

ABSTRACT

The thesis entitled "A Multimodal Discourse Analysis on Tolak Angin Advertisement" was written by Riztiqqa Tanadia, NIM 126203213199, English Education Department, Faculty of Education and Teacher Training, supervised by Dr. H. Muh Basuni, M.Pd.

Keywords: *Discourse, Multimodal Discourse Analysis (MDA), Advertisement*

Multimodal discourse analysis started to become a interesting topic for the recent 5 years. Most of the previous researcher have purpose to find the meaning behind the discourse. From the previous studies, the researcher found an idea to find the message and the meaning through multimodal discourse analysis.

The research questions in this study are: (1) how is the multimodal discourse analysis in Tolak Angin ads? (2) how is the message in Tolak Angin ads? (3) How is the meaning in Tolak Angin ads? The purpose of this study is to contribute the study of language especially about how is communication modes deliver the meaning and message in advertisement.

This study uses qualitative approach with content analysis method. The data of this study are 5 short video of Tolak Angin advertisements. The research instruments used were Kress and Leeuwen (2006) 's multimodal theory, Anstey and Bull (2010) 's semiostic multimodal system included visual, gestural, audio, spatial, and linguistic. Further, this study used the previous studies to validate the data result.

This study obtained the following results: (1) The result showed that the researcher find each modes in the five Tolak Angin advertisement. Each modes showed a interesting and convincing element. (2) The researcher found 7 message in Tolak Angin advertisement. (3.) The researcher concluded there are 7 symbol which each of them hold specific meaning in the Tolak Angin advertisement.

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Analisis Wacana Multimodal di Iklan Tolak Angin" ini ditulis oleh Riztiqqa Tanadia, NIM 126203213199, Prodi Tadris Bahasa Inggris, Fakultas Pendidikan dan Ilmu Keguruan, dengan pembimbing Dr. H. Muh Basuni, M.Pd.

Kata kunci: *Wacana, Analisis Wacana Mulimodal, Iklan.*

Analisis wacana multimodal mulai menjadi topik yang menarik dalam 5 tahun terakhir. Sebagian besar peneliti terdahulu memiliki tujuan untuk menemukan makna di balik suatu wacana. Dari penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti menemukan sebuah ide berupa menemukan pesan dan makna melalui analisis wacana multimodal.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana analisis wacana multimodal dalam iklan Tolak Angin? (2) bagaimana pesan dalam iklan Tolak Angin? (3) bagaimana makna dalam iklan Tolak Angin? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperluas pengetahuan baru dalam kajian bahasa khususnya tentang bagaimana mode komunikasi dalam iklan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Data penelitian ini berupa 5 video pendek iklan Tolak Angin. Instrumen penelitian yang digunakan adalah teori multimodal Kress dan Leeuwen (2006), sistem multimodal semiotic Anstey dan Bull (2010) yang meliputi visual, gestural, audio, spasial, dan linguistik. Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan penelitian-penelitian sebelumnya untuk memvalidasi hasil data.

Penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut: (1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti menemukan masing-masing modus dalam kelima iklan Tolak Angin. Tiap masing-masing mode menunjukkan elemen yang menarik dan meyakinkan. (2) Peneliti menemukan 7 mesage dalam iklan Tolak Angin. (3) Peneliti menyimpulkan terdapat 7 simbol yang masing-masing memiliki makna tertentu dalam iklan Tolak Angin.