

Analisis Unsur SPEAKING pada Iklan Digital Toko Elektronik MediaMarkt Belanda = Analysis of SPEAKING elements within the digital advertising of the electronic store MediaMarkt Netherlands

Syarah Nadila Purwanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554236&lokasi=lokal>

Abstrak

MediaMarkt merupakan salah satu toko elektronik terbesar di Belanda yang senantiasa berhasil mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen baru. Penelitian ini akan menjabarkan bagaimana ciri-ciri pewara MediaMarkt yang khas dari delapan iklan digital. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah analisis-deskriptif dengan menganalisis delapan iklan digital youtube yang diunggah pada tahun 2019-2020. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SPEAKING dari Dell Hymes (1972). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya slogan yang persuasif *altijd op zoek naar de wow voor jou* dan terdapat empat warna tertentu yang kerap muncul pada pakaian pewara untuk memperkuat logo dan slogan perusahaan. Terdapat aspek verbal yang ditampilkan pewara berupa bahasa dan monolog. Selain itu, yang menunjukkan tanda nonverbal adalah penampilan, nada bicara, dan bahasa tubuh dari pewara yang diteliti. Kedua aspek verbal dan nonverbal ini merupakan gabungan dari unsur SPEAKING.

..... MediaMarkt is one of the most populair electronic stores in the Netherlands that always succeed in keeping the old costumers and is able to get new ones. This research will describes the characteristics of MediaMarkt presenters that are typical of eight dugutal advertisements. The method used in this paper is a descriptive analysis, by analyzing eight advertisements videos on Youtube that were uploaded from 2019 to 2020. The theory that is used in this research is the SPEAKING theory by Dell Hymes (1972). This study describes the characteristics of the presenters in these eight digital advertisements of MediaMarkt. The results of this research indicate that there are four specific colors that appear namely on the presenter's clothes to strengthen the logo and slogan. Verbal aspects are showing by the presenter such as language and monologue. Other than that, nonverbal aspects are showing such as the appearance, speech, and body language from the presenter was researched. Both aspect verbal and nonverbal that were mention are the combination of elements from SPEAKING.