

Perbandingan tanda dalam iklan keju Uniekaas sebelum dan sesudah tahun 2000 = Comparisons of signs in Uniekaas cheese's advertisements before and after 2000

Hillary Hapsari Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447042&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membandingkan tanda-tanda dalam iklan dari dua periode yang berbeda, yakni sebelum dan sesudah tahun 2000. Iklan yang diteliti ialah iklan keju UnieKaas sebagai produk dari perusahaan yang memimpin pasar keju di Belanda. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan ikon, indeks, dan simbol dalam iklan, beserta maknanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan selalu digunakan tanda bahasa untuk menyampaikan pesan, tetapi bentuk dan cara yang digunakan dapat berbeda. Sebelum tahun 2000, peran iklan lebih sering disampaikan melalui narasi, sedangkan setelah tahun 2000 mimik dan gerak tubuh lebih ditonjolkan.

ABSTRACT

This research compares symbols in advertisements from two different periods namely before and after the year of 2000. The advertisement that is being researched is about cheese of UnieKaas as the leading company in cheese market in the Netherlands. This is a qualitative research which describes icon, index, and symbol in advertisement along with the meaning behind them. The result of the research shows that an advertisement always uses signs to convey message yet the forms are different. Before the year of 2000, advertisements are more often to convey message through narration. Meanwhile, after the year of 2000, advertisements tend to feature mimics and gestures.