

PENGGAMBARAN HUBUNGAN IBU DAN ANAK DALAM IKLAN LIFEBOUY VERSI AKAR KUAT DI BULAN SUCI

ABSTRAK

Abstract: *The figure of a mother is very special within the family. A good relationship between a mother and her child can shape the child's behavior, character, and mentality. The strong bond between a mother and her child is portrayed in the Lifebuoy advertisement titled "Akar Kuat di Bulan Suci" ('Strong Roots in the Holy Month'). The aim of this study is to explore the depiction of the mother-child relationship in the Lifebuoy advertisement "Akar Kuat di Bulan Suci". This research applies the Theory of Social Construction of Reality in Mass Media through three social processes: externalization, objectification, and internalization. It adopts a constructivist paradigm with a qualitative approach, utilizing Content Analysis Method with Charles S. Peirce's semiotic analysis technique of Sign, Object, Interpretant. The findings reveal that the portrayal of the mother-child relationship in the Lifebuoy advertisement 'Akar Kuat di Bulan Suci' depicts an emotional connection, characterized by gestures shown between the mother and child. These gestures by the mother towards her child signify both physical and emotional affection.*

Keywords: advertising, construction of reality, mother and child relationship, semiotics

Abstrak: *Sosok ibu merupakan sosok yang sangat istimewa dalam keluarga. Hubungan ibu yang baik dengan anaknya dapat membangun perilaku, sifat, dan mental anaknya. Hubungan yang baik ibu dengan anak ditunjukkan dalam iklan Lifebuoy versi "Akar Kuat di Bulan Suci". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy versi "Akar Kuat di Bulan Suci". Penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial di Media Massa melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dengan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, Metode Analisis isi dengan teknik analisis semiotika Charles S. Peirce yang menggunakan Sign, Object, Interpretant. Hasil penelitian menemukan bahwa penggambaran hubungan ibu dan anak dalam iklan Lifebuoy versi "Akar Kuat di Bulan Suci" digambarkan sebagai hubungan yang emosional, ditandai dengan gestur-gestur yang ditunjukkan ibu dan anak. Hal ini dilakukan sang ibu kepada anaknya sebagai tanda kasih sayang secara fisik dan emosional.*

Kata kunci: hubungan ibu dan anak, iklan, konstruksi realitas, semiotika