

ABSTRAK

Nama / NIM : Dimas Wisnu Prabowo / 2007 – 51 - 007
Judul : Kreatifitas Tanda Palsu pada Iklan Rokok Clasmild *Menthol* Versi *Cool n Smooth* (Kajian Hipersemiotika)
Jumlah Halaman : vi; 69; 3 Gambar;
Kata Kunci : Semiotika, Tanda Palsu, Kreatifitas
Daftar Pustaka : 15 judul 1976 – 2010, 3 Sumber Lain

Karya tulis ini dibuat sebagai laporan atas penelitian yang penulis lakukan sejak bulan Januari 2012 mengenai kreatifitas tanda palsu pada iklan rokok Clasmild *menthol* versi *Cool n Smooth* (Kajian Hipersemiotika).

Setelah penulis melakukan penelitian terhadap iklan tersebut, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa iklan rokok Clasmild *menthol* versi *Cool n Smooth* dalam penyampaian pesan iklannya ingin menggambarkan *taste* atau rasa dari rokok itu sendiri yakni dingin saat digunakan. Visualisasi dari kata dingin digambarkan dalam iklan yakni berupa suatu kota yang dijadikan dingin. Baik dari jalannya, orang-orang disekitarnya sampai gedung-gedung di dalam kota tersebut. Visualisasi yang muncul untuk membuat kota tersebut menjadi dingin merupakan suatu hal yang bertentangan dengan keadaan yang sebenarnya. Hal tersebut dapat dikatakan palsu atau tiruan. Tetapi, penggunaan tanda palsu yang termasuk di dalamnya merupakan suatu cara kreatif yang muncul dari sebuah kreatifitas yang ada untuk menyampaikan pesan dari iklan rokok Clasmild *menthol* kepada masyarakat.