

ABSTRAK

Iklan mempunyai pengertian pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan pada umumnya mengandung isi yang dibangun dengan banyak tanda (sign). Sebagian tayangan iklan tidak hanya menawarkan produk tetapi juga melekatkan nilai-nilai budaya. Mendasarkan hal tersebut maka penelitian ingin mengambil judul "*Analisis Semiotika Representasi Produk Kopi Kapal Api* dalam iklan versi "*Secangkir Semangat*" untuk Indonesia. Kopi Kapal Api sebagai salah satu produsen kopi terbesar di Indonesia menempatkan keragaman budaya yang dimiliki bangsa ini di dalam iklan dengan tema "*Secangkir Semangat*" untuk Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanda-tanda (sign) yang digunakan iklan Kopi Kapal Api versi "*Secangkir Semangat*" pada media televisi. Serta memperoleh penjelasan representasi isi pesan iklan televisi Kopi Kapal Api versi *secangkir semangat* pada media televisi metode penelitian yang digunakan adalah Interpretatif Kualitatif, yaitu menganalisis, menginterpretasikan, dan mengajukan fakta secara sistematis dengan pendekatan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Teknik pengumpulan data : (1) Analisis Teks Media, (2) Wawancara, dan (3) Studi Kepustakaan. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan proses yang meliputi, reduksi data, membedah objek, menafsirkan arti tanda-tanda, dan penyajian data. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan empat makna semangat social antara lain semangat untuk selaras dengan alam, semangat untuk menjaga budaya agar lestari, semangat menjadi bangsa yang percaya diri untuk terus maju, semangat mengejar luhurnya cita-cita bangsa Indonesia yang menunjukkan bahwa dalam iklan Kopi Kapal Api versi "*secangkir Semangat*" ini mempunyai makna pesan untuk menekankan rasa semangat pada segenap lapisan dalam menyebarkan semangat positif untuk Bangsa Indonesia. 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 sosial.

ABSTRACT

Advertising has a sense messages that offer a product aimed at society through the media. Advertising in general contain content that is built with lots of signs (sign). Some ad impressions not only offer products but also embed cultural values. Basing that the study would like to take the title "Semiotics Analysis Representation Kopi Kapal Api Products in the ad version of "Secangkir Semangat" for Indonesia. Kopi Kapal Api as one of the largest coffee producer in Indonesia puts cultural diversity held this nation in the ads with the theme "Secangkir Semangat" for Indonesia. This study aims to determine the signs (sign) used advertisements Kopi Kapal Api version of "Secangkir Semangat" in the television medium. And obtain a description of the contents of the message representation television commercials Kopi Kapal Api version of secangkir semangat in the television media research methods used were Interpretative Qualitative, namely analyze, interpret, and apply the facts of systematic approach Ferdinand De Saussure's semiotic analysis. Data collection techniques: (1) Analysis of Text Media, (2) interviews, and (3) Study of Literature. The process of data analysis in this study using a process that includes, data reduction, object dissect, interpret the meaning of the signs, and presentation of data. In this study, researchers found four of meaning among other social spirit to spirit in harmony with nature, passion for the preservation of culture for sustainable, the spirit of a people who believe themselves to go ahead, the spirit of pursuing ceremony ideals of Indonesia which shows that the Kopi Kapal Api ad version of "Secangkir Semangat" has a meaning of the message to emphasize a sense of spirit at all levels in a positive spirit spread to the Indonesian nation. Seeing the development of the advertising industry is currently expected that the advertising agency to produce more ads to motivate the audience especially that expose social values.