

ABSTRACT

Lubis, Bambang Nur Alamsyah. Registration Number: 8156 116 001 Multimodal Analysis of Cigarette Advertisement in Indonesia. A Dissertation. Doctoral English Applied Linguistics Study Program. State University of Medan. 2020.

This study dealt with multimodal analysis of cigarette advertisement in Indonesia. The objectives of the research were to analyze semiotic resource deployed in the cigarette advertisements, to investigate the manner of semiotic resource realization in the cigarette advertisements, and to investigate the reasons underlying the use of semiotic resources. The data sources of this research were cigarette televised advertisements. The data were the utterances, pictures, settings, and actings (face expressing and gestures). The research design was qualitative research. The instruments for data collection in this research were Television as the media to find out the cigarette advertisement and video-recorder for record the cigarette advertisement in Television. The technique of data analysis were applied interactive data analysis, they are data condensation, data display, and drawing and verification conclusion. And making the finding trusted, the researcher applied credibility, transferability, dependability and conformability aspects, they were called trustworthiness. The findings, verbal and non-verbal semiotics resources were deployed as semiotics resources in advertising cigarette on TV in Indonesia. The manner of semiotic resources were realized by elaboration, extension and enhancement. The reasons for the use of multimodal text were function of advertisement, policy and prestige in broadcasting cigarette advertisement in Indonesia. This study contributed to linguistics academic, such as applied linguistics and general linguistics. This study contributed a new theory about semiotics resources models in advertising cigarette on TV in Indonesia. There were twenty seven semiotic resource models that occurred in cigarette advertisement in Indonesia. Eight of them were accurately used and had content meanings. The content meanings were used to understand the purpose of cigarette advertisement used that models. The rest of semiotics resources models potentially occurred in others cigarette advertisement, if the data sources of study was made bigger than this research and the government policy is changed.

Keywords: multimodal, cigarette advertisement, verbal, non-verbal, semiotics resources models, meaning, Indonesia.

ABSTRAK

Lubis, Bambang Nur Alamsyah. Nomor Registrasi: 8156 116 001. Analisis Multimodal dalam Iklan Rokok di Indonesia. Disertasi. Program Studi Linguistik Terapan Bahasa Inggris. Universitas Negeri Medan. 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis multimodal iklan rokok di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sumber-sumber semiotik yang terdapat dalam iklan rokok di Indonesia, menginvestigasi gaya penggunaan sumber-sumber semiotik dalam iklan rokok di Indonesia, menginvestigasi alasan-alasan penggunaan sumber-sumber semiotik dalam iklan rokok di Indonesia. Sumber data penelitian ini adalah iklan rokok yang tayang di televisi. Data penelitian adalah ungkapan, gambar, tempat, dan tindakan (ekspresi wajah and gerakan tubuh). Desain penelitian adalah penelitian kualitatif. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan televisi sebagai media untuk menemukan iklan rokok, dan menggunakan perekam video untuk merekam iklan rokok. Teknik analisis data mengaplikasikan analisis data interaktif, seperti kondensasi data, tampilan data dan gambaran dan verifikasi kesimpulan. Dan untuk membuat temuan dapat dipercaya, peneliti mengaplikasikan aspek kredibilitas, transerabilitas, dependabilitas, dan konformabilitas, hal ini disebut sebagai *trustworthiness*. Hasilnya menunjukkan, sumber semiotik *verbal* dan *non-verbal* dipaparkan sebagai sumber semiotik dalam mengiklankan rokok di TV Indonesia. Gaya pengrealisasian sumber semiotik dalam iklan menggunakan *elaboration*, *extention* dan *enhancement*. Adapun alasan menggunakan sumber semiotik yang terdapat dalam iklan adalah berdasarkan fungsi iklan, kebijakan dan prestis dalam penayangan iklan rokok di Indonesia. Penelitian ini menyumbang kepada akademisi linguistik, seperti linguistik terapan dan linguistik secara umum. Penelitian ini menyumbangkan sebuah teori/ pengajian baru tentang model-model sumber semiotik dalam mengiklankan rokok di TV Indonesia. Terdapat dua puluh tujuh (27) model-model sumber semiotik yang muncul dalam iklan rokok di Indonesia. Delapan di antaranya dengan seksama digunakan dan memiliki makna. Makna tersebut digunakan untuk memahami tujuan dari iklan rokok menggunakan model-model tersebut. Sedangkan sisanya berpotensi muncul pada iklan-iklan rokok yang lain, jika sumber data penelitian dibuat lebih besar dari pada didalam penelitian ini dan aturan pemerintah terhadap produk rokok dan tembakau berubah.

Katakunci: multimodal, iklan rokok, verbal, non-verbal, model-model sumber semioik, makna, Indonesia .