

**REPRESENTASI BUDAYA KOREA DALAM IKLAN TELEVISI
(ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP IKLAN LUWAK WHITE KOFFIE
EDISI LEE MIN HO)**

ABSTRAK

Oleh
Laura Shintyana
1202932

Iklan *Luwak White Koffie* edisi Lee Min Ho menjadi salah satu iklan yang menggunakan Lee Min Ho sebagai bintang sekaligus brand ambassador dan mengusung konsep budaya Korea sebagai materi dalam iklannya. Untuk dapat memahami makna iklan tersebut maka dibutuhkan kesamaan konsep dan pandangan agar tidak terjadi salah penafsiran karena pada kenyataannya, tidak setiap orang dapat memahami makna tanda sesuai dengan yang diinginkan. Perbedaan latar belakang dan pengalaman pada setiap orang menyebabkan terjadinya banyak interpretasi terhadap suatu tanda dalam budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beragam makna yang terkandung dalam iklan *Luwak White Koffie* edisi Lee Min Ho baik dalam konsep makna denotasi, konotasi, maupun mitos yang dibangun. Dengan menggunakan teori semiotika, penelitian ini menjabarkan makna tersebut. Ditambah dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pihak *Luwak White Koffie* yang hasilnya akan digunakan untuk semakin memperkuat hasil analisis sekaligus menyamakan persepsi terkait makna dalam iklan yang ingin disampaikan oleh produsen. Hasil penelitian ini menunjukkan makna denotasi dari iklan tersebut adalah untuk menampilkan realitas bahwa *Luwak White Koffie* dapat dijadikan sebagai minuman yang menemani aktifitas keseharian Lee Min Ho. Untuk makna konotasi, iklan ini menjadikan *Luwak White Koffie* sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat Korea Selatan. Sedangkan untuk mitos yang dibangun, iklan tersebut ingin membangun citra positif sejalan dengan image Lee Min Ho sebagai artis Korea dan dengan ditampilkannya beberapa lokasi ikonik Korea Selatan memiliki maksud untuk semakin membentuk pertalian emosi dengan konsumen agar konsumen *familiar* dengan lokasi-lokasi tersebut.

Kata Kunci: Makna, Iklan Televisi, Budaya Korea, Semiotika

***REPRESENTATION OF KOREAN CULTURE IN TELEVISION
ADVERTISEMENT***
***(SEMIOTIC ANALYSIS IN THE ADVERTISEMENT OF LUWAK WHITE
KOFFIE LEE MIN HO EDITION)***

ABSTRACT

By

Laura Shintyana

1202932

Advertisement of Luwak White Koffie edition of Lee Min Ho becomes one of the advertisement that using the star of Lee Min Ho as well as the brand ambassadors and promote the concept of Korean culture as a material in its advertising. To understand the meaning of this advertisement, it is required the similarity concept and views in order to avoid misinterpretation because in reality, not everyone can understand the meaning of the sign as expected. Different backgrounds and experiences in each person causing many interpretations of a mark in the culture. This study aimed to analyse the various meanings contained in the advertisement of Luwak White Koffie edition of Lee Min Ho both in the concept of the meaning of denotation, connotation, and the myth built. By using the theory of semiotics, the study describes the meaning. Coupled with the results of the interview conducted with the Luwak White Koffie whose results will be used to strengthen the analysis results once the perception related to the meaning of the advertisement will be conveyed by the manufacturer. The result of this study reveals the denotation meaning of this advertisement which is to show the reality that Luwak White Koffie can be used as a drink that accompany the daily activities of Lee Min Ho. To the connotation meaning, this advertisement makes Luwak White Koffie as a part of South Korean people's lifestyles. As for the myth built, this advertisement wants to build a positive image in line with the image of Lee Min Ho as a Korean artist and with the display of some iconic locations in South Korea have the intention to further establish emotional ties with consumer, to be familiar with these locations.

Keywords: Meaning, Television Advertising, Korean Culture, Semiotics