

## Pembentukan gaya hidup melalui iklan televisi (studi analisis wacana kritis terhadap iklan ponsel di TV)

Djuni Akbar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70720&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Studi ini memfokuskan pada iklan tv, dimana dengan kemunculan berbagai stasiun tv swasta baru maka pemirsa mendapatkan banyak pilihan, disamping itu iklan-iklan yang mensponsori suatu program tayangan juga semakin bertambah frekwensi tayangannya. Peneliti tertarik mengambil iklan media tv karena beberapa alasan antara lain, karena media ini menampilkan aspek komunikasi yang cukup beragam seperti pendengaran, penglihatan, demikian juga akibat tayangan iklan tersebut bagi masyarakat akan membentuk konsumerisme. Pemilihan iklan produk ponsel diambil karena produk ini sedang banyak diperbincangkan.

Sebagai market leader, Nokia sedang berusaha mempertahankan dan memperluas market sharenya di pasar ponsel Indonesia. Teks iklan tv Nokia 8310 diteliti dengan menggunakan metode yang dijelaskan oleh Guy Cook yaitu teks iklan diperlakukan sebagai pesan non-verbal. Pada tataran meso peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap seorang informan yang masuk dalam segmentasi pengguna ponsel tersebut, observasi juga dilakukan dengan mengikuti kegiatan informan ke kafe. Pada tingkat produksi peneliti mencoba menguraikan latar belakang produsen ponsel tersebut, posisi persaingannya, target konsumennya serta proses pembuatan iklan televisi pada umumnya, sehingga dapat diketahui latar belakang diluncurkannya iklan tv tersebut.

Gambaran teks iklan Nokia 8310 pada kenyatannya tidak terlepas dari ideologi yang mendasari beroperasinya produsen ponsel tersebut Penciptaan adegan yang mencitrakan ekspresi diri serta gaya digunakan dalam menjual ponsel tersebut. Citra yang diciptakan merupakan salah satu elemen dalam budaya yang berideologi yang dimiliki oleh produsen. Ideologi tersebut juga sedang memasyarakat dikalangan rakyat Indonesia, yaitu Ideologi materialisme dan kapitalisme.