

ABSTRACT

Fathan, N.L. 190511100071. English Study Program of Faculty of Social and Cultural Science. A Multimodal Discourse Analysis of Beverage Products Advertisement. University of Trunojoyo Madura. Advisor: Dr. Masduki, M.Pd.

This study focuses on Multimodal Discourse Analysis on beverage products advertisement. This study aims to identify the visual and verbal elements in beverage products advertisement, and to explain the implied meaning of linguistics analysis, audio, gesture, and spatial analysis used in beverage products advertisement. Data in this study are described in the form of words not numbered. The data source in this study is the beverage advertisement products selected namely is *Sirup ABC*, *NutriSari*, and *Teh Pucuk Harum*. At the same time, the source of the data in this study is beverage products advertisement, while the data are the words, phrases, clauses, and images. The writer conducted this study using Generic Structure of Potential (GSP) by Cheong (2004) to analyze what elements are contained in the beverage products advertisement, and the second is the Systemic Functional Linguistics (SFL) by M.A.K Halliday (2004) to analyze the implied meaning of linguistics, and using the theory by Anstey and Bull's (2010) to analyze audio, gesture, and spatial analysis.

The results of this study reveal that the composition of verbal elements in *Sirup ABC* advertisement is Announcement 1, Enhancer, 1, Additive 5, and for the visual elements are Lead 3, Display 1, Setting 1, Saliency 1, Emblem 4, and Reactor 4. The next is *NutriSari*, the composition of verbal elements is Announcement 4, Enhancer 1, Additive 2, and for the visual elements is lead 5, Display 1, Setting 3, Saliency 1, Reactor 4, and Emblem 3. The last is *Teh Pucuk Harum*, the composition of verbal elements is Announcement 5, Enhancer 1, Additive 2, and for the visual elements is Lead 2, Display 1, Emblem 2, Setting 4, Saliency 1, and Reactor 4. In each advertisement, implied meaning was found in linguistic analysis, audio used, gestures to participants in the advertisement, and spatial analysis in the advertisement.

Keywords: Multimodal Discourse Analysis, verbal element, visual element, advertisement

ABSTRAK

Fathan, N.L. 190511100071. English Study Program of Faculty of Social and Cultural Science. A Multimodal Discourse Analysis of Beverage Products Advertisement. University of Trunojoyo Madura. Advisor: Dr. Masduki, M.Pd.

Penelitian ini berfokus pada Analisis Wacana Multimodal pada iklan produk minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi unsur visual dan verbal pada iklan produk minuman, serta menjelaskan makna tersirat dari analisis linguistik, audio, gestur, dan analisis spasial yang digunakan pada iklan produk minuman. Data dalam penelitian ini dideskripsikan dalam bentuk kata-kata tidak diberi nomor. Sumber data dalam penelitian ini adalah produk iklan minuman yang dipilih yaitu *Sirup ABC*, *NutriSari*, dan *Teh Pucuk Harum*. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah iklan produk minuman, sedangkan datanya adalah kata, frasa, klausa, dan gambar. Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan *Generic Structure of Potential* (GSP) oleh Cheong (2004) untuk menganalisis unsur apa saja yang terkandung dalam iklan produk minuman, dan yang kedua adalah *Systemic Functional Linguistics* (SFL) oleh M.A.K Halliday (2004) untuk menganalisis makna tersirat linguistik, dan menggunakan teori multimodal oleh Anstey dan Bull (2010) untuk menganalisis audio, gerakan, dan analisis spasial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa susunan unsur verbal pada iklan *Sirup ABC* adalah Announcement 1, Enhancer, 1, Additive 5, dan untuk unsur visual adalah Lead 3, Display 1, Setting 1, Salience 1, Emblem 4, dan Reactor 4. Selanjutnya adalah *NutriSari*, susunan elemen verbalnya adalah Announcement 4, Enhancer 1, Additive 2, dan untuk elemen visualnya adalah lead 5, Display 1, Setting 3, Salience 1, Reactor 4, dan Emblem 3. Terakhir adalah *Teh Pucuk Harum*, susunan unsur verbalnya adalah Announcement 5, Enhancer 1, Additive 2, dan untuk unsur visualnya adalah Lead 2, Display 1, Emblem 2, Setting 4, Salience 1, dan Reactor 4. Dalam setiap iklan tersirat makna ditemukan dalam analisis linguistik, audio yang digunakan, gestur pada partisipan dalam iklan, dan analisis spasial dalam iklan.

Kata kunci: Analisis Wacana Multimodal, elemen verbal, elemen visual, iklan

TABLE OF CONTENTS

COVER	i
PRONOUNCEMENT OF THESIS ORIGINALITY	ii
APPROVAL SHEET	iii
APPROVAL SHEET	iv
MOTTO	v
DEDICATION	vi
ACKNOWLEDGEMENTS	vii
PRONOUNCEMENT OF THESIS PUBLISHING AGREEMENT	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
TABLE OF CONTENTS	xii
CHAPTER I INTRODUCTION	1
1.1 Background of the Study	1
1.2 Research Questions	3
1.3 Objectives of the Study	3
1.4 Significance of the Study	3
1.5 Scope and Limitation of the Study	4
CHAPTER II REVIEW OF RELATED LITERATURE	5
2.1 Multimodal Discourse Analysis	5
2.2 Generic Structure of Potential	6
2.2.1 Verbal Elements	6
2.2.2 Visual Elements	6
2.3 Systemic Functional Linguistics	8
2.4 Advertisement	10
2.5 Previous Studies	10
CHAPTER III METHODOLOGY	13
3.1 Research Design	13

3.2 Source of Data and Data.....	13
3.3 Research Instrument	14
3.4 Data Collection.....	14
3.5 Data Analysis	14
CHAPTER IV FINDINGS AND DISCUSSION	17
4.1 Findings	17
4.2 Discussions	30
CHAPTER V CONCLUSION AND SUGESTION	56
5.1 Conclusion.....	56
5.2 Suggestions.....	57
REFERENCES.....	58