

Fungsi gimmick dalam analisis struktur iklan provider jaringan telepon selular = Gimmick function in analysis of cell phones network provider advertisement

Ferdian Nur Rachman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20352188&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas analisa saya tentang fungsi gimmick dalam iklan provider Kartu As, IM3, dan AXIS melalui analisis struktur iklan. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan unsur-unsur dalam iklan sehingga dapat menemukan fungsi gimmick yang digunakan. Dalam meneliti unsur-unsur iklan saya menggunakan tiga struktur pendukung pembentuk wacana dari Van Dijk yaitu dengan superstruktur, struktur mikro, dan struktur makro dari iklan tersebut. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari penelitian terhadap ketiga struktur yaitu superstruktur, struktur mikro, dan struktur makro, ditemukan bahwa setiap iklan mempunyai unsur-unsur yang menunjukkan jati diri dari produk yang dijual seperti warna dan slogan yang khas, yang membuat produk itu menjadi terlihat lebih baik dari produk yang lain. Pada analisis gimmick ditemukan bahwa gimmick yang digunakan dapat mempunyai fungsi-fungsi yang berbeda berdasarkan tujuan dan latar belakang dari iklan tersebut seperti konsumen yang ingin dituju dan promosi yang ingin disebar. Selain gimmick para copywriter ternyata juga memakai strategi claim yang menarik konsumen.

.....

This study discusses my analysis of the gimmick function in the advertisement of Kartu As, IM3, dan AXIS through advertisement structure analysis. This study aims to describe the elements in the ad to find the function of gimmicks that are used. In examining the elements of advertisement I use the three supporting structures in forming the discourse by Van Dijk, which are the superstructure, microstructure, and the macro-structure of the ad. The method used was a qualitative method. The results of the study showed that from the three supporting structures, that form the discourse, found that every ad has elements that indicate the identity of products such as distinctive colors and slogans, which makes the product become look better than other products. In the analysis of gimmick, found that gimmick have different functions based on the purpose and background of these ads, just like the target consumers and the promotion tha will be spread. In addition, besides gimmick, the copywriters also use the interesting claim strategy that can increase the attention from the consumers.