

Tanda pada iklan promosi pariwisata “Holland. The Original Cool. The Beginning” tahun 2013 di kanal youtube visit Netherlands = Signs on tourism promotion advertising ”Holland. The Original Cool. The Beginning” year 2013 on youtube channel visit Netherlands

Lusi Marhaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524468&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas penggunaan tanda indeks, ikon, simbol pada iklan pariwisata “Holland. The Original Cool. The Beginning (2013)” dan membahas mengenai penggunaan elemen indeks, ikon, dan simbol yang menggambarkan negara Belanda secara visual. Penelitian ini tidak hanya menekankan arti dan pesan yang tersirat dalam iklan, tetapi juga untuk menjabarkan tanda yang disampaikan dengan baik pada iklan dengan banyak sudut pandang melalui perspektif teori Semiotik oleh Charles Sanders Pierce.

Semiotik adalah metode analisis dan alat yang berguna untuk memberikan pengertian dibalik penggunaan indeks, ikon, dan simbol, yang diinterpretasikan kedalam tanda, objek, dan interpretan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan tersebut berkaitan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran khalayak akan daya tarik pariwisata Belanda dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara untuk dapat berkunjung ke Belanda.

.....The purpose of this research is to explain the use of the sign-on index, icons, and symbols in the Youtube Content with title “Holland. The Original Cool. The Beginnings (2013)” and to describe the usability of indexes, icons, and symbols that interpreted Dutch in a visual way. This research is not just to emphasize and help to understand all readers of the meaning and message attached, but also to describe the sign of the advertisement in a good meaning with so many points of view, especially on the method of Charles Sanders Pierce.

Semiotics is an analytical method & tool, the meaning behind its signs which include indexes, icons, symbols are deeply interpreted through the explanation of signs, objects, interpretants. Results of this research showing that the advertisement in that content had a goal that targeted to enhance public and civilization awareness of Dutch through increasing the number of foreign tourists.