

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kedudukan narasi dan struktur alur pada 3 seri iklan Sampoerna *A Mild* edisi *Go Ahead* dengan penerapan model aktansial dan fungsional Algirdas Greimas. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang relevan seperti komunikasi, komunikasi massa, iklan, periklanan di televisi, iklan rokok di televisi, narasi, struktural naratif model aktansial dan fungsional Algirdas Greimas..Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan data primer yang berupa klip tayangan iklan Sampoerna *A Mild* versi “danau”, “konser” dan “*split screen*” yang diambil dari situs internet *youtube*. Data sekunder didapat dari wawancara dengan informan sekunder yaitu *creative director* dari iklan tersebut serta dengan sumber data seperti buku, penelitian terdahulu, jurnal, artikel online, dan informasi lain yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga seri cerita yang dianalisis, semuanya memiliki posisi 5 aktan yang terisi secara keseluruhan dan 1 aktan yang mengalami zeroisasi. Sedangkan untuk penerapan model fungsional, 3 seri cerita tersebut memiliki keseimbangan cerita karena seluruh tahapan berhasil diraih.

Kata kunci: iklan, narasi, teori struktural naratologi, Greimas, aktansial, fungsional.