

Media promosi objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali sebuah kajian semiotika

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20408839&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan, mengidentifikasi tanda verbal dan visual sebagai elemen pembentuk media komunikasi visual, serta menerjemahkan makna di balik tanda verbal maupun nonverbal pada media promosi objek wisata Monkey Forest Ubud Gianyar Bali sebuah kajian semiotika, sehingga dapat diketahui citra dan nilai budaya yang ada di masyarakat, khususnya desa Padangtegal Ubud Gianyar Bali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan analisis komunikasi visual yang dilakukan dalam pemahaman dan pembacaan terhadap tanda. Penelitian ini mengacu pada teori semiotika yang membahas tanda visual dan tanda verbal dalam memahami sistem tanda dan makna yang tersimpan pada media promosi objek wisata Monkey Forest Ubud, Gianyar, Bali. Hasil dari penelitian ini melalui analisis semiotika dapat dimaknai bahwa pada hakekatnya media promosi objek wisata Monkey Forest Ubud Gianyar Bali memakai konsep ajaran Tri Hita Karana berdasarkan filosofi agama Hindu Bali, damai dan kemerdekaan menjadi satu dalam hidup kita. Dengan menghadirkan ilustrasi pura, hutan dan monyet sebagai objek utamanya, yang memiliki makna sakral, keagungan dan kesucian, dengan menunjukkan gambar visual seperti ini, tentunya untuk dapat mempromosikan objek wisata Monkey Forest dengan memperlihatkan keunikan, keindahan seni budaya melalui media promosi sebagai pemeliharaan dan pelestarian nilai-nilai kebudayaan setempat, menjadi kekayaan budaya Hindu.