

Representasi citra gaya hidup masyarakat kontemporer dalam iklan dalam tinjauan etika komunikasi (analisis semiotik terhadap iklan dengan pencitraan gaya hidup masyarakat kontemporer, dan penilaian etisnya) = The Representation of contemporary society lifestyle image in advertisement, in the view of ethics communication (semiotic analysis of advertisement and lifestyle image in contemporary society, and it's ethical judgement)

Nigar Pandrianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339139&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan yang bermunculan di media massa tidak hanya bertujuan memberikan informasi, namun juga melakukan persuasi. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengonstruksi citra tertentu dalam Man. Citra yang dimunculkan adalah gaya hidup masyarakat kontemporer yang dimunculkan lewat Sejumlah penggambaran praktik sosial. Namun persoalannya apakah penggambaran ini bertentangan dengan etika atau tidak. Sebab penggambaran gaya hidup kontemporer yang berlebihan dapat menjurus ke arah manipulasi yang potensial melanggar etika. Penelitian ini untuk menemukan bagaimana dan apa saja citra gaya hidup masyarakat kontemporer yang digambarkan dalam iklan, peneliti akan menggunakan teknik semiotik. ini dilakukan karena gaya hidup masyarakat kontemporer digambarkan dalam iklan lewat tanda-tanda_ Sampel penelitian ini adalah iklan apartemen. Iklan apartemen dijadikan sampel penelitian karena produk apartemen merupakan salah satu ciri dan simbol masyarakat kontemporer perkotaan. Setelah membaca tanda-tanda dalam iklan dan menemukan bagaimana dan apa penggambaran manusia kontemporer, maka peneliti akan melakukan penelitian etis terhadap iklan tersebut. Etika komunikasi digunakan karena iklan adalah proses komunikasi yang melibatkan prinsip-prinsip komunikasi. Sedangkan Etika Pariwisata Indonesia digunakan karena ini merupakan hasil kesepakatan praktisi periklanan di Indonesia untuk merespon persoalan-persoalan etika yang terjadi di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan apartemen yang dileliti memperlihatkan sebuah usaha penggambaran gaya hidup masyarakat kontemporer yang cenderung melanggar etika.

.....The Representation of Contemporary Society Lifestyle image in Advertisement, in the View of Ethics Communication (Semiotic Analysis of Advertisement and Lifestyle image in Contemporary Society, and it's Ethical Judgement) The advertisements that appear in the mass media not only provide information about a product, but also do the persuasion. It's done by constructing particular image in the advertisement. image construction that conducted continuously, will form the image in consumer mind that the image is the truth. Finally it will end in the act of consumption. One of the construction of the image that appears in advertisement is the contemporary society lifestyle. The contemporary society lifestyle appears in the advertisement through numbers of social practices representation. The problems is, whether this representation against the ethics or not. The excessive description of the lifestyle in contemporary society can be form the manipulation that potentially rise the ethics problem. This research, try to find out how and what the contemporary society lifestyle that is represented in the advertisement. The researchers will use technique of semiotic. This is technique was chosen because the lifestyle of contemporary society can be recognized through advertising signs. The object of this research is apartment advertisement. This object

was chosen because apartment has become the symbols of contemporary society. After reading the signs in the advertisement and find what and how the depiction of contemporary society in the advertisement, the researcher will conduct an ethical assessment of the advertisement. Ethics of communication is used because the advertisement is a process that involves the communication principal. The results of this research indicate that apartment advertisement gives a description the contemporary society lifestyle that tends against communication ethics.