

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
RANDY ANGGA ISLAMY
44311120065

Pemaknaan Sensualitas Pada Iklan Cetak Es Krim Haagen-Dazs Versi “Waiting Only Makes It Sweeter” (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure)

Jumlah halaman: vi + 89 Halaman

Bibliografi: 22 acuan, Tahun 2003-2012

ABSTRAK

Dalam memasarkan produknya, perusahaan membutuhkan suatu alat yakni di antaranya strategi promosi dan iklan. Keduanya diandalkan untuk memberikan informasi maupun pesan untuk disampaikan kepada konsumen. Dalam iklan sendiri, terdapat satu hal penting yaitu *endorser* atau *talent*, yang bermanfaat untuk mendukung dan mengangkat citra produk sesuai dengan kebutuhan merek.

Pada iklan es krim Haagen-Dazs ini, ada sesuatu yang menarik dalam pemilihan *talent*nya yaitu berupa seorang wanita cantik dan sensual. Berbeda dari produk es krim pada umumnya yang sering menggunakan *talent* keluarga maupun anak-anak, untuk menyesuaikan target konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mengidentifikasi makna sensualitas pada iklan es krim Haagen-Dazs versi “Waiting Only Makes It Sweeter”.

Tinjauan Pustaka pada penelitian ini berisi tentang Komunikasi Pemasaran, Iklan, fungsi periklanan, jenis-jenis iklan, pesan pada iklan, pesan dan makna, semiotika, model analisis semiotik Ferdinand de Saussure, dan tanda dan makna.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Tipe penelitiannya adalah deskriptif dengan metode observasi di mana peneliti mengamati langsung objek yang diteliti.

Setelah melakukan pengamatan langsung, bisa dikatakan bahwa iklan es krim Haagen-Dazs ini cukup menonjolkan sisi sensualitas. Tidak hanya dari penampilan objek *talent* wanitanya, melainkan juga terlihat dari aspek lain seperti, *gesture* atau bahasa tubuh, pemilihan *body copy*, maupun atmosfer pencahayaan dan warna yang dibangun.

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, Haagen-Dazs menyiratkan pesan kepada khalayak tentang kualitas produknya. Peneliti menemukan bahwa sisi sensualitas yang ditonjolkan menjadi alat pembungkus untuk menarik perhatian konsumen, serta hendak mencitrakan diferensiasi karakteristik dibanding produk es

krim lainnya, yakni Haagen-Dazs merupakan produk es krim yang elegan, memiliki cita rasa tersendiri yang dikemas secara eksklusif.

