

ABSTRACT

Aldhillah Muhammad Assegaf (2013). 1135030013. *A Semiotic Analysis on the Seminar and Workshop Brochure of Universities in Bandung.*

Keywords: Brochure, Representamen, Seminar, Universities, Workshop.

Advertisement is media of persuasive communication aimed to influencing, persuading the public. It can be found anywhere in newspaper, magazine, radio, brochure and television. Brochure is a one of adv with interesting layout that contains information about all the potential which will be promoted. In this research, the researcher has analyzed the seminar and workshop brochures of some universities in Bandung. The problem in this research then formulated into two questions: (1) What are semiotic elements in the seminar and workshop brochures of universities in Bandung (2) What is the relation between the text and the pictures on the seminar and workshop brochures of universities in Bandung.

This research used Peirce theory of semiotic to analyze the seminar and workshop brochures. Peirce theory of semiotic includes representamen, object, and interpretant. The method of this research used qualitative method because the data consist of words and pictures. The data in this research are pictures taken from the website Google Images. Technique of collecting data in this research are collecting, and identifying data which used English on the brochure. Then the step of analyzing data are (1) Analyze the semiotic element in seminar and workshop brochures of universities in Bandung, (2) What is the relation between the text and pictures on the seminar and workshop brochure of universities in Bandung.

The result of this research shows that every selected seminar and workshop brochures that analyze in this research have representament, Object and Interpretant. The representament and object from each brochure such as title, tagline, speaker, the ticket, guest start, contact person and the date. Then the Interpretant is something that comes to the reader's mind related to the representament and object. The relation between the text and the picture are related to each other. From the relation between the text and pictures, the reseacrher got a conclusion that the whole component put out signs which related to one another.

ABSTRAK

Aldhillah Muhammad Assegaf (2013). 1135030013. *A Semiotic Analysis on the Seminar and Workshop Brochure of Universities in Bandung.*

Katakunci: Brosur, Representamen, Seminar, Universitas, Workshop.

Iklan adalah media komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk masyarakat. Iklan bisa ditemukan di koran, majalah, radio, brosur dan televisi. Brosur adalah salah satu iklan yang menarik yang berisi informasi tentang semua potensi yang akan dipromosikan. Dalam penelitian ini, peneliti telah menganalisis brosur seminar dan workshop beberapa perguruan tinggi di Bandung. Permasalahan dalam penelitian ini kemudian dirumuskan menjadi dua pertanyaan: (1) Apa unsur semiotika dalam brosur seminar dan workshop universitas di Bandung (2) Apa hubungan antara teks dan gambar pada brosur seminar dan workshop universitas di Bandung.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Peirce untuk menganalisa brosur seminar dan workshop. Teori semiotik Pierce meliputi representamen, objek, dan interpretant. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena data terdiri dari kata-kata dan gambar. Data dalam penelitian ini adalah gambar yang diambil dari situs web Google Images. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah pengumpulan, dan identifikasi data yang menggunakan bahasa Inggris pada brosur. Kemudian langkah analisis data adalah (1) Menganalisis elemen semiotika dalam seminar dan workshop brosur universitas di Bandung, (2) Apa hubungan antara teks dan gambar pada seminar dan workshop brosur universitas di Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap brosur seminar dan workshop yang dianalisis dalam penelitian ini memiliki Representamen, Obyek dan Interpretan. Representamen dan objek dari masing-masing brosur berupa judul, tagline, speaker, tiket, start tamu, contact person dan tanggalnya. Kemudian Interpretant adalah sesuatu yang menyangkut pikiran pembaca yang berkaitan dengan representamen dan objek. Hubungan antara teks dan gambar saling terkait satu sama lain. Dari hubungan antara teks dan gambar, reseacrher mendapat kesimpulan bahwa keseluruhan komponen mengeluarkan tanda yang saling terkait satu sama lain.