

Politik metafora dalam strategi Branding komoditas agribisnis : analisis semiotika strukturalisme terhadap konstruksi teks majalah Trubus mengenai komoditas Jabon = politic of metaphor in branding strategy of agribusiness commodities : a structural semiotic analysis on jabon news construction in Tubus agricultural magazine

Faiz Yajri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20307756&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Bahasa kita sehari-hari dipenuhi dengan taburan metafora. Tidak heran jika setiap menit, 5-6 metafora akan muncul dari setiap percakapan. Meruahnya metafora menimbulkan istilah politik metafora sebagai bentuk penerapan metafora dalam berbagai aspek kehidupan manusia beserta aspek-aspek ideologis dari penerapan metafora tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metafora, dalam hal ini surface metaphors, yang digunakan Majalah Trubus dalam mengkonstruksi branding komoditas agribisnis jabon serta menelisik ideologi yang tersembul. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Untuk menganalisis metafora dan bagaimana sistem pertandaan metafora bekerja menghasilkan suatu pemaknaan digunakan metode semiotika dari Roland Barthes. Dalam kesimpulannya, Peneliti menemukan bahwa terdapat politik metafora dalam branding komoditas agribisnis dalam teks berita Majalah Trubus pada saat artikel awal atau "pemanasan" yang membahas pengenalan objek (PO) dan saat menjadi topik utama ataupun laporan khusus. Pada artikel awal, bentuk-bentuk metafora jabon digambarkan sebagai komoditas agribisnis agribisnis bernilai ekonomis tinggi, pasar terbuka lebar dan siap menampung berapapun hasil produksi. Sementara pada saat topik, digambarkan bentuk investasi usaha yang menghasilkan keuntungan besar, melebihi produk perbankan seperti deposito, di kemudian hari.

<hr>

Abstract

Our everyday language filled with metaphors. Every minute, 5-6 metaphors emerged from every human conversation. The abundance of metaphors created a term called politics of metaphor as a form of ideological aspects for metaphors applications in various aspects of human life. The purpose of this research to find out surface metaphors used in Trubus agricultural magazine branding strategy of agribusiness commodities with the object focused on jabon. The research used qualitative methods with constructivism approach. Meanwhile, semiotic of Roland Barthes used to analyze the metaphors of the text. The finding showed politics of metaphor used in the text. At the beginning articles or "warming reports (PO)," surface metaphors described jabon as an agribusiness commodity with high economic value while wood market described run out of supply of jabon. Whereas at the topic

and special report articles, jabor showed as a business investment that generated huge profits, even compared with banking products such as bank deposits.