

METAFORA VISUAL IKLAN JASA PERBANKAN

Studi Kasus Iklan Produk Deposito Bank BNI, BRI dan Mandiri

DENNY INDRAYANA SETYADI - 27109013

ABSTRAK

Esensi metafora berkaitan dengan pemahaman dan pengalaman seseorang terhadap sesuatu hal menggunakan kerangka hal lainnya. Ide dasar dari penggunaan metafora pada kehidupan sehari-hari adalah untuk mengetahui bagaimana manusia berpikir dan merasakan sesuatu hal menggunakan hal lainnya. Penelitian ini berkeinginan untuk meneliti lebih dalam bagaimana sebuah iklan produk jasa perbankan menghadirkan pemahaman dan pengalaman didalam kerangka kerja metafora. Oleh karenanya terpilih tiga contoh iklan jasa dari tiga perusahaan perbankan . Ketiga perusahaan perbankan tersebut tergolong tiga perusahaan terbesar dan terkuat dalam persaingan industri perbankan di Indonesia. Muncul dua pertanyaan yang mendasari penelitian ini. Pertama, Bagaimana kerja metafora visual pada iklan jasa perbankan. Kedua, Bagaimana relasi antara metafora dan budaya.

Data penelitian diambil dari brosur resmi yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan melalui beberapa tempat pelayanan dan fasilitas seperti ATM. Menggunakan metode analisis teks, penelitian ini berupaya mengetahui lebih jauh bagaimana metafora bekerja di dalam struktur sebuah iklan. Oleh karenanya penelitian ini lebih menggunakan pendekatan kualitatif, atau lebih khusus lagi pendekatan interpretatif. Terdapat dua penting dalam mengidentifikasi sebuah kerja metafora. Pertama, terdapat dua elemen yang dikenal dengan kendaraan (*vehicle*) dan topik (*tenor*). Kedua, selalu terjadi sebuah proses pengalihan oleh dua elemen tersebut.

Pada hasil analisis ditemukan, terdapat dua bentuk metafora dalam sebuah iklan. Bentuk pertama adalah pengalihan objek dan bentuk lainnya adalah pengalihan situasi. Temuan lainnya adalah terdapatnya sebuah relasi hubungan antara kerangka kerja metafora dengan budaya. Budaya meliputi : Sikap, Nilai, Citra dan Pandangan hidup sekelompok masyarakat.

Kata kunci : Metafora, Metafora Visual, Budaya, Iklan