



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Visual Communication
Ratna Sari Rizki
44411010031

Representasi Porno Aksi Dalam Iklan Segar Sari Versi Tumpeh-Tumpeh

Jumlah Halaman : 96 Halaman

Bibliografi : 49 acuan, 1995-2013

ABSTRAK

Iklan memiliki alat komunikasi lainnya seperti gambar, warna dan suara. Iklan terdapat visual dan tagline yang menarik mudah diingat sebagai sebagai karakteristik iklan tersebut. Salah satunya adalah iklan segar sari versi tumpeh-tumpeh yang memiliki unsur menarik untuk diteliti.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi massa, iklan, representasi, porno aksi, semiotika sebagai refensi dan memperkuat penelitian yang di lakukan.

Tipe penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika. Semiotika adalah ilmu tanda (sign). Pada Roland Barthes, proses pemaknaan tanda dengan dua tahapan yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified). Serta tahap selanjutnya peluasan makna yaitu denotasi dan konotasi yang terdapat pada iklan segar sari versi tumpeh-tumpeh.

Penelitian ini menemukan bahwa wanita selalu menjadi objek media massa untuk kepentingan produk tersebut dan menonjolkan bagian daya tarik sensualitas sebagai ide kreatif pembuatan iklan tersebut.