

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertsing & Marketing Communication
Ignatius Handi Prasetyo
44314110040

REPRESENTASI GAYA HIDUP MASYARAKAT URBAN DALAM IKLAN
TV SEPEDA MOTOR YAMAHA R25 (ANALISA SEMIOTIKA CHARLES
SANDERS PEIRCE)

Jumlah Halaman : ix + 77 Halaman + 2 Lampiran

Bibliografi : 24 acuan, Tahun 2000 - 2016

ABSTRAK

Lifestyle atau gaya hidup adalah salah satu unsur yang penting dikalangan masyarakat modern, gaya hidup sudah menjadi bagian dari salah satu ciri – ciri masyarakat modern yang bisa dijadikan suatu patokan untuk membedakan status social di dalam masyarakat

Konsep gaya hidup kaum urban pada iklan sepeda motor Yamaha R25 merujuk pada definisi gaya hidup yang dikemukakan oleh Kotler, gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opininya.

Scene – scene yang ditampilkan di dalam iklan ini membuat penulis ingin mengetahui representasi gaya hidup apa yang ingin ditampilkan di dalam iklan tersebut. Oleh karena itu penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditarik permasalahan yang ingin diketahui oleh penulis : Bagaimana tanda – tanda yang mempresentasikan sebuah gaya hidup kaum urban di dalam iklan sepeda motor Yamaha R25 tersebut ? dan bagaimana makna yang terbentuk dari tanda – tanda yang digunakan dalam iklan sepeda motor Yamaha R25?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut , maka peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif . yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah tanda verbal dan nonverbal yang terdapat di dalam iklan sepeda motor Yamaha R25.