

ABSTRAK

AMELIA CHOIRUNNISA NPM : 1951084, ANALISIS PESAN MORAL GAYA HIDUP SEHAT DALAM IKLAN HERBALIFE NUTRITION DENGAN MENGGUNAKAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE. Skripsi S1 Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Baturaja Dibawah bimbingan Yunizir Djakfar, S.Sos, M.I.P sebagai pembimbing I & Septiana Wulandari, M.I.Kom sebagai pembimbing II.

Di era globalisasi seperti saat ini dimana persaingan antar produsen menjadi semakin ketat sehingga menuntut produsen untuk mencari cara lain yang lebih kreatif untuk mempromosikan produknya agar dapat menarik perhatian khalayak, salah satunya dengan mengemas pesan moral melalui iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna isi pesan moral dalam sebuah iklan dan tanda-tanda verbal dan non verbal yang terdapat dalam iklan Herbalife Nutrition melalui advertising video yang mencakup unsur tanda verbal dan non verbal dalam iklan tersebut serta menjelaskan makna pesan yang terkandung di dalamnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dan studi pustaka, serta referensi yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Semiotika Charles Sander Pierce. Hasil Penelitian ini menyatakan iklan Herbalife Nutrition dimedia advertising Video didalam iklannya tidak hanya menampilkan keunggulan dari produknya namun ada pesan moral yang juga disampaikan melalui tanda- tanda verbal dan non verbal di dalam iklan, dimana dari hasil analisis diperoleh pesan moral yang disampaikan yaitu pesan moral kepatuhan, disiplin dan gaya hidup sehat. Pesan moral mengenai kesehatan juga ditampilkan untuk menegaskan identitas Herbalife Nutrition sebagai produk kesehatan.

Kata Kunci : Analisis Semiotika, Iklan, Herbalife Nutrition, Pesan Moral

ABSTRACT

AMELIA CHOIRUNNISA NPM : 1951084, ANALYSIS OF MORAL MESSAGES OF A HEALTHY LIFESTYLE IN HERBALIFE NUTRITION ADVERTISING USING CHARLES SANDERS PEIRCE'S SEMIOTICS. Undergraduate thesis for Communication Studies Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Baturaja University under the guidance of Yunizir Djakfar, S.Sos, M.I.P as supervisor I & Septiana Wulandari, M.I.Kom as supervisor II.

In the current era of globalization, where competition between producers is becoming increasingly stringent, it demands producers to find other, more creative ways to promote their products in order to attract public attention, one of which is by packaging moral messages through advertisements. This study aims to determine the meaning of the moral message content in an advertisement and identify the Verbal and Non Verbal signs contained in Herbalife Nutrition advertisements through advertising videos which include elements of Verbal and Non Verbal signs in the advertisement and explain the meaning of the messages contained therein. The research method used is descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study used documentation and literature study, as well as references related to research. The analysis technique used is Charles Sander Pierce's semiotic analysis. The results of this study state that Herbalife Nutrition advertisements in advertising video media in the advertisement not only display the advantages of the product but there is a moral message that is also conveyed through verbal and non-verbal signs in the advertisement, where from the results of the analysis the moral message is conveyed, namely the moral message of compliance , discipline and a healthy lifestyle. A moral message about health is also presented to emphasize Herbalife's identity as a health product.

Keywords: Semiotic Analysis, Advertising, Herbalife Nutrition, Moral Message