Bidang Studi Marketing Communication
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

ABTRAKSI

SITI ANISAH
44310110051

MITOLOGI GAYA HIDUP PADA IKLAN FORD THE ALL NEW FIESTA

(*Analisis Semiotika Iklan Ford The All – New Fiesta di Surat Kabar Kompas Edisi 12 September 2011)*

xv halaman + 84 halaman

Bibiografi : 36 buku dan 5 website

Peneliti mengangkat permasalahan penelitian yaitu, **" Bagaimana tanda-tanda, simbol atau gambar ikut berperan dalam membentuk suatu makna gaya hidup konsumen yang digambarkan di dalam iklan Ford The All – New Fiesta di media cetak Kompas?"**. Peneliti tertarik untuk menganalisis tentang iklan Ford The All - New Fiesta tersebut karena dalam tampilan iklan tersebut terdapat gambar atau foto yang menunjukkan suatu *unique selling* dari produk yang ditawarkan pada iklan tersebut, yaitu foto mobil Ford The All - New Fiesta yang berada didepan sebuah gedung dengan dilengkapi warna yang membuat iklan tersebut menarik untuk dilihat. Sebagaimana diketahui bahwa iklan dianggap sebagai teknik penyampaian pesan yang efektif dalam penjualan produk

Peneliti berpendapat, tampilan iklan Ford The All –New Fiesta di media cetak kompas membentuk mitos bahwa mobil bukan hanya sekedar alat transportasi tetapi juga sebagai perlambang tingkatan status sosial ekonomi pada masyarakat. Dengan tampilan yang eksklusif dan dinamis, serta didukung teknologi yang canggih pada mobil tersebut, dapat menambah nilai plus dari fungsi mobil itu sendiri, sehingga memungkinkan sebagai penunjang dalam menaikkan citra si pengendara atau si pemilik mobil.