

ABSTRAK

Herlina Natalia, NPM: 2051071, ANALISIS SEMIOTIKA UNSUR KOMEDI PADA IKLAN REJOICE RICH 3IN1 X KIKY SAPUTRI #RAMBUTNODRAMA. Skripsi (S1) Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja, November 2023. Dibawah Bimbingan Yunizir Djakfar, M.I.P dan Septiana Wulandari, M.I.Kom.

Penelitian ini berjudul analisis unsur komedi pada iklan Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #RambutNoDrama yang di latar belakang dengan unsur komedi di dalam iklannya. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana analisis unsur komedi pada iklan “Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #RambutNoDrama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis unsur komedi pada iklan “Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #RambutNoDrama“. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah frame yang mengandung unsur komedi dalam iklan shampo Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #RambutNoDrama. Pada pembahasannya menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Dalam penelitian ini teori yang digunakan Teori Semiotika Charles Sanders Peirce yang fokus kajiannya mengenai tanda melalui Segitiga Makna (*triangel meaning*) yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan unsur komedi yang terdapat pada iklan Rejoice Rich 3in1 ini termasuk ke dalam komedi yang berupa sindiran atau *satire*. Terlihat pada beberapa adegan Kiky menggunakan gaya bahasa yang menyindir tetapi disampaikan dalam bentuk humor. Unsur komedi yang ditunjukkan oleh Kiky saputri pada beberapa frame dalam iklan ini bisa membuat iklan shampo Rejoice Rich 3in1 ini menjadi lebih menarik dan bahkan disukai oleh penonton. Iklan Rejoice Rich 3in1 menunjukkan bahwa iklan ini berbeda dengan konsep yang ditampilkan dalam produk iklan shampo lainnya. Biasanya iklan shampo lainnya lebih menampilkan tentang rambut yang bagus untuk mempromosikan produknya. Sedangkan, konsep iklan Rejoice Rich 3in1 dengan tagline #RambutNoDrama yang dibawakan oleh Kiky Saputri dibalut dengan komedi, sehingga terlihat berbeda atas keunikan dan kreatifitasnya.

Kata Kunci: Iklan, Komedi, semiotika Charles Sanders Peirce

ABSTRACT

Herlina Natalia, NPM: 2051071, SEMIOTIC ANALYSIS OF COMEDY ELEMENTS IN ADVERTISING REJOICE RICH 3IN1 X KIKY SAPUTRI #HAIRNODRAMA. Thesis (S1) Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Baturaja University, November 2023. Under the guidance of Yunizir Djakfar, M.I.P and Septiana Wulandari, M.I.Kom.

This research is entitled analysis of comedy elements in the advertisement Rejoice Rich 3in1. The problem formulation of this research is how to analyze the comedy elements in the advertisement "Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #HairNoDrama". The purpose of this research is to determine the analysis of the comedy elements in the advertisement "Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #HairNoDrama". This research uses a qualitative descriptive research methodology. The subject of this research is a frame containing comedy elements in the Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri #HairNoDrama shampo advertisement. The discussion uses Charles Sanders Peirce's semiotic analysis techniques. In this research, the theory used is Charles Sanders Peirce's Semiotic Theory, which focuses on studying signs through the Meaning Triangle, namely sign, object and interpretant. The results of this research show that the comedy elements contained in the Rejoice Rich 3in1 advertisement are included in comedy in the form of satire. It can be seen that in several scenes Kiky uses satirical language but conveys it in a humorous way. The comedy elements shown by Kiky Saputri in several frames in this advertisement can make this Rejoice Rich 3in1 shampoo advertisement more interesting and even liked by the audience. The Rejoice Rich 3in1 advertisement shows that this advertisement is different from the concept shown in other shampoo advertising products. Usually other shampoo advertisements show good hair to promote the product. Meanwhile, the Rejoice Rich 3in1 advertising concept with the tagline #HairNoDrama presented by Kiky Saputri is wrapped in comedy, so it looks different due to its uniqueness and creativity.

Keywords: Advertising, Comedy, semiotics Charles Sanders Peirce