

ABSTRAK

Iklan sampai saat ini masih menjadi sarana promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Selain sebagai bentuk promosi, iklan juga mampu memberi gambaran mengenai realitas yang ada salah satunya mengenai peran Ayah dalam keluarga yang digambarkan dalam iklan televisi. Latar belakang penelitian ini berhubungan dengan iklan produk kebutuhan sehari-hari yang didominasi oleh sosok Ibu. Namun, Pepsodent sebagai produk pasta gigi ternama di Indonesia, beberapa kali memunculkan sosok Ayah secara lebih dominan dibandingkan dengan sosok Ibu. Penelitian ini difokuskan pada analisis makna peran Ayah yang terkandung dalam iklan Pepsodent Versi “Sikat Gigi Pagi dan Malam 2015” berdasarkan Semiotika Roland Barthes. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna peran seorang Ayah menurut tataran denotasi, konotasi dan mitos apa yang muncul dalam iklan Pepsodent ini. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Berdasarkan hasil penelitian, makna denotasi dari iklan Pepsodent tersebut adalah masih kurangnya tingkat kesadaran masyarakat Indonesia untuk menyikat gigi pagi dan malam terutama para orangtua. Makna konotasinya adalah Ayah sebagai panutan anak-anak sering kali belum memberi contoh yang baik pada anak, dan iklan ini menunjukkan adanya kedekatan yang lebih antara Ayah dengan anak. Mitos yang muncul adalah kedekatan anak perempuan dengan ayahnya dan mitos laki-laki dewasa yang kurang memperhatikan kesehatan gigi dan mulut.

Kata Kunci: Makna, Peran Ayah, Iklan televisi, Semiotika, Roland Barthes