

Representasi budaya Indonesia dan Belanda melalui perbandingan visualisasi iklan Indomie Goreng Indonesia dan produk makanan Iglo Ping en Klaar Belanda = Representation of Indonesian and Dutch culture through visualization comparison between Indonesian Indomie Goreng advertisement and Dutch food products advertisement : Iglo Ping En Klaar

Idola Kusumawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482611&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Jurnal ini membahas mengenai representasi budaya Indonesia dan Belanda melalui perbandingan visualisasi dan komponen verbal yang ditampilkan pada iklan Indomie Goreng Indonesia dan iklan Iglo Ping en Klaar Belanda. Terdapat dua iklan yang diteliti dalam penulisan jurnal ini yaitu iklan Indomie Goreng Indonesia (2018) dan iklan Iglo Ping en Klaar Belanda (2017). Indomie Goreng Indonesia dan Iglo Ping en Klaar Belanda merupakan makanan cepat saji yang sangat populer pada masing-masing negara. Pada kedua iklan tersebut terdapat perpaduan komponen visual dan verbal yang mencerminkan budaya kedua negara tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis komponen verbal dan visual dalam iklan Indomie Goreng Indonesia dan Iglo Ping en Klaar Belanda lalu menuliskan hasil analisis peneliti dalam bentuk deskripsi yang telah dikaitkan dengan fakta-fakta maupun opini yang pernah dituliskan oleh beberapa sumber cetak ataupun elektronik yang telah dibaca oleh peneliti. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat hasil penelitian yang dapat disimpulkan yakni kebudayaan suatu negara secara tidak sadar telah mempengaruhi pembuatan iklan tertentu di suatu negara. Hal ini dapat dilihat melalui kebudayaan-kebudayaan yang ditampilkan baik secara eksplisit maupun implisit dalam suatu iklan.

Kata kunci: Indomie Goreng, Iglo Ping en Klaar, Iklan, Kebudayaan Belanda dan Indonesia.

<hr>

ABSTRACT

This journal discusses the representation of Indonesian and Dutch culture through a comparison of visualization and verbal components that displayed in Indonesian Indomie Goreng ads and Dutch Iglo Ping en Klaar ads. There are two advertisements research in this journal, namely Indomie Goreng Indonesia (2018) and Iglo Ping en Klaar Dutch (2017) advertisement. Indonesian Indomie Goreng and Dutch Iglo Ping en Klaar are fast foods that very popular in each country. In both ads there are some mixtures of visual and verbal components that reflect the culture of the two countries. In this study, the authors used a qualitative descriptive method by analyzing the verbal and visual components in Indonesian Indomie goreng advertisement and Iglo Ping en Klaar advertisements. Then the results of the researcher analysis in the form of descriptions that had been linked to facts and opinions written by several sources that have been read by researchers. Based on research conducted by researcher, there are some results of research that can be concluded that the culture of a country has unconsciously influenced the making of certain advertisements in a country. This can be seen through cultures that are displayed both explicitly and implicitly in an advertisement.