

## **ABSTRAK**

### **REPRESENTASI TEMPAT TINGGAL IDEAL DALAM IKLAN MEIKARTA (Studi pada iklan ‘Aku Ingin Pindah Ke Meikarta’ di Televisi)**

Skripsi ini membahas tentang bagaimana representasi tempat tinggal ideal dalam iklan meikarta (studi pada iklan ‘aku ingin pindah ke meikarta’ di televisi). Iklan pada dasarnya seringkali menampilkan realitas palsu ketimbang memberikan sebuah lukisan yang nyata tentang realitas. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes dan teknik pengumpulan data melalui teknik dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa di dalam iklan Meikarta tempat tinggal ideal direpresentasikan dengan mengadopsi sudut pandang masyarakat ekonomi kelas atas. Iklan Meikarta merepresentasikan tempat tinggal secara hiperbolis, dimana tempat tinggal ideal yang ada ditampilkan secara berlebih-lebihan sehingga tidak sesuai dengan realitas yang ada di masyarakat pada umumnya.

**Kata kunci :Semiotika Roland Barthes, Iklan, Tempat Tinggal Ideal**

## **ABSTRACT**

### **THE REPRESENTATION OF IDEAL RESIDENCE IN MEIKARTA'S COMMERCIAL (Study of 'Aku Ingin Pindah Ke Meikarta' Commercial on Television)**

This research aims to explain about the representation of ideal residence in the Meikarta's commercial (study of 'Aku Ingin Pindah Ke Meikarta' commercial on television). Basically, some commercials often featured a false reality of life rather than giving a real one. In this research, the author used a qualitative approach with Roland Barthes's semiotic analysis, the author also used observation and documentation techniques in order to collect data for this research. The results of this research revealed that ideal residence in Meikarta's commercial represented by adopting the perspective of the upper-class society. Ideal residence in Meikarta's commercial represent in hyperbolic way, whereby the ideal residence is shown so excessive, so it doesn't fit with the reality that exists in general society.

**Keywords : Roland Barthes's Semiotic Analysis, Commercial, Ideal Residence**