

ABSTRAK

Di tengah persaingan iklan yang semakin pesat, muncul konsep baru iklan yaitu terdapatnya sebuah alur cerita untuk pembentukan cerita yang dikonstruksikan sehingga memunculkan tanda dan makna. Iklan Telkomsel 4G LTE dikemas dengan menyisipkan nilai sosial yaitu perjuangan seorang dokter yang mengabdikan diri hingga ke pedalaman, mencurahkan semua pengetahuan dan perhatian untuk selalu siap menolong, sigap dalam bertindak kapanpun dan apapun situasinya karena menolong bukanlah suatu kesuksesan tapi merupakan suatu keikhlasan untuk memberikan semangat hidup kepada sesama. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui nilai perjuangan pengabdian seorang dokter di pedalaman dalam iklan Telkomsel 4G LTE versi “Dokter Di Pedalaman” melalui makna yang dihasilkan dari tanda dan simbol. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, peneliti memberikan deskripsi iklan Telkomsel LTE, temuan diperoleh tidak menggunakan ukuran melainkan berupa makna denotasi dan konotasi. Teori yang digunakan adalah teori Roland Barthes yang menggambarkan kekuatan penggunaan semiotika untuk membongkar struktur makna yang tersembunyi dalam gambar iklan. Pesan merupakan serangkaian proses yang terlihat dalam iklan mulai dari awal sampai akhir. Dalam iklan Telkomsel 4G mengandung makna denotasi perjuangan seorang dokter di pedalaman harus mengesampingkan kebutuhan pribadi untuk pengabdian di dunia medis untuk menolong. Di dalam adegan iklan ini juga menyelipkan promosi Telkomsel 4G LTE dengan memasukkan adegan video call baik dengan keluarga maupun dengan dokter senior untuk mendapat rujukan tindakan yang harus diambil dr Anggrawati, yang menggambarkan kekuatan sinyal dari Telkomsel 4G LTE yang tetap lancar walaupun digunakan di daerah pedalaman sekalipun. Makna konotasi dalam Iklan Telkomsel 4G LTE versi “dokter di pedalaman” yaitu menggambarkan seorang dokter yang harus berjuang untuk menolong masyarakat di pedalaman dengan berbagai persoalan dan tantangan serta dengan keterbatasan tenaga medis.

Kata kunci : Iklan, Perjuangan Dokter di Pedalaman

ABSTRACT

In the midst of an increasingly rapid advertising competition, advertising appear new concept namely the presence of a storyline for the formation of the story is constructed so that raises the sign and meaning. Advertising Telkomsel 4G LTE is packed with inserts of social value that is the struggle of a doctor who devoted themselves to the inland, devote all their knowledge and attention to always be ready to help, eager to act whenever and whatever the situation as help is not a success but is a sincerity to give the spirit of life to others. The purpose of this study to determine the value of a doctor's struggle in the interior devotion in advertising Telkomsel 4G LTE version of "Doctor In Inner" through the resulting meaning of signs and symbols. This study uses descriptive qualitative study, researchers gives a description Telkomsel LTE, the findings obtained using the size but not the form of the meaning of denotation and connotation. The theory used is the theory that describes Roland Barthes semiotic use of force to dismantle the structure of the hidden meaning in the ad image. Message is a series of processes shown in the ad from start to finish. In the ad implies Telkomsel 4G denotation struggle of a doctor in the interior must put aside personal needs to service in the medical world for help. In the scene this ad also slipped sale Telkomsel 4G LTE by incorporating scenes video call either with family or with a senior doctor to get a referral action to be taken Dr. Anggrawati, illustrating the strength of the signal from Telkomsel 4G LTE fixed smoothly even if used in rural areas though , Connotations in rent Telkomsel 4G LTE version of the "doctors in the hinterland" that depicts a doctor who must struggle to help the people in the interior to the various issues and challenges and limitations of medical personnel.

Keywords: Advertising, Doctors Struggle in Outback