

## **Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan `Oreo Versi Animasi 2 Dimensi Wonderfilled Edisi Beri Oreo Untuk Si Vampire`**

**DWIKI RIFANDI**

(Pembimbing : ARIPIN, M.Kom, Erisa Adyati Rahmasari, S.Sn, M.Kom)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201497@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Perubahan iklan Oreo yang biasanya menggunakan anak-anak kecil sebagai tokoh utamanya berubah menjadi animasi dan hal ini menarik perhatian banyak orang. Salah satu iklannya adalah versi "Wonderfilled edisi beri Oreo untuk si vampire", iklan ini menjadi menarik karena mendapat paling banyak viewer di youtube dengan pesan yang coba disampaikan kepada masyarakat dibalut dengan animasi 2D menjadikan iklan ini menarik untuk dianalisa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa makna pesan dalam iklan Oreo Edisi "Wonderfilled versi beri oreo untuk si vampire" dengan menggunakan pendekatan semiotika dari C.S Pierce dan Roland Barthes. Dari analisis yang telah dilakukan berdasarkan sinsign, qualisign, legisign serta penanda,petanda dan mitos pada iklan Oreo Edisi "Wonderfilled versi beri oreo untuk si vampire", dapat diketahui iklan oreo ingin menyampaikan bahwa biskuit oreo memiliki keajaiban di dalamnya untuk merubah sifat, dari yang tadinya jahat menjadi baik dan selain itu pada iklan ini ingin menyampaikan bahwa kita harus berbagi kepada semua makhluk yang ada di dunia ini. Dan selain dari makna pesan hal lain yang bisa menarik perhatian masyarakat adalah perpaduan animasi dengan lagu serta bentuk karakter di dalam iklan tersebut yang dibuat sangat menarik.

Kata Kunci : Iklan, Oreo, Semiotika, Animasi

## **Semiotic Analysis of Message Meaning on Oreo Wonderfilled 2D Animation Advertisement Edition of Beri Oreo Untuk Si Vampire**

**DWIKI RIFANDI**

(Lecturer : ARIPIN, M.Kom, Erisa Adyati Rahmasari, S.Sn, M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of*

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201497@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

The transformation of Oreo advertisement which usually use a child rear children as the main character become to animation and it can attracted the attention of people. One of the Oreo advertisement is "Wonderfilled version beri Oreo untuk si vampire", this advertisement become interesting because can reach the most viewed viewed on Youtube with the message they try to say it to the people with 2D animation become interested in analyzing this advertisement. The purpose of this research was to determine and analyze the meaning of message in Oreo advertisement edition "Wonderfilled version beri oreo untuk si vampire" using C.S Pierce and Roland Barthes semiotic approach. Analysis has been done based on the sinsign, qualisign, legisign, and signifier, signified and myth on Oreo advertisement edition "Wonderfilled version beri oreo untuk si vampire" it can be seen that Oreo advertisement wanted to say that Oreo biscuit has a miracle inside to change the character, from previously evil change to a good character and besides that in this Oreo advertisement wants to say that we ought to share with all of the creatures in this world. and beside from the meaning of a message, another thing can make people interest is the combination of the animation with the song and the character shape in Oreo advertisement is be made very interesting.

Keyword : Advertisement, Oreo, Semiotic, Animation