

Dekonstruksi gagasan pada iklan televisi rokok La Lights versi rumput tetangga = Deconstruction in the ad of La Lights

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20369102&lokasi=lokal>

Abstrak

[Artikel ini membahas dekonstruksi gagasan yang terdapat pada iklan rokok L.A Lights versi “Rumput Gue Lebih Asik dari Rumput Tetangga” dengan menggunakan dekonstruksi Jacques Derrida. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika pada iklan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dekonstruksi terjadi pada pemaknaan rumput hijau yang sebelumnya dibangun dan diperkuat sejak awal hingga pertengahan iklan. Pemaknaan tersebut lalu didekonstruksi pada pertengahan iklan dan mengakibatkan dekonstruksi pada gagasan rumput tetangga lebih hijau dari rumput sendiri. Dekonstruksi ini kemudian dinyatakan dalam kalimat iklan L.A Lights “Rumput Gue Lebih Asik dari Tetangga”. This article talks about the idea of deconstruction of a certain L.A Lights advertisement, “Rumput Gue Lebih Asik dari Rumput Tetangga”, by using Jacques Derrida’s deconstruction theory. This research is classified as a qualitative research and uses semiotic approach. This research shows that deconstruction occurs in the very ad, in the meaning of the green grass which is developed and strenghten since the beginning of the ad. The meaning, then get deconstructed in the middle of the ad, and thus causes deconstruction on the idea that the neighbor’s grass is greener than our own grass. This deconstruction is then stated at the catch-phrase of the very ad of L.A Lights “Rumput Gue Lebih Asik dari Tetangga”.

]