

## ABSTRAK

**Ebenezer Simorangkir. Nim 2113210011. Analisis Penanda dan Petanda Iklan Rokok pada Papan Reklame di Kota Medan. Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Medan, 2015.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) iklan rokok pada papan reklame. Serta memaknai makna denotasi dan konotasi didalamnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis semiotic dengan berlandaskan pada teori Roland Barthers, yaitu pemaknaan penanda, petanda, denotasi dan konotasi.

Hasil penelitian menjelaskan mengenai penanda dan petanda yang terdapat pada iklan rokok Dunhill Mild, Djarum Super MLD, Magnum Blue, dan A Menthol. Dari setiap iklan memiliki makna denotasi dan konotasi yang berbeda. Misalnya, Dunhill Mild edisi Discover Fine Taste memiliki makna konotasi simpel dan minimalis, iklan Djarum Super MLD edisi Pleasure, Style, Confidence memiliki makna konotasi rokok yang sedang trend atau rokok yang sedang digandrungi oleh masyarakat karena menawarkan sesuatu dan cita rasa yang baru, iklan rokok Magnum Blue edisi Style tanpa Batas memiliki makna konotasi gaya yang bebas dan tanpa batas, dan yang terakhir iklan rokok A Menthol edisi Ada Ingin Dalam Dingin Go A Head memiliki makna konotasi pikiran yang tenang disetiap keinginan.

Kata kunci: Semiotik, Penanda, Petanda, Denotasi dan Konotasi.

