

RINGKESAN

Panaliti ieu judulna "ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN PONDS WHITE BEAUTY – BERSIHKEUN CANGCAYA ANJEUN "HIJAB FIGHT".

Tujuan kajian ieu nyaéta pikeun nangtoskeun kumaha Analisis semiotika iklan Ponds White Beauty – Bersihkeun cangcaya anjeun "Hijab Fight". Panaliti ieu ngagunakeun Teori Konstruksi Realitas Sosial, nyaéta téori Peter L. Berger sareng Thomas Luckman. Janten tujuan tina ieu panalungtikan nya éta ngenalkeun Tingkat Realitas, Tingkat Representasi sareng Tingkat ideologi tina Analisis semiotika iklan Ponds White Beauty – Bersihkeun cangcaya anjeun "Hijab Fight".

Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta métode panalungtikan kualitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan ku cara ngamangpaatkeun literatur, observasi, wawancara sacara jero sareng dokuméntasi.

Hasil tina ulikan ieu, panaliti terang yén dina pariwisata Analisis semiotika iklamn Ponds White Beauty – Bersihkeun cangcaya anjeun "Hijab Fight" gaduh Tingkat Realitas, Tingkat Representasi sareng Tingkat ideologi dina unggal Adegan. Hartosna Istri Sareng aya hubunganna sareng realitas sosial anu aya di masarakat, supados pesen anu didugikeun tiasa ditampi langsung ku masarakat. Panaliti ieu katingal pikaresepeun tapi éta masih teu pikaresepeun pikeun sababaraha urang sabab pariwisata ieu henteu jelas nepikeun pesen produk.

Saran ti panaliti nyaéta pikeun agénsi pariwisata Ponds ngadamel pariwisata anu ngagaduhan pesen anu jelas naha ieu pikeun promosi produk atanapi mung nunjukkeun carita anu pikaresepeun, ku éta tiasa ditampi ku sadayana masarakat.

Kecap Konci : Semiotika, Tingkat, Iklan.