

Analisis iklan kinder schokolade terhadap permasalahan obesitas anak-anak di Jerman ditinjau dari aspek semantik dan semiotik = Analysis of kinder schokolade advertisement against children's obesity problem in Germany in terms of semantic and semiotic aspect

Lutfeia Rhacmadani Rhachim Khaista, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387148&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menguraikan tentang pengaruh masalah obesitas yang terjadi di kalangan anak-anak Jerman terhadap iklan Kinder Schokolade, baik itu dari segi bahasa maupun dari segi visualnya. Iklan yang diteliti terdiri atas sembilan iklan cetak Kinder Schokolade dari tahun 2010-2013 dengan tiga versi iklan yang berbeda, yang dianalisis dari aspek semantik dan semiotik.

Di dalam penelitian ini dipaparkan perubahan komponen-komponen dalam iklan-iklan Kinder Schokolade sejak muncul permasalahan obesitas pada anak-anak. Pilihan kata dan gambar berperan penting dalam setiap iklannya karena dapat membentuk citra produk yang positif sebagai produk makanan yang berhubungan erat dengan anak-anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan-iklan Kinder Schokolade terpengaruh permasalahan obesitas.

.....This study describe about the effect of the children?s obesity problem against Kinder Schokolade advertising in terms of language and visual. This advertisement consist of nine Kinder Schokolade print advertisement from 2010-2013 with three different versions and it will be analyzed from the semantic and semiotic aspects.

In this study will be presented about the change in the components of Kinder Schokolade advertisement since the children?s obesity problem appear. The choice of words and images play the important role in each advertisement because it can make a positive image as food product that have closely relationship with the children. The results showed that Kinder Schokolade advertising affected by the obesity problem.