

Perjuangan Ibu-Anak Melawan Rasisme: Tidak Illokusi dan Analisis Wacana Multimodal dalam The Talk = Mother-Child Struggles against Racism: Illocutionary Act and Multimodal Discourse Analysis in "The Talk"

Elsa Verina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920528357&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebuah iklan memainkan peran penting dalam bisnis untuk mencapai pasar targetnya dan membuat pembeli potensial membeli produknya. Namun, dibutuhkan berbagai pendekatan untuk menyampaikan pesan di balik suatu produk. Procter & Gamble (P&G) mengambil pendekatan yang berbeda dalam membuat iklan yang membahas isu rasisme terhadap orang kulit hitam. Iklan yang dirilis pada tahun 2017 dengan judul "The Talk" merupakan iklan advokasi yang menunjukkan sikap perusahaan terhadap isu-isu tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana P&G menggambarkan diskriminasi rasial dan kekerasan terhadap orang kulit hitam dengan mengungkapkan strategi yang disebut "the talk". Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan tindakan ilokusi oleh Searle (1979) untuk menemukan tindakan ilokusi dominan yang diucapkan oleh ibu-ibu kulit hitam di dalam iklan. Penelitian ini juga menganalisis komponen visual dengan menggunakan analisis wacana multimodal dari Kress dan van Leeuwen (2006), dengan tujuan memahami bagaimana mereka menggambarkan perjuangan orang kulit hitam dari satu era ke era lainnya. Penelitian ini menemukan bahwa tindakan ilokusi yang dominan adalah ketegasan karena dalam percakapannya, para ibu berusaha mengingatkan anak-anak mereka tentang apa yang benar dan salah dalam hidup. Penggunaan analisis wacana multimodal dalam penelitian ini, terutama analisis visual, mengkonfirmasi bahwa isu-isu diskriminasi rasial dan kekerasan memiliki dampak besar pada para ibu karena mereka merasa cemas tentang keselamatan dan kesejahteraan emosional anak-anak mereka.

.....An advertisement plays a significant role in the business in order to reach its target market and make their potential buyers purchase the products. However, it needs various approaches to communicate the message behind a product. Procter & Gamble (P&G) takes a different approach to making an advert that speaks out on the issues of racism against black people. The ad released in 2017 called The Talk is an advocacy advertisement, showing the company's stance toward the issues. This study aims to examine how P&G portrays the racial discrimination and violence against black people by revealing the strategy called "the talk." To achieve the aim, this study uses illocutionary acts by Searle (1979) to find the dominant illocutionary act uttered by black mothers. This research additionally analyzes the visual components employing Kress and van Leeuwen's (2006) multimodal discourse analysis, aiming to understand how they depict the struggles of black people from one era to another. This study finds that assertiveness is the dominant illocutionary act since in their talk, the mothers try to remind their children about what is right and wrong in life. The use of multimodal discourse analysis in this study, especially the visual analysis, confirms that the issues of racial discrimination and violence have huge impacts on the mothers as they feel anxious about their children's safety and emotional well-being.