

Analisis iklan makanan produk Albert Heijn Tahun 2013, suatu tinjauan sosiolinguistik berdasarkan model SPEAKING

Astrid Rahmania, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392779&lokasi=lokal>

Abstrak

Albert Heijn merupakan salah satu supermarket yang terkenal di Belanda. Sebagai supermarket yang terkenal, Albert Heijn membuat beberapa iklan yang berupa video untuk menarik perhatian masyarakat untuk mempromosikan produk mereka. Pada tahun 2013, Albert Heijn meluncurkan 33 iklan yang berupa video. Dari 33 iklan, terdapat lima iklan yang mempromosikan produk makanan. Pada jurnal ini akan dibahas mengenai model SPEAKING pada iklan video yang mempromosikan produk makanan yang diunggah pada tahun 2013 oleh Albert Heijn. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima iklan Albert Heijn ini terdapat beberapa aspek yang sama, misalnya pada setting dan peserta tuturan. Iklan-iklan yang diproduksi oleh Albert Heijn adalah contoh iklan yang memiliki seluruh aspek SPEAKING sehingga struktur, maksud dan tujuan iklan menjadi jelas. Selain itu, karakter iklan-iklan yang dihadirkannya adalah jenaka dan kreatif sehingga tidak membosankan.

.....

Albert Heijn is one of the famous supermarket in The Netherlands. As a famous supermarket, Albert Heijn made many tv advertisements, attracting people's attention on their products. In 2013 Albert Heijn made 33 advertisements, 5 of them promoting it's food products. This paper tends to give decription of the five advertisements using the SPEAKING model. The method used in this paper is qualitative method. The result of this research shows that all the five Albert Heijn's advertisements consist of all the aspects of SPEAKING model, for example the settings and the participants. The Albert Heijn's advertisements are examples of advertisements which are composed of the SPEAKING aspects, making the structure, intents and purposes of the advertisements obvious and clear. Besides that, the advertisements are made funny and creative so that the viewers are far from being bored.