

Gaya hidup anak muda: analisis representasi identitas dan ideologi laptop dalam iklan

Marda Yuantika Haninggarjati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=122623&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang pembentukan identitas dan ideologi anak muda melalui representasi laptop dalam iklan. Teori yang digunakan adalah teori Semiotika Barthes dengan didukung oleh model analisis dari Rose. Iklan adalah salah satu media yang membentuk identitas melalui representasi-representasinya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa laptop membentuk identitas anak muda yang berkaitan dengan gaya hidup moderen anak muda perkotaan masa kini. Selain itu, penggunaan laptop dalam iklan menunjukkan bahwa secara ideologis, laptop merupakan representasi dari teknologi yang menjadi ciri masyarakat moderen yang dinamis.

.....

This thesis analyzes the identity and the ideology which are represented by laptop as the representation of technology in ads. This research is a qualitative research using three types of ads, as the data. The theories which are used to analyze the data are the semiotic theory by Roland Barthes and the visual analysis model by Gillian Rose. The result of this research shows that the use of laptop in ads represent certain identities of young people, especially the urban young people. Beside that, the use of laptop in ads, ideologically, shows that technology becomes the character of the modern people nowadays.