

## ABSTRAK

Iklan dapat merupakan representasi dari dunia dan cermin dari realitas. Iklan merupakan media pemasaran dan promosi, tetapi juga dapat digunakan untuk menyalurkan pesan terhadap masyarakat. Alur cerita dalam iklan dapat menawarkan nilai kritik sosial kepada khalayak yang dapat mengedukasi dalam menjalankan kehidupan. Seperti dalam iklan *Sampoerna A Mild versi Unjuk Diri* ini memberikan contoh dan kritik sosial kepada generasi muda dalam bentuk motivasi dalam menjalankan masa depan. Iklan *Sampoerna A Mild versi Unjuk Diri* mengkritisi kehidupan dan perilaku generasi muda di Indonesia sehingga nilai-nilai kritik sosial dalam iklan *Sampoerna A Mild versi Unjuk Diri* ini begitu dekat baik secara verbal dan non verbal dibenak generasi muda khususnya dan khalayak pada umumnya. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna kritik sosial, mengetahui latar belakang, dan perilaku gambaran kritik sosial setiap individu dalam iklan *Sampoerna A Mild versi Unjuk Diri*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Melalui metode tersebut maka dipilih berbagai adegan dalam iklan *Sampoerna A Mild versi Unjuk Diri*, selanjutnya adegan tersebut diungkap makna denotasi dan makna konotasi. Pada dasarnya dalam tubuh sebuah iklan banyak terdapat tanda yang harus diinterpretasikan tentunya sesuai dengan konteks yang menyertai setiap adegan iklan tersebut sehingga nantinya akan menghasilkan pemaknaan dan berlanjut pada pemahaman isi pesan.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan enam representasi nilai-nilai kritik sosial antara lain kesadaran diri, motivasi, introspeksi diri, kepemimpinan, rasa senasib sepenanggungan dan berkomitmen. Melihat perkembangan industri iklan saat ini diharapkan agar para biro iklan untuk lebih banyak memproduksi iklan yang memberi motivasi khalayak terutama yang mengekspose nilai-nilai kritik sosial.

## ABSTRACT

Advertising can be a representation of the world and a mirror of reality. Advertising is a marketing and promotional media, but also can be used to deliver a message to the community. The story line in the ad can offer value to the social critique that can educate the public in the running life. As the ad *Sampoerna A Mild version of this Self Performance* provides an example of social criticism to the younger generation in the form of motivation in running future. Ads *Sampoerna A Mild version of the Performance Self-critiquing* life and behavior of young people in Indonesia so that the values of social criticism in the ad *Sampoerna A Mild version of this Self Performance* is so close to both verbal and non verbal to mind the younger generation in particular and public in general. Therefore this study aims to determine the significance of social criticism, knowing the background, and the behavior of social critique each picture in the ad *indovidu Sampoerna A Mild Performance version of the Self*.

This study uses semiotic analysis of Roland Barthes. Through this method the various scenes in the ads selected *Sampoerna A Mild Performance version of the Self*, then the scene revealed the meaning of denotation and connotation meaning. Basically the body there are a lot of advertising signs must be interpreted within the context that accompanies each scene so that later ads will continue to generate meaning and understanding of the content of the message.

In this study, researchers found six representations of the values of social criticism, among others, self-awareness, motivation, introspection, leadership, sense of kinship *sepenangungan* and committed. See the development of advertising industry is currently expected that the advertising agency to produce more ads to motivate the audience, especially that expose the values of social criticism.