

Peran Ayah, Ibu, dan Anak dalam Iklan Natal Supermarket PLUS (2018), JUMBO (2019), dan Albert Heijn (2019): Analisis Semiotika = The Role of Father, Mother, and Children in Christmas Advertisements PLUS (2018), JUMBO (2019), and Albert Heijn (2019): A Semiotic Analysis

Gabrielle Ratri Nurityasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554008&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas peran ayah, ibu, dan anak di keluarga Belanda yang terdapat pada iklan natal supermarket PLUS (2018), JUMBO (2019), dan Albert Heijn (2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran ayah, ibu, dan anak dalam keluarga Belanda. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Ketiga iklan tersebut dianalisis berdasarkan potongan adegan yang menunjukkan sosok ayah, ibu, dan anak. Untuk mengidentifikasi mitos mengenai peran ayah, ibu, dan anak, adegan-adegan tersebut melewati proses analisis makna denotasi dan konotasi. Hasil dari penelitian ini adalah ketiga iklan tersebut mencerminkan peran ayah, ibu, dan anak dalam keluarga Belanda. Ayah berperan sebagai penyayang keluarga dan melakukan pekerjaan domestik rumah tangga ketika ibu tidak ada. Ibu berperan sebagai sosok melakukan pekerjaan domestik rumah tangga, pencari nafkah, hingga pembawa suasana bahagia di keluarga. Sementara itu, anak berperan sebagai sosok yang mandiri dan penuh inisiatif.

.....This study discusses the role of father, mother, and children in Dutch families depicted in Christmas supermarket advertisements PLUS (2018), JUMBO (2019), and Albert Heijn (2019). The purpose of this study is to identify the roles of father, mother, and children in Dutch families. The theory used in this research is semiotics by Roland Barthes. The three supermarket Christmas advertisements were analyzed based on scenes showing the figure of a father, mother, and children. To identify the myths, these scenes went through a process of analyzing the meaning of denotation and connotation. The result shows that the three Dutch supermarket Christmas advertisements reflect the role of father, mother, and children in Dutch families. Father acts as a caregiver for the family and does household chores when the mother is not around. Mother acts as a household chores doer and also a breadwinner in the family. As for the children, they act as an independent human being and full of initiative.