

Semiotika Penggunaan Booth Sebagai Representasi Citra Produk = Semiotics of the Use of Booth as a Product Image Representation

Rizkiyasa Nirmala, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347877&lokasi=lokal>

Abstrak

Kegiatan pemasaran merupakan bagian dari proses menjual suatu produk. Salah satu cara yang dilakukan penjual untuk memasarkan produknya adalah dengan menggunakan booth. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana booth sebagai representasi dari produk yang dijual mampu menarik perhatian calon pembeli.

Untuk mencapai tujuan dari skripsi ini maka akan dilakukan pengkajian pada elemenelemen booth berdasarkan teori semiotika Roland Barthes yang membahas tentang kemungkinan makna yang muncul dari suatu tanda, yaitu makna denotatif dan konotatif. Pada akhirnya skripsi ini akan mendeskripsikan bagaimana booth mengkomunikasikan produk yang dijualnya menggunakan tanda-tanda yang akan dimaknai oleh calon pembeli. Sehingga booth dapat memberikan citra tertentu yang menarik bagi calon pembeli.

.....Marketing is part of a process selling a product. One of the way, that sellers trying to market its product is by using booth. The goal of this script is to know how booth as a representative from a product to be sold capable of attracting buyers. To achieve this goal from this script, writers are emphasizing the booth elements based on semiotics theory of Roland Barthes which discuss about the possibility of meanings that came up from a sign, which are denotative and connotative meaning. In the end, this script will describe how booth communicate products that ought to be sold using signs that buyers able to understand. Eventually using booth could give certain images that attract prospect buyers.