

TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGMENTS	i
TABLE OF CONTENTS	ii
ABSTRACT	iii
CHAPTER ONE:	
Background of the Study.....	1
Statement of the Problem.....	5
Purpose of the Study.....	5
Method of Research.....	5
Organization of the Thesis.....	6
CHAPTER TWO: THEORETICAL FRAMEWORK	7
CHAPTER THREE: THE RELATIONSHIP BETWEEN THE TAGLINE AND THE PICTURE IN CIGARETTE ADVERTISEMENTS	11
CHAPTER FOUR: CONCLUSION	42
BIBLIOGRAPHY	47

ABSTRACT

Dalam tugas akhir ini saya membahas semiotik dalam iklan rokok. Saya membahas bagaimana sebuah iklan rokok menyampaikan konsep atau pesan yang terdapat dalam iklan tersebut melalui gambar dan *tagline* yang terdapat di dalamnya. Saya membahas bagaimana perpaduan keduanya dapat dengan tepat menyampaikan pesan yang terdapat di dalam iklan tersebut kepada pembaca.

Ada empat buah data yang saya bahas dalam tugas akhir ini. Keempat data tersebut merupakan iklan rokok dari luar negeri. Selain itu ada satu iklan rokok yang ditujukan khusus untuk kaum wanita. Setelah melakukan penelitian, saya menemukan bahwa meskipun setiap rokok memberikan dan memiliki rasa yang hampir sama, ternyata setiap iklan rokok menjelaskan rasa tersebut dengan cara yang berbeda-beda. Saya juga menemukan bahwa hampir setiap elemen yang ada di dalam iklan tersebut saling mendukung, bahkan penggabungan antara kata-kata dengan gambar dan warna memberikan penekanan akan sebuah pesan inti. Di samping itu, saya menemukan bahwa beberapa elemen yang terdapat dalam iklan rokok ternyata bersifat persuasif.