

# Iklan televisi magere yoghurt merek Campina: tinjauan semantik dan semiotik = Advertising television magere yoghurt brand Campina : semantic and semiotic review

Windy Catsia Luckita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20460402&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### <b>ABSTRAK</b><br>

Iklan biasanya dibuat untuk menawarkan produk tertentu kepada masyarakat. Iklan dapat muncul dalam berbagai media, salah satunya televisi. Unsur bahasa dan nonbahasa menjadi alat penting untuk menyampaikan pesan dari pembuat iklan. Dalam jurnal ini, penulis meneliti Iklan Magere Yoghurt berslogan "Lekker voor Vandaag en goed voor Morgen" dari perusahaan asal Belanda, FrieslandCampina. Unsur bahasa berupa kata dianalisis dari aspek semantik dan sebagai pendukung makna unsur nonbahasa dianalisis dari aspek semiotik. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa iklan dibangun dengan kata-kata yang membawa makna asosiatif dan afektif. Makna-makna tersebut merangkai sebuah pesan bahwa produk ini dapat dikonsumsi dengan dua cara yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen, yaitu untuk menikmati kelezatannya, atau untuk menjaga kesehatan. Sementara itu, warna, gambar dan musik merupakan unsur nonbahasa pendukung munculnya makna iklan. Kata kunci : Iklan, makna, semiotik, semantik.

<hr>

### <b>ABSTRACT</b><br>

Advertisement are usually made to offer certain products to the public. Advertisement can appear in various media, one of them is television. Language elements and non language elements are important tools for delivering messages from advertisers. In this journal, the authors observed the Magere Yoghurt advertisement with the slogan "Lekker voor Vandaag en goed voor Morgen" from the Dutch company FrieslandCampina. Language elements which is word analyzed from the semantic aspect and as a supporter of the meaning, the element of non language is analyzed from the semiotic aspect. In this study found that advertisement is built by words that bring associative and affective meaning. These meanings compose a message that this product can be consumed in two ways that can be selected by consumers wishes, namely to enjoy the deliciousness, or to maintain health. Meanwhile, colors, pictures and music is a non language elements supporting the emergence of the meaning of the advertisement. Keywords Advertisement, meaning, semiotics, semantic