

Perkembangan Makna Iklan Douwe Egberts Koffie (Abad 20 dan Awal Abad 21) = The Meaning Developments of Douwe Egberts Koffie's Advertisements (20th Century and Early 21st Century)

Theresia Novitasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554002&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai perkembangan makna setiap iklan Douwe Egberts Koffie yang dipilih, antara abad ke-20 dan awal abad ke-21. Data yang dipakai dalam penelitian ini berupa tujuh iklan dari Douwe Egberts Koffie yang dipisahkan dan dibatasi berdasarkan empat periode. Periode pertama iklan berasal dari awal abad ke-20, periode kedua berasal dari pertengahan abad ke-20, periode ketiga berasal dari akhir abad 20, dan yang terakhir berasal dari awal abad ke-21 (tahun 2016 dan 2019). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui perkembangan makna dari iklan Douwe Egberts Koffie. Penelitian ini akan menggunakan tiga teori makna dan sistem tanda untuk menjawab permasalahan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketujuh iklan tersebut merepresentasikan perkembangan dan perubahan budaya atau kebiasaan pada setiap zamannya. Perubahan dan perkembangan tersebut disampaikan oleh pembuat iklan melalui sistem tanda (indeks, ikon, simbol), serta objek dan latar belakang pada iklan itu sendiri.

.....This research discusses the meaning development of each selected Douwe Egberts Koffie advertisement, between the 20th century and the beginning of the 21st century. The data used in this study are seven advertisements from Douwe Egberts Koffie which are separated and limited based on four periods. The first period of advertising is from the early 20th century, the second period is from the mid-20th century, the third period is from the late 20th century, and the last period is from the early 21st century (2016 and 2019). This research is a qualitative research that aims to determine the meaning development of the Douwe Egberts Koffie advertisement. This research will use three theories of meaning and a sign system to answer the research problem. This research conclude that there are meaning developments and changes of each advertisement. The seven selected Douwe Egberts Koffie advertisements represent developments and changes in culture or habits in each era. These changes and developments are conveyed by advertisers through a system of signs (indexes, icons, symbols), as well as objects and backgrounds in the advertisements themselves.