

Iklan majalah playboy Rusia : sebuah kajian semiotik

Riga Adhitya Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20307706&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang makna iklan dalam majalah Playboy Rusia yang dikaji secara semiotik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna iklan yang terdapat dalam iklan yang berada di majalah Playboy Rusia dengan mengidentifikasi tanda-tanda dan fungsi bahasa apa saja yang terdapat dalam desain iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis dengan pendekatan teori semiotik Pierce, yaitu sintaktika, semantika, pragmatika dan fungsi bahasa menurut Roman Jakobson. Penelitian dilakukan dengan menganalisis data berupa 30 iklan yang terdapat dalam majalah Playboy Rusia edisi Oktober 2005, Juli 2006 dan Mei 2007. Dari hasil penelitian ditemukan tanda verbal berupa teks, tanda nonverbal berupa gambar dan fungsi bahasa yang membentuk satu kesatuan wacana informasi yang bersifat persuasif.

ABSTRACT

This research talks about meanings of advertisements in Russian playboy that is being analyzed semiotically. The purpose of this research is to know the meaning of the advertisement in the Russian playboy by identifying signs and language function that is shown in the advertisement's design. The method that is used in this research is descriptive-analytic with Pierce's semiotic theory which are syntactic, semantic, pragmatic and Roman Jakobson's language function. This research is done by analyzing 30 advertisements that is published in October 2005, July 2006, and May 2007 of Russian playboy's advertisement, there are verbal sign in a form of text, nonverbal sign in a form of pictorial, and language function that form a one whole persuasive discourse of information.