

Indeks, Ikon dan Simbol pada Iklan Keju di Majalah Belanda Dirk = Index, Icon and Symbol on Cheese Advertisements in Dutch Magazine Dirk

Monica Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553994&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan merupakan sebuah sarana media komunikasi sekaligus menyebarkan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan persamaan dan perbedaan unsur indeks, ikon, dan simbol pada iklan keju di Beemster, Uniekaas dan Old Amsterdam di majalah Dirk. Penelitian ini menggunakan teori semiotik dari Charles Sander Peirce (1839-1914). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif-deskriptif dengan mengamati tanda-tanda indeks, ikon, dan simbol pada sebelas iklan produk keju dalam majalah Belanda Dirk. Selanjutnya dibandingkan hasil analisis tanda-tanda pada ketiga merek iklan keju itu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik setiap merek keju ditunjukkan dengan penggunaan unsur-unsur tanda dalam bentuk kalimat dan ilustrasi gambar masing-masing iklan. Indeks ditunjukkan melalui ilustrasi seperti sapi, kambing dan keju, serta dalam bentuk deiksis persona, ruang, dan waktu. Ilustrasi gambar pada setiap iklan yang diteliti berperan sebagai ikon yang menggambarkan ciri khas produk yang ditawarkan. Sedangkan simbol pada iklan ditunjukkan melalui penggunaan logo, warna latar belakang dan gambar bendera Belanda.

.....Advertisement is a medium of communication as well as disseminating information. This research aims to describe the similarities and differences of index, icon and symbol on each display of cheese advertisement in Beemster, Uniekaas and Old Amsterdam in Dirk magazine. This research uses the semiotic theory of Charles Sander Peirce (1839-1914). The method used in this research is a qualitative-descriptive method by observing the signs of indexes, icons and symbols on eleven cheese product advertisements in the Dutch magazine Dirk. Furthermore, the results of the analysis of signs on the three brands of cheese advertisements were compared. The results of this research suggests that the characteristics of each cheese brand are indicated by the use of sign elements in the form of image illustrations and sentences of each advertisement. The index is shown through illustrations such as cows, goats and cheese, as well as in the form of person, space and time deixis. The illustration of the image in each advertisement acts as an icon that describes the characteristics of the product being offered. The symbol in the advertisement is shown through the use of logo, background color and the image of the Dutch flag.