

Wacana iklan radio adlibs: tinjauan terhadap struktur dan pelanggaran prinsip kerja sama = Discourse of adlibs radio advertisement: the study of structure and cooperative principle

Puspita Andiani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20443990&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji wacana iklan radio yang berbentuk iklan adlibs dengan menggunakan pendekatan analisis wacana dan pragmatik. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui struktur dan pelanggaran prinsip kerja sama yang terjadi, sehingga dapat diketahui fungsinya dalam iklan adlibs di radio. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan cara mendeskripsikan. Hasil dari penelitian menunjukkan struktur wacana iklan adlibs yang paling banyak digunakan adalah struktur pola IV, yaitu tanpa menggunakan sapaan/salam. Kemudian, pelanggaran prinsip kerja sama yang ditemukan paling banyak terjadi adalah pelanggaran maksim relevansi yang sengaja dilakukan agar pendengar radio tidak mengira sedang mendengarkan sebuah iklan.

ABSTRACT

Research is an adlibs radio advertisement discourse analysis using discourse and pragmatic approach. This analysis aims to determine the structure and violation of the cooperative principle, so it can be known the function in adlibs radio advertisement. This research is qualitative research by describing. The result showed the structure of adlibs radio advertisement most widely used the type IV, which doesn't use greeting in the dialogue. Then, violation of the cooperative principle found the most common is violation of maxim of relevance which purposely done, so the audience do not think they are listening to an advertisement.