

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Adi Hartono

20120530087

Kearifan Lokal Pada Iklan Rokok Televisi Dji Sam Soe

Tahun : 2018 + 85 Halaman + 12 Gambar

Daftar Pustaka : 22 Buku + 3 Jurnal + 12 Sumber Online

Iklan rokok adalah iklan yang dibatasi dengan dilarangnya memperlihatkan wujud rokok inilah yang membuat iklan rokok berbeda, dan harus berfikir lebih kreatif, Jenis penelitian ini adalah studi deskriptif metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Bhartes, Penelitian ini bertujuan untuk melihat, memahami, menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana kearifan lokal digambarkan dalam iklan rokok televisi Dji Sam Soe. Hasil dari penelitian ini adalah, kearifan lokal yang ditampilkan pada iklan yaitu sopan santun dalam menyapa orang khususnya menyapa orang yang lebih tua. Kearifan yang menggambarkan keharmonisan antar anak muda dan orang tua terwujud dalam iklan Dji Sam Soe versi *musalaki* dimana anak muda dan orang tua secara gotong royong membangun rumah adat musalaki, dalam lingkup lebih intim juga tergambar dalam iklan Dji Sam Soe versi sungkeman dimana anak melakukan ritual sungkeman kepada orang tuanya menjelang menikah sebagai wujud terima kasih karena telah dirawat dan dibesarkan. Kearifan lokal yang menghubungkan manusia dengan alam dan lingkungan sekitar juga tergambar dalam iklan versi silat minangkabau dan versi tari tobe papua. kearifan untuk selalu menjaga diri dari berbagai rintangan, dalam iklan versi minang seorang laki-laki minang harus bisa membela diri dengan silat, dalam versi tari tobe papua kearifan untuk menjaga diri dan menjaga alam sekitar menjadi sesuatu yang sakral, prosesi pemanggilan ruh leluhur pada tari tobe, dan atribut yang digunakan masyarakat papua sangat lekat dengan alam, namun juga terkesan primitif.

Kata Kunci : Kearifan Lokal, Analisis Semiotik, Iklan Rokok

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Sosial and Political Science

Communication Departement

Advertising Concentration

Adi Hartono

20120530087

Local Wisdom in Cigarette Advertise Dji Sam Soe Television

Year of Thesis : 2018 + 85 Page +Picture

Bibliography : 22 Books + 3 Journals + 12 Online Media Source

Cigarette advertise was restiracted advertise with forbidden by showing cigaarete form , that make different and must creative thinking, this study is deskriptive, by methode of kualitatif by Roland Bhartes Semiotik approach, this study aim to see, undertood, and explained how local wisdom dercribe in Dji Sam Soe advertise television. The result of the study was local wisdom on advertise was politeness to say hello to older people, local wisdom that describe harmony between young generation and older people was realize in Dji Sam Soe musalaki version, wich young generation and older people on mutual cooperation to build Traditional house of musalaki version, in a more intimate sphere is also reflected in Dji Sam Soe of sungkeman advertise to the parents before wedding as a of gratitude for being for treated and raised. Local wisdom to conecteed people to nature and the enviroment version of silat minangkabau and tobe dance papua version. wisdom to always keep away from various obstacles , in the min version of an advertise a minang man should be able defend himself with silat, in the tobe dance of papua, wisdom to keep yourself and keep the natural surrounding into something sacred, the process of calling the ancestral spirits on tobe dance , and atributes used by the people of papua very closely to nature , but also impressed primitive.

Keywords : Local Wisdom, Semiotik Analysis , Cigarette Advertise