

Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Televisi Allianz Indonesia Versi “#DareToLiveMore”

Abinanto Hadi Nopangga

Abstrak

Iklan televisi merupakan media kreatif dalam menyampaikan pesan dan informasi dengan jangkauan yang luas, Pemaknaan pesan iklan televisi yang terkadang sulit di pahami. Pada setiap scene atau alur cerita membutuhkan pemaknaan secara jelas. Penelitian ini menganalisa kandungan dari makna pesan yang terdapat di video iklan Allianz Indonesia versi #DareToLiveMore, dengan cara menganalisa makna pesan denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam *scene*, tokoh, narasi ataupun tanda-tanda yang ada di dalam video iklan Allianz Indonesia #DareToLiveMore. Tujuannya adalah untuk mengetahui makna pesan denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung di dalam video iklan Allianz Indonesia versi #DareToLiveMore,. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berdasarkan wawancara melalui email dan telepon dengan pihak Allianz Indonesia yang bertanggung jawab langsung dengan video iklan Allianz versi Indonesia versi #DareToLiveMore. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna pesan yang terkandung di dalam iklan Allianz Indonesia versi #DareToLiveMore, bertujuan mengajak penonton secara persuasive. Tujuannya agar penonton berani melangkah maju untuk berkembang dalam menjalani hidup. Allianz Indonesia hadir untuk memberikan jaminan dan melindungi resiko hidup masyarakat Indonesia.

Kata Kunci : *Makna, Pesan, Denotasi, Konotasi, Mitos*

Meaning Semiotics Analysis of Television Advertising Messages Allianz Indonesia Version “#DareToLiveMore”

Abinanto Hadi Nopangga

Abstract

The television ad is a creative media in conveying the message and information, Making of television advertising messages that are sometimes. At each scene or storyline requires a clear meaning difficult to understand. This research is about analyzes the content of the video ad message meaning Allianz Indonesia #DareToLiveMore version by analyzing the meaning of a message denotation, connotation and myth contained in the scene, character, narrative or signs contained in the video ad Allianz Indonesia #DareToLiveMore version. The purpose is to know the meaning of the message denotation, connotation and myth contained in the video ad Allianz Indonesia #DareToLiveMore version. The method used is a qualitative research method, with the kind of descriptive qualitative study, Data collection techniques used were based on interviews by email and phone with the Allianz Indonesia is responsible directly to the video ad Allianz Indonesia #DareToLiveMore version. The results showed that the meaning of the message contained in the ad version #DareToLiveMore Allianz Indonesia aims to bring the audience in a persuasive manner so that the audience bravely step forward to grow in life. Allianz Indonesia is present to protect the risk of Indonesian society.

Keywords : *Meaning, Messages, Denotation, Connotation, Myth*