

ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA TEMAN MURNI DALAM IKLAN

BEAR BRAND VERSI “TEMAN MURNI”

(Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Bear Brand Versi “Teman Murni”)

Abstrak:

Sejak pertama kali diciptakan, manusia memang sebagai makhluk sosial. Wajar bila seorang teman sangatlah berarti dalam kehidupan kita. Bahkan sejak dahulu kala manusia dikatakan makhluk sosial yaitu makhluk yang dalam hidupnya tidak bisa hidup sendiri atau tidak bisa lepas dari pengaruh manusia lain. Manusia sendiri dikatakan makhluk sosial, juga karena pada dasarnya didalam diri manusia ada dorongan untuk berhubungan (interaksi) dengan orang lain. Hal inilah yang membuat nilai sosial pertemanan sangat sering kita jumpai dikehidupan kita. Pertemanan atau persahabatan saat ini sedang hangat menjadi tema di beberapa film maupun iklan, tidak hanya itu, pertemanan atau persahabatan kini diangkat menjadi tema di beberapa promosi perusahaan. Salah satunya adalah iklan Bear Brand dengan tema “Teman Murni”, menceritakan seorang keluarga yang bangkrut, tetapi berkat dukungan keluarga dan sang istri yang dalam iklan ini adalah teman sejati memberikan semangat untuk bangkit lagi. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna “Teman Murni” yang ada pada iklan Bear Brand. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan paradigma kritis dan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan Bear Brand memiliki empat unsur teman murni, yaitu unsur *dyadic*, unsur perhatian dan kepedulian, unsur sukarela dan unsur *egalitarian*.

Kata Kunci: Kualitatif, Iklan, Semiotika