

Multimodalitas iklan Pocari Sweat Indonesia di fan page Facebook = The multimodality of Pocari Sweat Indonesia ads on Facebook fan pages

Daniel Nur Sentana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458941&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iklan merupakan wacana persuasif yang disampaikan dengan berbagai cara atau moda. Dewasa ini teknologi membawa masyarakat menjadi lebih dekat dengan iklan. Media sosial menjadi wahana trendi penyampaian pesan, termasuk iklan. Cara-cara beriklan di media sosial disesuaikan dengan karakteristik media sosial itu. Facebook, misalnya, merupakan media sosial yang diperuntukkan untuk penyampaian pesan melalui unsur verbal dan visual. Agar gagasan persuasif dalam iklan disampaikan dengan baik, produsen iklan membuat iklan menjadi menarik. Caranya bermacam-macam, mulai dari menggunakan bahasa yang menarik hingga tampilan visual yang cantik. Kombinasi unsur verbal dan visual itu menjadi multimodalitas sebuah iklan. Budaya dan bahasa dalam suatu masyarakat juga menentukan gagasan iklan. Skripsi ini mengungkapkan bagaimana unsur verbal dan unsur visual dalam iklan bekerja sama menampilkan gagasan, pesan, dan pengalaman bagi konsumen. Data iklan yang dianalisis dengan linguistik fungsional sistemik secara kualitatif adalah iklan Pocari Sweat Indonesia dalam media sosial Facebook.

<hr>

ABSTRACT

Advertisement is one of persuasive discourses that delivered through several ways and mode. Recently, technology brings society closer to advertisement. Social media has become a trendy way to deliver messages including advertisement. Advertisement means is adjusted according to the its social media characteristic. Facebook, for example, is a social media that aims to deliver message through verbal and visual element. In order to well deliver persuasive message, advertisement should be well presented. The producer should make interesting advertisement. There are many ways to make interesting advertisement, from using interesting language until using interesting visual. The combination of verbal and visual element become multimodality of a advertisement. Culture and language of a society also influence the message behind advertisement. This thesis shows how verbal and visual element work together to deliver message, idea, and experience for consumer. Data that analyze with systemic funtional linguistic with qualitative methodology is Pocari Sweat Advertisement in social media Facebook