

Dominasi nilai - tanda pada fasade - shopping street

Merilira Indra Kirana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20249522&lokasi=lokal>

Abstrak

Fokus utama skripsi ini adalah pembahasan fenomena masyarakat konsumen yang mengubah semua aspek kehidupan manusia menjadi objek konsumsi, dimana nilai-tanda dan nilai-simbolik mendominasi. Dominasi nilai-tanda kemudian menghasilkan suatu kebutuhan palsu yang dikenal dengan sebutan hyper-reality. Pada tempat perbelanjaan shopping street, fasade pertokoannya mengemban tugas berat dalam - merayu - dan - memilih - konsumen sebagai aparat nilai-tanda. Metode penelitian yang digunakan adalah kajian teori dan literatur dari berbagai media, dan studi kasus menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis. Hasil penulisan membuktikan bahwa fasade shopping street turut serta dalam pembentukan hyper-reality. Akan tetapi hyper-reality tersebut ditonjolkan Ginza dan Paris Van Java dalam hal yang berbeda.

.....The profound focus of this thesis is to bring a discussion about consumer society phenomenon that has changed the entire human life aspects into objects for consumption, where sign-value and symbolic-value dominating. The domination of sign-value will then generate a fake demand which known as hyper-reality. In shopping street, the shops fa_ade shoulders heavy tasks in order to persuade and choose consumer as to sign-value. The research methodologies employed in this thesis are theoretical studies and literatures from various media, and case studies based on qualitative method in analysis. The outcome reveals that shopping street fa_ade takes part in forming hyper-reality. However, this hyper-reality as in Ginza and Paris Van Java are pictured in different ways.