

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING***

Skripsi, Juli 2022

**FIFI DWI ARYANI
2018140014**

**REPRESENTASI MANUSIA MODERN DALAM IKLAN FLIP VERSI
“ADA FLIP BUAT SEMUA TRANSAKSIMU” (ANALISIS SEMOTIKA
CHARLES SANDERS PEIRCE)**

(V Bab + 101 Halaman + 9 Tabel + 6 Gambar)

ABSTRAK

Perubahan yang semakin modern mampu memberikan ide kepada pengiklan untuk membuat sebuah konsep iklan. Misalnya realita kehidupan masyarakat yang diangkat sebagai ide cerita dengan tujuan agar mudah mempengaruhi *audience* tanpa mengkritisnya. Iklan Flip versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” merupakan contoh iklan yang mengangkat tema kehidupan masyarakat, berisi tentang cara bertransaksi digital di zaman modern saat ini. Adapun makna yang terkandung di setiap *scene*, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui makna pesan berdasarkan *sign*, *object*, dan *interpretant* serta representasi manusia modern yang terkandung dalam iklan. Teori yang digunakan adalah Teori Iklan, Teori Semiotika Charles Sanders Peirce, Teori Representasi dan Teori Manusia Modern. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta metode analisis semiotika, penelitian ini mengumpulkan data primer dan data sekunder. Selanjutnya diuji kebasahan data dengan triangulasi sumber yang berupa empat informan. Dari proses tahapan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa makna pesan yang berdasarkan *sign*, *object*, dan *interpretant* bertujuan untuk mengajak masyarakat mengetahui dunia transfer digital serta menggambarkan bahwa aplikasi mudah digunakan. Selain itu terdapat representasi manusia modern yang tercermin dalam *scene*, beberapa karakteristik manusia modern milik teori Alex Inkeles disajikan dalam visual yang unik dan kreatif.

Kata kunci : *Makna Pesan, Manusia Modern, dan Semiotika*
Referensi : 8 Buku, 11 Jurnal, 14 Website
Dosen Pembimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari, M. Si.