

Analisis penyampaian pesan pada iklan produk makanan vegetarian LikeMeat di Jerman = Analysis of conveying messages on vegetarian food product advertisements LikeMeat in Germany

Intan Nurul Karima, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482236&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang makna-makna yang terkandung dalam iklan produk makanan vegetarian LikeMeat di Jerman melalui gambar dan teks dalam iklan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara penyampaian pesan produsen kepada konsumen melalui aspek semantis, semiotis dan pragmatis. Penelitian ini merupakan penelitian pustaka dengan metode deskriptif analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna semantis yang terkandung dalam kalimat-kalimat iklan LikeMeat adalah makna referensial, makna asosiatif dan makna afektif positif. Dari aspek semiotis tanda yang sering muncul dalam iklan adalah ikon dan simbol. Melalui ikon produsen meyakinkan konsumen bahwa gambar dalam iklan menyerupai bentuk aslinya sedangkan melalui simbol produsen memberikan informasi tentang produknya. Jika ditinjau melalui aspek pragmatis, kalimat-kalimat dalam iklan LikeMeat mengandung tindak tutur ilokusi yang sebagian besar adalah tindakan asertif. Melalui tindakan asertif produsen meyakinkan konsumen atas produknya.

<hr>

ABSTRACT

This study discusses the meanings of vegetarian food products advertisement LikeMeat in Germany through images and writings. The purpose of this study is to discover how the producers transfer the messages to consumers through semantic, semiotic and pragmatic aspects. This study is a library research with descriptive analytics method. The results has shown that there are semantic meanings in LikeMeat advertisement which are referential meaning, associative meaning and positive affective meaning. In the semiotics aspects the signs in the advertisement that repeatedly appears are icon and symbol. The producers convince the consumers through icon to make similarity of the original form and provides information of the product through symbol. If this advertisement is viewed through pragmatics aspects, the sentences in LikeMeat advertisement are consisting of illocution speech act, which its majority are assertive actions and producers are able to persuade their consumers to buy their product through assertive actions.