

Semiotika dan Makna Kontekstual dalam Tiga Iklan Youtube Nederlandse Coolblue = Semiotics and Contextual Meaning in Three Youtube Advertisement Nederlandse Coolblue

Salsabila Fitriana Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553989&lokasi=lokal>

Abstrak

CoolBlue adalah salah satu perusahaan e-commerce terbesar di Belanda. Sebagai perusahaan dengan banyak pesaing, Coolblue harus membuat perusahaannya lebih menarik bagi pelanggan dibandingkan perusahaan sejenis yang lain. Oleh karena itu Coolblue menjadikan iklan sebagai teknik marketing-nya. Karya ilmiah ini membahas mengenai ikon, indeks, dan simbol dalam tiga iklan Coolblue. Selain itu karya ilmiah ini juga memaparkan makna kontekstual dalam ketiga iklan Nederlandse Coolblue yang diunggah di Youtube. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Teori semiotika milik Charles Sanders Peirce digunakan untuk mengkaji ikon, indeks dan simbol dalam iklan Coolblue. Selanjutnya dipaparkan makna kontekstual yang terkandung dalam video-video iklan itu. Hasil analisis menunjukkan bahwa, indeks, ikon, simbol dan makna kontekstual dihadirkan pada ketiga iklan Coolblue untuk memperkenalkan perusahaan Coolblue kepada pelanggan, memberikan informasi produk yang dijual, dan informasi layanan Coolblue yang lain. Analisis makna kontekstual juga menemukan bahwa Coolblue menayangkan iklan dalam konteks humor sebagai identitas dan ciri khasnya untuk menarik pelanggan.

.....CoolBlue is one of the largest e-commerce companies in the Netherlands. As a company with many competitors, Coolblue must make its company more attractive to customers than other similar companies. Therefore Coolblue makes advertising as its marketing technique. This paper discusses the icons, indexes, and symbols in three Coolblue advertisements. In addition, this scientific work also describes the contextual meaning in the three Nederlandse Coolblue advertisements uploaded on Youtube. This research is a qualitative research, using descriptive research methods. Charles Sanders Peirce's semiotic theory is used to study icons, indexes and symbols in Coolblue advertisements. Furthermore, the contextual meaning contained in the advertising videos is explained. The results of the analysis show that indexes, icons, symbols and contextual meanings are presented in the three Coolblue advertisements to introduce the Coolblue company to customers, provide information on products sold, and other Coolblue service information. The contextual meaning analysis also found that Coolblue served advertisements in the context of humor as its identity and characteristics to attract customers.