



**CITRA IKLAN ROKOK SAMPOERNA A MILD**

***THE IMAGERY OF CIGARETTES ADS  
SAMPOERNA A MILD***

**SKRIPSI**

Oleh

**Anugerah Senja Putra  
NIM 050910302155**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**CITRA IKLAN ROKOK SAMPOERNA A MILD**  
***THE IMAGERY OF CIGARETTES ADS SAMPOERNA A MILD***

**SKRIPSI**

oleh

**Anugerah Senja Putra**  
**NIM 050910302155**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**2012**



**CITRA IKLAN ROKOK SAMPOERNA A MILD**  
***THE IMAGERY OF CIGARETTES ADS SAMPOERNA A MILD***

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sosiologi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Sosial

oleh

**Anugerah Senja Putra**  
**NIM 050910302155**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**2012**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. kedua orang tua yang selalu mendoakanku, memberiku semangat, mengajarkanku berbicara, berperilaku, dan sangat menyayangiku;
2. saudara-saudariku, yang sudah memberikan semangat untuk menyelesaikan karya tulis ini;
3. semua guru-guruku yang telah mengajarkan berbagai ilmu; dan
4. Almamater Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang kubanggakan dan kucintai.

## MOTTO

Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah, Yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.

(QS.96:1-5)\*)

Melihat apa yang dalam iklan adalah pekerjaan pakar komunikasi, tapi melihat lebih luas dari cakupan iklan itu sendiri adalah sebuah riset sosiologi. (Williamson, 2007:1)\*\*)

---

\*) Al-Quran dan Terjemahnya: Surat Al' Alaq (QS.96:1-5).

\*\*) Williamson, Judith. 1978. *Decoding Advertisement: Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan*. Yogyakarta: Jalasutra

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

nama : Anugerah Senja Putra

NIM : 050910302155

Menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul “Citra Iklan Rokok Sampoerna A Mild” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 11 Juni 2012

Yang Menyatakan,

Anugerah Senja Putra

NIM 050910302155

**SKRIPSI**

**CITRA IKLAN ROKOK SAMPOERNA A MILD**

***THE IMAGERY OF CIGARETTES ADS SAMPOERNA A MILD***

oleh

Anugerah Senja Putra  
NIM 050910302155

Pembimbing : Budhy Santoso, S.sos, M.Si

## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul, “Citra Iklan Rokok Sampoerna A Mild” telah diuji dan disahkan pada:

Hari / tanggal : Jum’at, 24 Agustus 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji:

Penguji I,

Raudlatul Jannah, S.Sos, MSi  
NIP. 198206182006042001

Penguji II,

Budhy Santoso, S.Sos. M.Si  
NIP. 19701213 199702 1001

Penguji III,

Drs. Joko Mulyono, M.Si  
NIP.196406201990031001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A  
NIP.19520727 198103 1 003



## RINGKASAN

**Citra Iklan Rokok Sampoerna A Mild** Anugerah Senja Putra; 050910302155; 2012: 62 halaman; Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Dunia periklanan rokok harus berhadapan dengan wacana bahaya merokok dan PP RI Nomor 23 Tahun 2003 tentang bahaya merokok sehingga tampilan iklan rokok tidak boleh menampilkan bentuk rokoknya, hal demikian membuat Sampoerna A Mild berupaya lebih kreatif memperkenalkan diri pada masyarakat. Dengan iklan yang kreatif, Sampoerna A Mild membangun citra produknya walau hanya menampilkan animasi gambar, kaligrafi dan adegan tanpa menampilkan produk. Pesan Sampoerna A Mild melalui tampilan iklan ternyata mampu dilihat masyarakat dengan baik dan difahami bahkan mengakar dalam kehidupan masyarakat. Iklan Sampoerna A Mild selalu menayangkan realitas sosial yang ada di masyarakat, dalam bentuk iklan yang bersifat parodi, kritis dan cerdas. Tayangan iklan sarat akan fenomena sosial demikian diintrepetasikan secara beragam oleh audiens. Iklan Sampoerna A Mild dengan citra yang terbentuk mampu memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku *audience*. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah “Bagaimana citra iklan Sampoerna A Mild?”. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisa citra iklan Sampoerna Mild metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif dengan pendekatan hermeneutik. Dengan kriteria yang telah ditentukan, objek penelitian yang dijadikan sampel adalah 6 iklan Sampoerna A Mild yaitu iklan Sampoerna A Mild Tanya Kenapa versi “polisi sembunyi” dan versi “Yang Lebih Muda Yang Gak Dipercaya, Iklan Sampoerna A Mild Pilihan Gue versi “Bingung Pilihan” dan versi “Gelar Kerja”, Iklan Sampoerna A Mild Go Ahead versi “Gelembung” dan versi “Hilang Arah”. Dalam tayangan iklan Sampoerna A Mild, peneliti secara mendalam mampu menemukan citra yang terbentuk dengan

menganalisa setting iklan, struktur kata, struktur kalimat, gaya bahasa, penampilan dan ekspresi aktor, suara-suara, teks dan kode yang dimunculkan serta cerita atau adegan yang ditampilkan dalam iklan. Iklan Sampoerna A Mild menawarkan interpretasi yang sangat terbuka bagi siapa saja yang akan menikmatinya. Hasil penelitian, Tema dan Judul iklan-iklan Sampoerna A Mild berbeda-beda, namun tayangan iklan Sampoerna A Mild memiliki pola, yaitu selalu menampilkan citra muda yang disajikan secara cerdas dan modern. Sehingga dapat dimaknai bahwa Sampoerna A Mild bercitra muda, cerdas, dan modern.

Citra di intrepetasikan secara beragam tergantung pada kondisi dan latar belakang audiens dalam keseharian. Citra-citra tersebut direproduksi dalam tayangan, bentuk, dan penempatan iklan-iklan Sampoerna A Mild sebagai bentuk imitasi dari realitas sosial yang ada dalam kehidupan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kasih dan sayang-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Citra Iklan Rokok Sampoerna A Mild”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Budhy Santoso, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan kritik dalam penulisan skripsi ini;
2. Raudlatul Jannah, S.Sos, M.Si dan Drs. Joko Mulyono, M.Si., selaku dosen penguji;
3. Drs.H. Sulomo, SU., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa;
4. Nurul Hidayat, S.Sos, MUP., selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
5. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
6. semua staf pengajar dan akademik Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
7. teman-teman Sosiologi khususnya angkatan 2005 yang memberikan sumbangan ide dan pemikirannya;

8. adik-adik kelas sosiologi yang selalu mendukung dalam penulisan skripsi ini;

Penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca, demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca.

Jember, 11 Juni 2012

Penulis

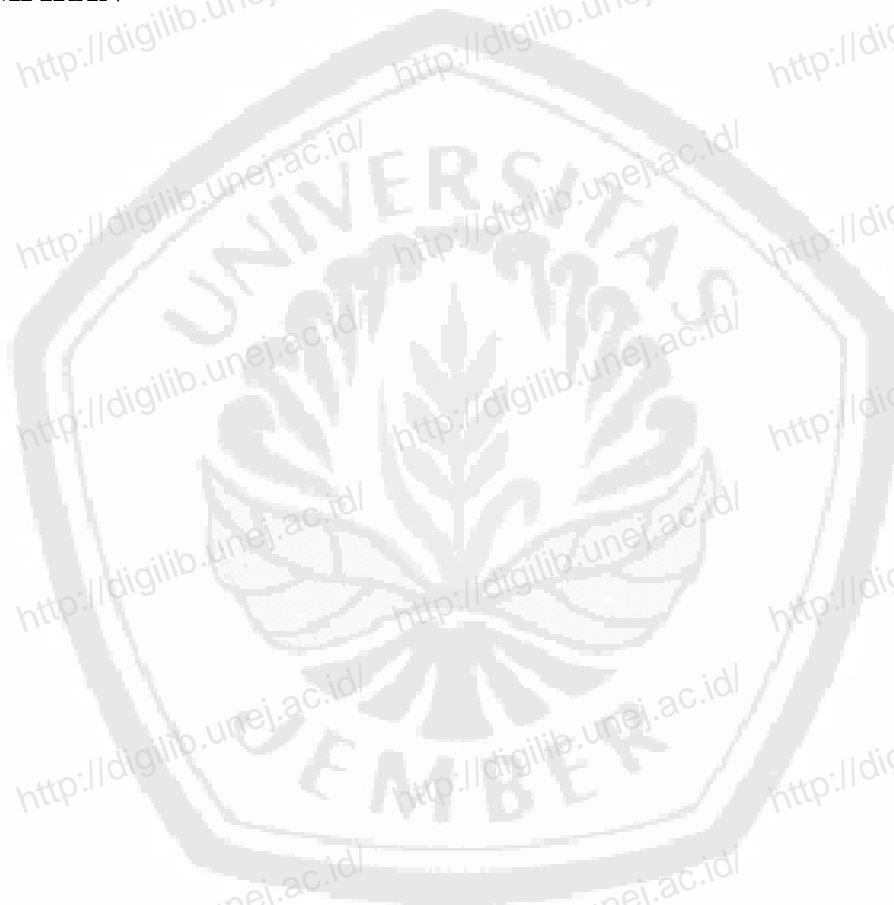


## DAFTAR ISI

Isi.....	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Sejarah Rokok Indonesia .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Periklanan Rokok .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Konsep Simbol.....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 Tinjauan Tentang Citra .....</b>	<b>15</b>
<b>2.5 Penafsiran Simbol .....</b>	<b>17</b>
<b>2.6 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>19</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Metode Penelitian .....</b>	<b>22</b>

<b>3.2 Objek Penelitian.....</b>	<b>22</b>
3.2.1 Iklan Sampoerna A Mild Tanya Kenapa versi “Polisi Sembunyi” .....	23
3.2.2 Iklan Sampoerna A Mild Tanya Kenapa versi “Yang Lebih Muda Yang Gak Dipercaya” .....	23
3.2.3 Iklan Sampoerna A Mild Pilihan Gue versi “Gelar Kerja” .....	23
3.2.4 Iklan Sampoerna A Mild Pilihan Gue versi “Banyak Pilihan” .....	24
3.2.5 Iklan Sampoerna A Mild Go Ahead versi “Gelembung” .....	24
3.2.6 Iklan Sampoerna A Mild Go Ahead versi “Hilang Arah” .....	24
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>24</b>
<b>3.4 Analisis Data .....</b>	<b>25</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
<b>4.1 Iklan Sampoerna A Mild dalam Media .....</b>	<b>27</b>
<b>4.2 Analisis Iklan Sampoerna A Mild .....</b>	<b>28</b>
4.2.1 Analisis Iklan Sampoerna A Mild Tanya Kenapa versi “Polisi Sembunyi” dan versi “Yang Lebih Muda Yang Gak Dipercaya” .....	29
4.2.2 Analisis Iklan Sampoerna A Mild Pilihan Gue Pilihan Gue versi “Gelar Kerja” dan versi “Banyak Pilihan” .....	42
4.2.3 Analisis Iklan Sampoerna A Mild Go A Head versi “Gelembung” dan versi “Hilang Arah” .....	53
<b>4.3 Citra Iklan Sampoerna A Mild.....</b>	<b>62</b>
4.3.1 Citra Muda .....	62
4.3.2 Citra Cerdas .....	63

4.3.3 Citra Modern.....	64
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>65</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.2.1 Konsep Tanda Saussure .....	13
2.2.2 Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	14
4.2.1.1 Tayangan Iklan Sampoerna A Mild versi “Polisi Sembunyi” .....	30
4.2.1.2 Tayangan Iklan Sampoerna A Mild versi “Yang Lebih Muda Yang Gak Dipercaya.....	38
4.2.2.1 Tayangan Iklan Sampoerna A Mild versi “Gelar Kerja” .....	43
4.2.2.2 Tayangan Iklan Sampoerna A Mild versi “Banyak Pilihan” .....	47
4.2.3.1 Tayangan Iklan Sampoerna A Mild versi “Gelembung” .....	53
4.2.3.2 Tayangan Iklan Sampoerna A Mild versi “Hilang Arah” .....	59



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1: Surat ijin penelitian**

**LAMPIRAN 2: Foto-Foto Penelitian**

