

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

REPRESENTASI KEBUDAYAN INDONESIA DALAM IKLAN SUSU FORMULA ?SGM? VESRI SAHABAT GENERASI MAJU

Alif Alyafie

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75190&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini diangkat oleh peneliti dikarenakan beragamnya kebudayaan yang dimiliki Indonesia yang terdapat dalam susu formula yang merupakan asli Indonesia yaitu susu formula SGM. Fokus penelitian ini adalah tentang makna denotasi, konotasi dan mitos dari iklan susu formula SGM versi ?Sahabat Generasi Maju? yang berfokus pada ikon-ikon yang mencerminkan kekayaan kebudayaan Indonesia itu sendiri yang terdapat di dalamnya.

Penelitian ini menggunakan teori Semiotika versi Roland Barthes yang menekankan kepada ikon-ikon dalam objek penelitian yang dikembangkan ke dalam makna denotasi, konotasi serta mitos.

Pendekatan yang diambil peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Kualitatif adalah pendekatan yang bersifat alamiah sehingga

vi

mengutamakan fakta yang terjadi dalam suatu permasalahan. Metode yang digunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang berfokus pada tanda atau simbol-simbol yang terdapat dalam objek penelitian. Teknik pengambilan data dilakukan menggunakan dokumentasi dari video iklan tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan beberapa tanda atau ikon-ikon yang merepresentasikan kebudayaan Indonesia antara lain Batik, Tari Pendet, Warna Merah dan Angklung. Dari ikon-ikon tersebut dapat mewakili representasi kebudayaan Indonesia itu sendiri