

## ABSTRACT

**Erlanda, Julhelmi. Reg. 8156111035. Investigation of Indonesian “LAZNAS” Printed Advertisement: Its Intertextual Reference Techniques and Discursive Practice. A Thesis. English Applied Linguistics Study Program, Post Graduate School, A State University of Medan, 2017.**

This study deals with intertextual reference techniques in Indonesian “LAZNAS” Printed Advertisement. It was aimed to investigate the types of Intertextual reference techniques in Indonesian “LAZNAS” Printed Advertisement and reveal its discursive practice. This study used qualitative method then the design was descriptive qualitative research. The data of this study were texts of Indonesian “LAZNAS” Printed Advertisement. The source of data of this study was from printed advertisement of Indonesian “LAZNAS” in Medan, North Sumatera. Data Collection were used to obtain the data. The data were analyzed by using Miles, Huberman, and Saldana’s Interactive Model (2014). The results of the research reveal major types of Intertextual reference techniques and thirteen types of Discursive Practice of Intertextual reference techniques in the advertisements. The type dominantly applied is Allusions and this technique used one category of main source of reference, namely Religion literature. As discursive practice, The advertisers tend to use declaring statement and imperating commandement from religion literature to persuade target reader. Practically, They alluding most of religion literature as power belief in their advertising production.

Keywords: intertextuality, discursive practice, discourse, advertisement, Amil Zakat Institution advertisemets.

## ABSTRAK

**Julhelmi, Erlanda. Reg. 8156111035. Investigasi iklan cetak “LAZNAS” Indonesia: Tehnik referensi intertekstualitas dan Praktik kewacanaanya . Thesis. Linguistik Terapan Bahasa Inggris, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Medan. 2017.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Tehnik referensi intertekstualitas dan Praktik kewacanaan dari Iklan Cetak Lembaga Amil Zakat Nasional di Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi Tehnik referensi intertekstualitas dan Praktik kewacanaan yang terealisasi dari Iklan Cetak Lembaga Amil Zakat Nasional di Medan dan alasan kenapa mereka mempraktekkan kewacanaan yang demikian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan memiliki deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini adalah teks dari Iklan Cetak 3 Lembaga Amil Zakat Nasional di Medan. Sumber dari data penelitian ini adalah iklan cetak 3 Lembaga Amil Zakat Nasional di Medan. Pengkoleksian data digunakan untuk memperoleh data. Data dianalisis dengan menggunakan teori Interaktif Model Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Hasil dari Penelitian ini mengungkap jumlah Dominan dari tehnik referensi intertekstualitas dan tiga belas jenis pertukaran praktek kewacanaan yang diterapkan di Iklan. Tipe dominan dari tehnik referensi intertekstualitas adalah Kiasan dan tehnik ini hanya menggunakan satu jenis sumber referensi utama yakni literatur keagamaan. Dalam praktik kewacanaan, pengiklan cenderung menggunakan deklarasi pernyataan dan menyerukan perintah dari literatur keagamaan sebagai kekuatan keyakinan dalam produksi iklan mereka.

Kata Kunci: intertekstualitas, Praktek kewacanaan, wacana, iklan, iklan lembaga amil zakat.