

Id : 16112

Call Number : 659.1 VIV a

Judul : Analisis Semiotika Terhadap Iklan Gulaku Aha! I Love It!/vivianti

Pengarang : Vivianti

Nim : 915080068

Kota : Jakarta

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : xviii + 152 hlm, 2011,tabel 37, gambar 3, lampiran 10

Pembimbing : 1.Dr. Eko Harry Susanto, M.Si
1.Dr. Eko Harry Susanto, M.Si

Bidang : 1.IlmU Komunikasi

Subjek : 1.Periklanan

Abstrak (A) Vivianti(915080068) (B) Analisis Semiotika Terhadap Iklan Gulaku Aha! I Love IT! (c) xviii + 152 hlm,2011,tabel 37, gambar 3, lampiran 10 (D) Periklanan Abstrak: Menyadari pentingnya suatu brand terhadap suatu produk, maka Sugar Group Companies Berawal dari sebuah komoditas, lalu membangun merk untuk gula produksi mereka yang bernama Gulaku. Dan oleh karenanya, saat awal peluncuran Gulaku, mereka tidak ragu-ragu untuk mengeluarkan biaya yang besar untuk iklan pertamanya di media televisi sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa banyak yang menaruh perhatian pada Gulaku terutama ibu-ibu rumah tangga perkotaan. Dari semua iklan-iklan yang pernah dimunculkan oleh Gulaku, hampir semuanya menggunakan simbol-simbol di dalamnya. oleh karena itu penulis meneliti simbol-simbol apa sajakah yang terdapat dalam iklan Gulaku Aha! I Love It! 2011 serta apakah simbol-simbol tersebut memiliki dampak atau impact terhadap minat beli para konsumennya? Dan dari penelitian yang telah dilakukan, ada sekitar sembilan simbol yang digunakan dalam iklan Gulaku Aha! I Love It! 2011 dan dari hasil penelitian yang tersebut juga peneliti mendapatkan bahwa ternyata simbol-simbol yang ada di iklan Gulaku Aha! I Love It! 2011 tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli para konsumennya. Kata Kunci: Analisis Semiotika Terhadap Iklan Gulaku (E) Daftar Pustaka: 13 Buku acuan (2005-2010); 7 sumber internet (2004-2011) (F) DR.Eko Harry Susanto

M.Si (G) M.Chelsea Gozali SH