

Iklan layanan masyarakat seri cinta seni dan budaya tinjauan keutuhan wacana dan semiotik

Arie Purwatiningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20156005&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Seri Cinta Seni dan Budaya pada surat kabar KOMPAS edisi bulan Januari - Februari 1998. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aspek-aspek keutuhan wacana, kata-kata dominan yang dipakai dalam ILM tersebut, serta memberikan penafsiran semiotik terhadap wacana ILM Seri Cinta Seni dan Budaya. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif Untuk itu penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap, yakni (1) membuat klasifikasi dan identifikasi aspek-aspek keutuhan wacana sekaligus untuk melihat kata-kata dan kelas kata yang dominan dalam setiap ILM, (2) melihat tanda-tanda yang dominan dalam setiap ILM, dan (3) menghubungkan secara semiotis pemakaian kata-kata yang dominan dengan tanda-tanda ikonis yang terdapat dalam wacana ILM dan hubungannya dengan tema cinta seni dan budaya Indonesia, sehingga terciptalah suatu interpretasi (pemahaman) bagi pembacanya. Kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah bahwa penggunaan repetisi kata-kata tertentu dari kelas kata nomina (kelas kata yang dominan), seperti budaya, bangsa, dan seni digunakan untuk menekankan isi pesan yang hendak disampaikan oleh ILM seri cinta seni dan budaya. Penggunaan tanda-tanda ikonis yang dominan berupa gambar atau foto orang, wayang, dan tokoh kartun, menunjukkan keterkaitan yang erat antara gambar dan kalimat-kalimat iklan dengan pesan cinta seni dan budaya Indonesia yang hendak disampaikan oleh pembuat iklan. Akhirnya, dengan penelitian ini diharapkan kita dapat mengetahui sejauh mana tingkat keterkaitan antara kata-kata dalam kalimat iklan dengan gambar yang melengkapi iklan tersebut dan sekaligus dapat melihat pula sejauh mana kalimat dan gambar dalam iklan tersebut mencerminkan pesan yang hendak disampaikan oleh pembuat iklan.