



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Annisa Puspa Pertiwi
44314010010

PENGGAMBARAN RELATIONSHIP DALAM IKLAN

(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Iklan Digital Virtual Reality (VR) Kosmetik Innisfree versi *Someday In Jeju*)

Jumlah Halaman : xvi + 112 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 18 Acuan, Tahun 2003-2016

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, mengakibatkan teknologi informasi selalu menarik untuk diamati, tak terkecuali media massa yang digunakan sebagai sarana informasi yang berperan penting dalam masyarakat, tidak hanya menyajikan informasi dan berita, melainkan juga memiliki kemampuan untuk mempersuasi dan mengukuhkan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Informasi yang disampaikan media secara terus menerus membuat masyarakat tidak dapat terlepas dari media tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori Semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian ini untuk mengetahui pesan, tanda, makna dan gambar apa saja yang digunakan dalam iklan kosmetik *Innisfree Someday in Jeju* di media digital *Virtual Reality* (VR) dalam mempresentasikan relationship antara brand ambassador Lee Minho dengan *audience* atau calon konsumen dengan menggunakan pendekatan Semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan berdasarkan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dan menggunakan paradigma konstruktivis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya wacana yang disuguhkan terkait pada hubungan antara brand ambassador dengan *audience*, yaitu berupa tahapan komunikasi antarpribadi yang dipangkas.

Kata kunci: Pemaknaan Relationship dalam Iklan



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Study Advertising & Marketing Communication

Annisa Puspa Pertiwi
44314010010

**PROCUREMENT OF RELATIONSHIP IN ADVERTISEMENT
(Semiotics Analysis Ferdinand De Saussure Virtual Reality Digital Advertising (VR)
Innisfree Cosmetics Version Someday In Jeju)**

Number of pages : xvi + 112 Pages + Apendix

Bibliography : 18 reference, Year 2003-2016

ABSTRACT

The development of information technology and globalization is so rapidly, resulting in information technology is always interesting to observe, not least the mass media used as a means of information that plays an important role in society, not only presents information and news, but also has the ability to persuade and reaffirm the norms that exist in society. Information submitted by the media continuously makes the community can not be separated from the media.

This research uses Ferdinand de Saussure Semiotics theory. This research is to know what messages, signs, meanings and drawings used in Innisfree Someday in Jeju cosmetic advertisement in digital media Virtual Reality (VR) in presenting relationship between brand ambassador Lee Minho with audience or prospective consumer by using Semiotics approach Ferdinand de Saussure . This research uses qualitative research method based on Ferdinand de Saussure semiotics analysis and using constructivist paradigm.

The results show that the discourse that is related to the relationship between brand ambassador with the audience, which is the stage of interpersonal communication is pruned.

Keywords: *Interpretation of Relationship in Advertising*