

Makna iklan diet pada majalah non-no terhadap wanita muda Jepang

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20159900&lokasi=lokal>

Abstrak

Majalah Non-No merupakan salah satu majalah wanita Jepang yang terbit pada tahun 1971. Majalah yang terbit dwi mingguan ini ditujukan kepada kelompok wanita muda, dengan usia antara 18 hingga 23 tahun. Rubrik yang ada di majalah Non-No antara lain: rubrik fashion, kecantikan, diet, waktu luang, gaya hidup, dan lain sebagainya. Rubrik-rubrik tersebut seringkali menampilkan model yang bertubuh kurus. Menurut penelitian, banyak wanita Jepang mengaku ingin memiliki tubuh kurus seperti model tersebut. Dengan adanya kenyataan seperti itulah, terdapat berbagai iklan produk diet pada Majalah Non-No, yang sarannya adalah wanita muda Jepang yang ingin menurunkan berat badannya. Namun bagaimana iklan produk diet yang ada di majalah Non-No dapat mempengaruhi pembacanya, sehingga mereka mau melakukan diet dengan produk tersebut? Kecenderungan iklan diet dalam mempengaruhi pembacanya akan dianalisa melalui teori stimulus respons dari teori semiotika.