

Id : 16296

Call Number : 659.1 ZUL k

Judul : **Konstruksi Citra Iklan Televisi XI Ampuh (Pembasmi Serangga) Part 1 Dalam Momen Bulan Ramadhan/Chandra Zulkaernen**

Pengarang : **Zulkarnaen Chandra**

Nim : 915070159

Kota : **Jakarta**

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : xix + 90 hlm, 2012, tabel 3, gambar 11, lampiran...

Pembimbing : 1.Ruby Chrissandy, M.Ds

Bidang : 1.IlmU Komunikasi

Subjek : 1.Periklanan

Abstrak : Pada kenyataanya, tidak semua iklan televisi diciptakan untuk maksud pencitraan, namun karya iklan televisi dianggap sempurna apabila sampai pada tahap pembentukan sebuah citra. Umumnya pencitraan dalam iklan televisi disesuaikan dengan kedekatan jenis objek iklan yang diiklankan, walaupun tidak jarang pencitraan dilakukan secara ganda, artinya iklan menggunakan beberapa pencitraan terhadap satu objek iklan. Pada bulan ramadhan banyak tunawisma yang berdatangan di kota besar terutama dijakarta. Dari pemikiran ini memacu banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk membuat iklan yang bertemakan sosial dan dihubungkan dengan bulan ramadhan. Salah satu perusahaan yang mengangkat tema tersebut adalah XL. Pada iklan ini XL menyisipkan makna-makna yang terkandung selama menjelang bulan ramadhan. XL mencoba mengkonstruksikan bahwa orang yang bisa menelpon dan memiliki telpon genggam bukan saja orang yang memiliki keadaan ekonomi atas tetapi orang yang keadaan ekonomi bawah pun bisa memilikinya. XL berupaya mengkonstruksikan sebagai operator yang murah dan dapat digunakan oleh semua lapisan masyarakat melalui iklan XL Ampuh (Versi Pembasmi Serangga) Part 1. Pada iklan ini digambarkan seorang tunawisma saja bisa menggunakan telpon genggamnya untuk menelpon (tentunya menggunakan operator XL).