



ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN YOUTUBE MIE SEDAAP RAWIT BINGIT AYAM JERIT (CHARLES SANDERS PEIRCE)

Dhea Mira Utari
5201711157

Guna menarik konsumen untuk membeli sebuah produk, pembuat iklan harus menerapkan strategi promosi, salah satunya dengan membuat iklan yang unik dan berbeda dengan iklan yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi nilai hiburan yang ada dalam iklan Mie Sedaap Rawit Bingit Ayam Jerit melalui kanal YouTube Mie Sedaap. Teori semiotika milik Charles Sanders Peirce digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menemukan makna yang terkandung dalam video iklan. Dari hasil analisis yang ditemukan, iklan tersebut memanfaatkan berbagai elemen yang menghibur untuk menyampaikan pesan kepada audiens, baik itu melalui elemen visual, verbal, dan gestur yang diperagakan oleh talent. Elemen visual dalam iklan, seperti desain kemasan, warna yang digunakan dalam iklan, kartun ayam, dan ekspresi talent digunakan untuk menarik perhatian audiens. Iklan ini berusaha untuk meyakinkan audiens bahwa produk Mie Sedaap Rawit Bingit Ayam Jerit memiliki tekstur mie yang kenyal, kuah merah, dan sensasi pedas dari cabai rawit asli.

Kata Kunci: Charles Sanders Peirce, Semiotika, Iklan, YouTube

ABSTRACT

SEMIOTIC ANALYSIS OF YOUTUBE ADVERTISEMENT MIE SEDAAP RAWIT BINGIT AYAM JERIT (CHARLES SANDERS PEIRCE)

*Dhea Mira Utari
5201711157*

Advertisers must implement a promotional strategy to attract consumers to purchase a product, including creating unique advertisements that stand out from others. This study aims to analyze the representation of entertainment value in the Mie Sedaap Rawit Bingit Ayam Jerit advertisement featured on the Mie Sedaap YouTube channel. Charles Sanders Peirce's semiotic theory is employed in this study to identify and interpret the meanings embedded in the advertisement video. The analysis reveals that the advertisement employs various entertainment elements to convey messages to the audience, utilizing visual, verbal, and gestural components demonstrated by the talent. Visual elements in the advertisement, such as packaging design, color schemes, cartoon depictions of chicken, and expressions of talent, are strategically used to capture the audience's attention. This advertisement persuades viewers that the Mie Sedaap Rawit Bingit Ayam Jerit product offers a chewy noodle texture, a rich red broth, and a spicy sensation derived from real cayenne pepper.

Keywords: *Charles Sanders Peirce, Semiotika, Iklan, YouTube*