

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

R. Satriyo Budi Utomo (20050530150)

Representasi Status Sosial dan Konsumsi Alkohol Dalam Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Anti Alkohol di Thailand Tahun 2008

Tahun Skripsi: 2010 + 98 hal + 4 hal. tabel + 15 hal. gambar + Daftar Kepustakaan: 25 buku + 2 brosur + 5 jurnal + 2 majalah + 1 materi presentasi + 7 sumber online.

Studi ini berusaha menganalisis ILM anti alkohol di Thailand tentang pembagian kelas sosial dalam masing-masing versi yang telah dibuat. ILM ini digagas oleh "*Thai Health Promotion Foundation*", yang bertujuan untuk mengurangi dampak buruk dari konsumsi alkohol yang telah membudaya di Negara Thailand. ILM ini disutradarai oleh **Tanonchai Sornsriwichai**, yang merupakan sutradara dengan berbagai prestasi kelas dunia serta diakui dalam industri periklanan internasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi status sosial dan konsumsi alkohol serta mengkaji realitas kelas sosial dalam suatu masyarakat melalui tanda-tanda dan makna yang ditampilkan dalam ILM ini. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang meliputi dua tatanan penandaan dan konsep mitos yang dikembangkannya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kelas sosial dan konsumsi alkohol digunakan sebagai penunjuk kelas di mana seseorang diposisikan dalam status sosialnya. Bentuk-bentuk pembagian kelas tersebut ditunjukkan melalui konsep ideologis yang berbentuk konstruksi penampilan, gaya hidup, sikap dan perilaku, hubungan keluarga, dan alkohol itu sendiri. Kelas sosial menjadi sebuah kajian yang penting ketika tidak ada peraturan yang mengikat saat mengklasifikasikan status sosial seseorang dalam sebuah masyarakat.

Kata kunci : Status Sosial, Konsumsi Alkohol, ILM, Representasi

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Studies

Advertising Concentrations

R. Satriyo Budi Utomo (20050530150)

Representations of Social Status and Consumption of Alcohol in Anti-Alcohol Public Service Ads (PSAs) At Thailand In The Year 2008

Thesis Year: 2010 + 98 pages + 4 table pages + 15 picture pages + References: 25 books + 2 brochures + 5 journals + 1 presentation materials + 2 magazines + 7 online sources.

This study attempts to analyze the anti-alcohol PSA in Thailand about the division of social classes in each version has been created. PSA was initiated by the "Thai Health Promotion Foundation", which aims to reduce the adverse effect of alcohol consumption that has been entrenched in the State of Thailand. PSA was directed by Tanonchai Sornsriwichai, a director with a variety of world-class achievements and recognized in the international advertising industry. The purpose of this study is to determine how the representation of social status and consumption of alcohol and assesses the reality of social class in a society through the signs and meanings that appear in this PSA. The methodology in this research uses Roland Barthes' semiotic analysis covering the two marking the order and he developed the concept of myth. The study shows that social class and consumption of alcohol is used as a bookmark in the social class where one is positioned in social status. Forms of class division is shown through the concept of ideological construction shaped fashion, lifestyle, attitude and behavior, family relationships, and alcohol itself. Social class becomes an important study when there are no binding regulations when classifying an individual's social status in a society.

Keywords: Social Status Alcohol Consumption PSA Representation