

ABSTRAK

Iklan adalah sebuah produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam memberikan informasi terkait produk atau jasa, dimana target iklan ini biasanya ditunjukkan kepada target yang telah ditetapkan. Iklan yang diproduksi tersebut tentunya berbuah dalam sebuah pesan yang dituangkan dalam tulisan maupun ilustrasi yang merepresentasikan pesan tersebut. Khalayak yang menjadi sasaran maupun hanya sekedar melihat, ikut memaknai iklan tersebut, sehingga pemaknaan inilah yang bersifat berbeda-beda bagi sebagian orang. Tidak terkecuali iklan Nike versi Colin Kaepernick yang menjadi objek penelitian penulis, iklan ini mendapatkan respon negatif dan juga positif bersamaan, bahkan di cekal oleh presiden Donald Trump saat itu. Dimana ini menjadi daya tarik tersendiri, bahkan dari penulis. Karena iklan ini menjadi pertama kalinya dalam sejarah kenaikan penjualan hingga 30%. Penelitian dilakukan untuk mengetahui makna pesan apa yang terselubung di dalam iklan ini. Metode penelitian yang dilakukan penulis adalah kualitatif deskriptif pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough dengan paradigma kritis. Kesimpulan pada penelitian ini adalah pesan iklan yang dibalut emosional dan sesuai pada kejadian sosial bermasyarakat, membuat pesan iklan ini dapat diminati dan sampai pada hati masyarakat sasaran. Namun, dibalik pesan ini terdapat maksud terselubung yang tersirat demi keuntungan sebuah *brand* dalam mencapai sebuah peningkatan penjualan, nama baik, serta *brand awereness*.

Kata kunci: Makna, Pesan, Analisis Wacana Kritis Normain Fairclough