

Citra Ramah Lingkungan dalam Iklan Shell: Analisis Makna Referensial dan Sistem Tanda = Eco-Friendly Image in Shell's Advertisements: Analysis of Referential Meaning and Sign System

Tabina Ramiza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524130&lokasi=lokal>

Abstrak

Isu lingkungan sudah sejak lama menjadi topik pembahasan. Salah satu perusahaan minyak dan gas paling terkemuka, Shell, adalah perusahaan yang banyak dibahas perannya dalam kerusakan lingkungan. Shell pun dalam beberapa tahun belakangan mulai membuat program-program ramah lingkungan dan memulai transisi menuju produk energi terbarukan. Shell kemudian mengiklankan program tersebut, tetapi iklan-iklan yang telah dirilis dihadapkan banyak reaksi keberatan. Masalah dari penelitian ini adalah bagaimana citra ramah lingkungan dibangun melalui kata-kata dan sistem tanda dalam iklan Shell, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaparkan unsur teks dan visual yang berkaitan dengan konsep ramah lingkungan dalam iklan-iklan Shell. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode. Teori makna referensial, sistem tanda, serta sustainable marketing digunakan untuk analisis. Penelitian ini menunjukkan bahwa kata-kata dan ilustrasi dalam iklan-iklan Shell menunjukkan unsur sustainable marketing, namun tidak ada upaya Shell untuk mengungkit isu lingkungan sehingga citra ramah lingkungan belum tercapai sepenuhnya dan diperlukan kajian lebih lanjut.

.....Environmental issues have been a hot topic of discussion in recent years. One of the most prominent oil and gas companies, Shell, is a company that has been widely discussed about its role in environmental damage. In recent years, Shell started making environmentally friendly programs and starting the transition to renewable energy products. Shell advertised the program, but the advertisements that were released was met with backlash. The problem of this research is how does Shell build an environmentally friendly image through words and sign systems in its advertisements, thus the purpose of this research is to describe the textual and visual elements' relation to the concept of being environmentally friendly in Shell advertisements. This study uses a qualitative approach as a method. Referential meaning theory, sign system, and sustainable marketing are used for analysis. The finding of this study is that the words used in Shell advertisements reflect a sign system. The words and illustrations in these advertisements also show elements of sustainable marketing, but there is no attempt by Shell to bring up environmental issues, therefore an environmentally friendly image has not been fully achieved and further studies are needed.