

ABSTRACT

Hartland Dwi Hijjahya. NIM. 09.05.3.1.1.1.00030. Meaning Instant Healthy Alternative Medicine In Ads (Semiotic Analysis of Advertising Alternative Medicine). Under the guidance of Surokim, S.Sos., M.Si. and Dr. Yuliana Rakhmawati, S.Sos., M.Si.

This study aims to determine how healthy instant meaning in alternative medicine ads aired on TV through the testimony and TCM herbal medicine (China Chinese Medicine). This study uses the theory of semiotics Charles Sanders Pierce a sign that dissect the true meaning (interpretant). The method used in this study is to classify sign-frame by frame associated with a healthy sense of instant then dissected using semiotics Charles Sanders Pierce.

Based on the analysis of data from this study can be summarized in the studied ad was found meaning in the instant healthy alternative medicine ads. However, the number of impressions is more dominant than the testimony of the usefulness of each TCM herbal medicine.

TV advertising Alternative Medicine is a traditional medicine that is packaged using modern tools. Herbal remedies have been believed to cure all kinds of disease within a short time before there is a doctor. It's just that when today's modern times, people have switched to using drugs from doctors, although there are some who still use traditional medicine.

Nowadays people do not believe in alternative medicine is a traditional medicine, it is because not because people do not want to use traditional medicine but because of the message conveyed by TV advertising Alternative Medicine makes the people confused and there are some who do not believe will quote from TV ads the Alternative Medicine.

Keywords: Instant Healthy, Advertising, Testimonials, Semiotics, Television

ABSTRAK

Hartland Dwi Hijjahya. NIM. 09.05.3.1.1.1.00030. Makna Sehat Instan Dalam Iklan Pengobatan Alternatif (Analisis Semiotika Iklan Pengobatan Alternatif). Dibawah bimbingan Surokim, S.Sos.,M.Si. dan Dr. Yuliana Rakhmawati, S.Sos.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna sehat instan dalam iklan pengobatan alternatif ditayangkan di media TV melalui testimoni dan obat herbal TCM (*Tiongkok Chinese Medicine*). Penelitian ini menggunakan teori Semiotika Charles Sanders Pierce yang membedah tanda menjadi makna sebenarnya (interpretan). Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan mengelompokkan tanda berdasarkan *frame-frame* yang berhubungan dengan makna sehat instan kemudian dibedah menggunakan Semiotika Charles Sanders Pierce.

Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian ini dapat disimpulkan dalam iklan yang diteliti ternyata ditemukan makna sehat instan dalam iklan pengobatan alternatif. Namun demikian, Jumlah tayangan testimoni lebih dominan dibanding kegunaan dari masing-masing obat herbal TCM.

Iklan TV Pengobatan Alternatif merupakan sebuah pengobatan tradisional yang dikemas dengan menggunakan alat modern. Obat herbal telah dipercaya dapat menyembuhkan segala macam penyakit dalam waktu singkat sebelum ada dokter. Hanya saja disaat masa modern saat ini, masyarakat telah beralih menggunakan obat dari dokter walaupun ada sebagian yang masih menggunakan obat tradisional.

Saat ini masyarakat tidak mempercayai pada pengobatan alternatif yang merupakan pengobatan tradisional, hal itu dikarenakan bukan karena masyarakat tidak mau menggunakan pengobatan tradisional tetapi karena pesan yang disampaikan oleh iklan TV Pengobatan Alternatif yang membuat masyarakat tersebut bingung dan sebagian ada yang tidak yakin akan penawaran dari iklan TV Pengobatan Alternatif tersebut.

Kata kunci : Sehat Instan, Iklan, Testimoni, Semiotika, Televisi