

Gaya hidup pada iklan majalah Esquire Rusia : kajian semiotika = Lifestyle in Russia Esquire magazine advertisement : study semiotics

Sheila Resi Nazira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447005&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Jurnal ini membahas mengenai gaya hidup yang ditampilkan pada majalah Esquire Rusia edisi Januari 2016. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan sumber data berupa iklan-iklan pada majalah Esquire Rusia edisi Januari 2016. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes model denotasi dan konotasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan-iklan pada majalah Esquire Rusia edisi Januari 2016 memperlihatkan gaya hidup yang mengubah kedudukan antara kebutuhan primer dan sekunder. Kebutuhan primer yang awalnya merupakan kebutuhan utama dalam hidup dikalahkan oleh kebutuhan sekunder karena gaya hidup.

<hr />

ABSTRACT

This journal discusses the lifestyle displayed in the Russian edition of Esquire magazine in January 2016. This research uses descriptive analysis method with data sources in the form of advertisements in the Russian edition of Esquire magazine in January 2016. The analysis is performed by using the theory of semiotics of Roland Barthes, model of denotation and connotation. The results shows that the advertisements in the Russian edition of Esquire magazine in January 2016 shows that a lifestyle has changed the position between primary and secondary needs. The primary requirement as a major requirement in life is defeated by a secondary requirement because of the lifestyle.