

# **REPRESENTASI DEWASA MUDA DALAM IKLAN ROKOK SAMPOERNA A MILD VERSI “SIAPA MUDA DIPANDANG SEBELAH MATA”**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Pemaknaan Dewasa  
Muda dalam Iklan Rokok A Mild di Media Televisi)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika untuk menganalisis objek yang diteliti. Teknik analisis data dilakukan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes yaitu *'The Second Order Signification'*. Deskripsi mengenai Dewasa Muda pada iklan rokok A Mild ini dianalisis pada tataran sistem penandaan pertama yang memunculkan makna denotasi, tataran sistem penandaan kedua yang memunculkan makna konotasi serta mitos yang terkandung dalam iklan rokok A Mild versi “Siapa Muda Dipandang Sebelah Mata”.

Pada tataran denotasi, Dewasa Muda dalam iklan rokok A Mild digambarkan sebagai individu yang memiliki daya tahan dan taraf kesehatan yang prima sehingga dalam melakukan berbagai kegiatan tampak inisiatif, kreatif, energik, cepat, dan proaktif. Sedangkan, pada tataran konotasi, banyak makna-makna yang muncul yang berakar dari mitos seperti kapasitas dewasa muda dalam bangsa Indonesia yang dipercaya sebagai agen perubahan. Hal ini menimbulkan makna mengenai kepemimpinan kaum muda dalam kehidupan bangsa Indonesia yang ternyata memegang peranan penting.

*Keywords: Iklan, Semiotika, Roland Barthes*

**REPRESENTATION OF THE YOUNG ADULTHOOD IN  
SAMPOERNA A MILD VERSION “SIAPA MUDA  
DIPANDANG SEBELAH MATA”**

**(Analysis Semiotic by Roland Barthes Trough Youngest Maturity  
Meaning in Sampoerna A Mild Media Television Advertisements)**

***ABSTRACT***

*The approach of the research is qualitative, using semiotic analysis to analyze the research objects. The data analysis is based on ‘The Second Order Signification’ by Roland Barthes. Description of Young Adulthood was analyzed using the first order signification that shows the denotative meaning; in second order signification that shows the connotative meaning and myth as well.*

*In the denotative level, Young Adulthood in A Mild cigarettes advertisements is described as a individuals who have a durability and good health so that in doing various activities seem initiative, creative, energetic, quickly, and proactive. Whereas in the connotative level, there are many meaning that shows myth such as the capacity of Young Adulthood in Indonesia country is believed to be agents of change. This gives young people the meaning of leadership in the life of Indonesian people who turned out to play an important role.*

*Keywords: Advertisement, Semiotic, Roland Barthes*