

Dimensi objek, konteks, dan teks dalam poster iklan lampu philips tahun 1910, 1930, dan 1947 = Dimensions of objects context and texts in philips s 1910 1930 and 1947 ad posters

Raihan Abiyan Fattah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20460236&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Jurnal ini membahas tentang tiga poster iklan lampu Philips berbahasa belanda yang dipublikasikan tahun 1910, 1930, dan 1947. Dalam manifesto desain Philips dituliskan bahwa, Philips adalah salah satu perusahaan yang paling berpengaruh dalam perkembangan desain dunia. Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan semiotis dan semantis dengan menggunakan tiga dimensi objek, konteks, dan teks. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa citra produk yang digambarkan memiliki hubungan dengan negara Belanda, lampu pijar sebagai pengganti lampu minyak, memiliki cahaya yang terang seperti matahari, kualitas unggulan dan harga yang bersaing di pasaran.

<hr>

ABSTRACT

his journal discusses three Philips rsquo s ad posters published in 1910, 1930, and 1947. In Philips 39 s design manifesto, Philips is one of the most influential companies in the development of world design. Analysis in this research using semiotic and semantic approach by using three dimension of object, context, and text. Based on the research found that the image of the product is described as having a relationship with Netherlands, the incandescent lamp instead of the oil lamp, has bright light like sun, superior quality and competitive price in the market.