

Visualisasi Gaya Hidup Kaum Muda dalam Iklan: Suatu Tinjauan Realisme Kapitalis Iklan Bentoel Star Mild "Losta Masta".

Dewi Satriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20288897&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini bertujuan untuk menggambarkan apakah visualisasi gaya hidup kaum muda dalam iklan sesuai dengan realita. Penelitian ini dilakukan atas iklan Bentoel Star Mild "Losta Masta" yang ditayangkan di televisi. Gaya hidup kaum muda akan dilihat berdasarkan cara menghabiskan waktu dan cara menghabiskan uang. Cara menghabiskan waktu menyangkut kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang, hobi dan pergaulan. Cara menghabiskan uang menyangkut pola belanja, cara berpakaian, dan rekreasi. Metodologi yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan FGD, wawancara mendalam, observasi dan studi dokumen. Informan penelitian ini adalah kaum muda pria di kota Jakarta, berusia 14-25 tahun. Dari penelitian ini ditemukan bahwa visualisasi gaya hidup kaum muda dalam iklan tidak sesuai dengan realita, hanya berlaku untuk sebagian kelompok masyarakat, yaitu kelompok sosial menengah atas. Sedangkan keinginan untuk meniru atau mengadaptasikan gaya hidup memang timbul, dalam diri kaum muda, sebatas tidak bertentangan dengan nilai-nilai pribadi. Faktor yang juga berpengaruh dalam gejala sosial ini adalah kondisi perekonomian negara Indonesia dewasa ini, yang menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat.