

Penerapan konteks wacana cutting dalam iklan Djarum 76 wani piro versi Gayus (sogokan) = Application of cutting discourse context in Djarum 76 advertising Gayus version (Bribery)

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392682&lokasi=lokal>

Abstrak

[Iklan berfungsi untuk menarik khalayak ramai agar membeli produk yang ditawarkan Iklan berfungsi untuk menarik khalayak ramai agar membeli produk yang ditawarkan atau

paling tidak membuat masyarakat menaruh perhatian lebih pada iklan tersebut. Iklan termasuk dalam wacana. Suatu wacana (dalam hal ini adalah iklan) yang baik mengandung konteks yang berhubungan dengan latar belakang budaya secara keseluruhan. Salah satu iklan yang merupakan bagian dari

wacana tersebut adalah Iklan Djarum 76 Wani Piro Versi Gayus (Sogokan). Iklan ini sering diperbincangkan oleh masyarakat karena mengandung keunikan tersendiri. Iklan ini mengandung konteks yang digagasi oleh Cutting, yaitu konteks situasi (situational context), konteks pengetahuan latar belakang (background knowledge context), yaitu apa yang diketahui peserta komunikasi tentang mitra tutur/ tulis (interpersonal knowledge) dan dunia (cultural general knowledge), dan konteks ko-tekstual (co-textual context). Selain konteks-konteks yang terkandung di dalam iklan tersebut, konteks daerah asal masyarakat (audience) pun menjadi poin penting dalam memahami iklan ini., Advertising serves to attract the general public to buy products offered or at least make people pay more attention to the ad. Ad includes in the discourse. A discourse (in this case is ad) which both contain a context related to the overall cultural backgrounds. One of the ads that is part of the discourse is Djarum 76 Wani Piro Gayus Version (bribery). This ad is often discussed by the public because it contains its own uniqueness. This ad contains of Cutting context, they are the context of the situation (situational context), background knowledge contact which means the knowledge about the things that participants of communication known about another participants, including what is said / written (interpersonal knowledge) and the world (general cultural knowledge), and co-textual context (co-textual context). Besides all those contexts, the context of the community of origin (audience) becomes an important point in understanding this ad.]