

Representasi rasa dan tekstur keju pada iklan tayang keju maaslander, suatu analisis semantik-pragmatik = Representation of the taste and texture of cheese in the maaslander cheese advertisements a semantics pragmatics analysis

Tamara Belinda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20460295&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada tahun 2012 perusahaan keju Maaslander mengeluarkan tiga buah iklan yang berbeda untuk menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan unsur-unsur semantis dan pragmatis yang terkandung dalam iklan tayang keju Maaslander. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menganalisis unsur-unsur semantik dan pragmatik dalam iklan tayang keju Maaslander. Berdasarkan penelitian, tiga iklan tersebut menampilkan dan menonjolkan rasa keju yang enak dan kelembutan produk melalui simbol kecupan dari wanita cantik. Simbol kecupan dapat dilihat dari sudut pandang masyarakat Belanda sebagai kelembutan yang memikat. Selain itu narasi persuasif dan manipulatif yang terdapat pada iklan juga mendukung iklan tayang keju Maaslander.

.....

In 2012, the Maaslander cheese company released 3 different advertisements to attract potential buyers. This paper aims to describe the semantics and pragmatics elements in the 3 advertisements of Maaslander cheese. This paper uses the descriptive qualitative research method in analyzing the semantic and pragmatic elements. Based on the research, the three advertisements shows tasty cheese and the softness of the product depicted by the kiss of a beautiful woman used as a symbol. The symbol of a kiss can be seen from the point of view of Dutch society as a symbol of tenderness or a compelling thing. In addition, the narration at the end of the three advertisements underline the quality of Maaslander cheese with its persuasive and manipulative sentence.