

## ABSTRAK

Iklan melalui media elektronik seperti televisi seringkali digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mengiklankan suatu produk karena dianggap lebih cepat menarik konsumen lewat visual, audio dan juga jalan cerita yang unik. Untuk semakin meningkatkan *brand awareness* produk yang diiklankan maka dibuatlah *tagline* yang semakin memudahkan konsumen dalam mengingat produk tersebut hanya dari beberapa kalimat. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penanda, petanda serta makna *tagline* dalam sebuah iklan. Iklan yang menjadi fokus penelitian penulis adalah *One Piece x Nissin Cup Noodles: Hungry Days* (Edisi Zoro) yang akan di bagi kedalam beberapa *scene* pilihan. *Scene* pilihan tersebut akan dianalisis menggunakan metode padan referensial yang menganalisis peristiwa-peristiwa yang terjadi melalui sebuah tanda. Tanda tersebut kemudian dikaji lebih lanjut menggunakan Semiotika Roland Barthes. Dari 8 *scene* pilihan tersebut ditemukan penanda dan petanda serta makna dari *tagline* “*Aoharu kayo*” yang merupakan sebuah janji. Untuk memenuhi janji tersebut ditonjolkan lah 14 citra remaja yaitu suportif, kompetitif, fokus, berani, percaya diri, *self efficacy*, bersungguh-sungguh, tekad, kerja keras, kesabaran, konsisten, berambisi, pantang menyerah, motivasi atau dukungan.

Kata kunci: penanda, petanda, iklan, *tagline*, semiotika.

## **ABSTRACT**

*A company often uses advertising through electronic media such as television to promote a product because it is considered faster to attract consumers through visuals, audio, and a unique storyline. A tagline makes it easier for consumers to remember the product in just a few sentences to further increase brand awareness of the advertised product. Therefore, this study aims to analyze signified, signifier, and the meaning of the tagline in an advertisement. The advertisement focusing on the author's research is One Piece x Nissin Cup Noodles: Hungry Days (Zoro Edition), which will be divided into several selected scenes. The selected scene will be analyzed using a referential equivalent method that analyzes events that occur through a sign. The sign is then studied further using Roland Barthes' Semiotics. From the eight selected scenes, markers and markers were found as well as the meaning of the tagline "Aoharu kayo" which is a promise. To fulfill the promise, 14 youth images are highlighted: supportive, competitive, focused, courageous, confident, self-efficacy, earnest, determination, hard work, patience, consistency, ambition, never give up, motivation or support.*

*Keywords: signifier, signified, advertisement, tagline, semiotics.*