

Iklan instagram dengan shoutout for shoutout sfs kajian wacana iklan = Instagram advertisement with shoutout for shoutout sfs advertisement discourse analysis/ Anak Agung Ayu Maharani

Anak Agung Ayu Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413308&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan kajian wacana iklan yang membahas iklan Instagram dengan strategi Shoutout for Shoutout atau SFS. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suprastruktur, alat-alat kohesi, makrostruktur, hubungan gambar dan teks iklan, serta positioning yang terdapat dalam dua puluh iklan SFS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana iklan yang terdapat di dalam iklan SFS memiliki suprastruktur tipe A yang badan iklan atau teksnya secara dominan dibangun oleh alat kohesi referensi demonstratif anaforis, elipsis nominal, konjungsi aditif, dan repetisi. Makna global pada wacana iklan yang terdapat dalam iklan SFS sebagian besar dibangun oleh hubungan komunikasi dasar-DESAKAN dan hubungan antara gambar dan teks iklannya pun sebagian besar memiliki hubungan yang hampir koheren. Wacana iklan yang terdapat di dalam iklan SFS paling banyak dilakukan dengan positioning berdasarkan perbedaan dan manfaat. Kedua positioning tersebut sebagian besar bertujuan untuk memosisikan toko kepada pembaca iklan Instagram.

<hr>

ABSTRACT

This research is an advertisement discourse analysis which discuss about Instagram Advertisement with Shoutout for Shoutout (SFS) strategy. The aim of this research is to describe suprastructure, cohesion, macrostructure, relationship between text and picture, along with positioning in twenty SFS advertisement. The result of this research shows that advertisement discourse in SFS advertisement has type A suprastructure which body copy or its text builds dominantly by demonstrative anaphoric reference, nominal ellipsis, additive conjunction, and repetition. Global meaning to advertisement discourse in SFS advertisement builds dominantly by base-INSISTENCE relation and relationship between text and picture mostly has almost coheren relationship. Advertisement discourse in SFS advertisement has been made dominantly by diverification and benefit positioning. Both of it mostly has goal to positioning the shop for Instagram advertisement reader.