang bersumber dari iklan resmi BNN (Badan Narkotika Nasional). Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan teknik pustaka. Data dianalisis menggunakan metode agih dan padan. Metode agih digunakan untuk menganalisis data berupa iklan layanan masyarakat antinarkoba acuannya atau memiliki hubungan dengan hal-hal yang berada di luar tanda tersebut, sedangkan metode padan untuk menentukan tema ILM antinarkoba dengan mengidentifikasi bentuk yang berada pada iklan tersebut atau berada pada satu konteks.

Hasil analisis dalam penelitian terdiri atas tiga hal sebagai berikut. 1) Keseluruhan ILM antinarkoba terdapat representamen. Tanda dalam ILM tersebut sebenarnya berbeda-beda tetapi terdapat beberapa representamen yang sama tetapi tidak secara keseluruhan. Representamen tersebut yaitu representamen narkoba jenis suntik yang sama dalam dua ILM tetapi hanya satu tanda selain itu berbeda. 2) Keseluruhan ILM antinarkoba terdapat objek karena tanda tidak akan ada tanpa objek. Suatu representamen ILM tidak dapat dipahami maksudanya tanpa ada suatu objek karena penanda menjadi acuan. 3) Objek sebagai acuan tidak dapat menjelaskan secara penuh maksud dalam ILM tersebut tetapi interpretan atau tafsiran yang akan melakukannya berdasarkan tanda. Interpretan tersebut berbeda-beda dalam masing-masing ILM antinarkoba. Selain itu, ILM menginterpretasikan unsur makna moral dalam iklan tersebut didukung oleh kalimat perintah.

Kata kunci: semiotika, representamen, object, interpretan, iklan

Fisfi Mafirotn Sofiana. 2017. *Semiotic Analysis of Anti-drug Public Service Advertisement BNN in Online Media*. Thesis. Indonesian Literature and Language Education Department. Education Faculty. Trunojoyo University. Advisor: Sulaiman, S.Pd., M.Pd. and Ika Febriani, S.S., M.Pd.

Abstrack

Abstrack:*The society has never stopped talking about drug because drug abuse is increasing in Indonesia although it has been undergone the prevention from various ways, one of the way is through anti-drug public service advertisement. It is because advertisement is a unique media, the blending among picture, writing, and color. This study is aimed to describe about semiotic sign (Representamen, Object, Interpretation) in anti-drug public service advertisement. This study is descriptive qualitative. The object in this study is anti-drug public service advertisement in online media which is BNN (National Narcotics Agency) official advertisement as its source. Data collection used documentation technique and library technique. The data was analyzed using Agih and Padan method. Agih method was used to analyze data in the form of anti-drug public service advertisement as its reference or related to something out of that sign. Padan method was used to determine the theme of anti-drug public service advertisement by identifying the shape which was available in advertisement or within one context.*

The analysis result of this study consisted of three points as follows. 1) Representamen was available in all anti-drug public service advertisement. Representamen was actually different but there was similar representamen, they were similar drug injection within two anti-drug public service advertisements, but only one representamen that was different. 2) Object was available in all anti-drug public service advertisements because sign would not be available without signifier. An anti-drug public service advertisement's representamen can not be understood without an signifier because object is the reference. 3) Object as reference cannot fully explain the meaning in anti-drug public service advertisement, but interpretation would interpret based on sign. The interpretation was different in each anti-drug public service advertisement. Besides, anti-drug public service advertisement interpreted the moral purpose element which was supported by imperative sentence.

Key words:*semiotics, representmaen, object, interpretation, advertisement*

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Asumsi Penelitian	9
1.6 Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
1.1 Penelitian yang Relevan Terdahulu	12
1.2 Semiotika	14
1.3 Semiotika Ferdinand De Saussure	15
1.4 Semiotika Charles Sanders Pierce	18
1.4.1 Representamen.....	20
1.4.2 Objek	21

1.4.3 Interpretan.....	22
1.5 Iklan	23
1.6 Iklan Layanan Masyarakat.....	25
1.7 BNN (badan narkotika nasional)	27
1.8 Media online	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
1.1 Metode Penelitian	31
1.2 Objek Penelitian.....	31
1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.4 Teknik Analisis Data.....	33
1.5 Keabsahan Data	33
1.6 Prosedur Penelitian	34
BAB IV PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Representamen.....	36
4.1.2 Objek	39
4.1.3 Interpretan.....	41
4.2 Semiotika Tanda (Representamen, Objek, Interpretan).....	43
BAB V PENUTUP.....	131
5.1 Simpulan	137
5.2 Saran	138
5.3 Relevansi terhadap Pendidikan Bahasa dan Sastra	
Indonesia	138
DAFTAR PUSTAKA.....	139
LAMPIRAN-LAMPIRAN	141