

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Kritik Sosial dalam Iklan Komersial (Analisis Semiotika pada Iklan Rokok Djarum 76 Versi Wani Pira, Jujur, Kontest Jin, dan Wakil dibuang) ini ingin meneliti simbol-simbol yang ada pada tayangan iklan rokok yang berusaha merepresentasikan realitas sosial dalam masyarakat yang terjadi dinegara kita. Tayangan iklan tersebut dipilih sebagai obyek penelitian karena dibalik dari isi iklan tersebut terdapat hal yang menarik untuk dijadikan sebagai pesan sosial atau kritik sosial bagi masyarakat ataupun pihak yang merasa tersentil dengan tayangan iklan tersebut. Teks, gambar serta tanda-tanda yang dianalisis pada penelitian ini adalah sebagai komunikasi verbal dan nonverbal yang mempunyai makna simbolik. Penelitian dilakukan dengan metode analisis struktural atau lebih dikenal dengan istilah semiotika dengan teori Roland Barthes. Semiotika dianggap tepat untuk mengetahui atau mengurai sesuatu yang ada dibalik pemakaian simbol atau tanda dari iklan. Yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah kita dapat mengetahui makna dari penguraian simbol atau tanda yang ada dalam iklan Djarum 76 versi "Wani Pira, Jujur, Kontest Jin, dan Wakil dibuang". Iklan rokok Djarum 76 termasuk iklan rokok tematis yang disesuaikan dengan fenomena sosial dan politik yang terjadi ditengah-tengah masyarakat yaitu perilaku pungutan liar, calon pejabat yang beromong kosong, gila jabatan dan kasus-kasus korupsi. Sudah menjadi rahasia umum bahwa tema realitas sosial dan politik banyak dijadikan ide dalam pembuatan iklan rokok sekarang ini, meskipun isinya jauh melenceng dan tidak ada hubungannya dengan "mengiklankan" produk rokok itu sendiri. Hal itu lebih berhubungan dengan ketatnya regulasi penayangan iklan rokok yang menyebabkan kreator iklan rokok lebih kreatif dalam mengkreasi sebuah iklan sehingga menampilkan sisi yang berbeda dari iklan-iklan non rokok yang pada umumnya bertujuan memasarkan produk. Dengan demikian iklan telah mengalami pergeseran fungsi sebagai media penyampai kritik sosial.

Kata Kunci: Semiotik, Barthes, Kualitatif.