

ABSTRACT

Savitri, Maulydia Tamara. 2019. A Study of Multimodal Analysis in Smartphone Advertisements. Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Padang.

This research aims to analyze multimodal in *Samsung Galaxy S9* and *Iphone Xs* audiovisual advertisements. The theories used in this research are systemic functional linguistic theory by Halliday, multimodal theory by Kress and Leeuwen and generic structure analysis theory by Cheong. The method used in this research is a descriptive research method. The data in this research are images, texts, symbols, sounds, and gestures used in *Samsung Galaxy S9* and *Iphone Xs* advertisement videos. The source data of this research is obtained from Samsung and Iphone Youtube account. Based on the data analysis, it reveals that both advertisements have the similarities and differences. The similarities found in linguistic, audio and location analysis. Meanwhile, the differences between these two advertisements found in all semiotic systems. The analysis also reveals the differences in generic structures. In Samsung Galaxy S9 advertisement there are five structures used; lead, display, announcement, emblem and call-visit. Meanwhile, in Iphone Xs advertisement only four structures found in this advertisement; lead, display, announcement, and emblem.

Keywords: multimodal, advertisement, semiotic systems, smartphone

ABSTRAK

Savitri, Maulydia Tamara. 2019. A Study of Multimodal Analysis in Smartphone Advertisements. Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa multimodal pada iklan Samsung Galaxy S9 dan Iphone Xs. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori sistemik fungsional linguistik oleh Halliday, teori multimodal oleh Kress dan Leeuwen dan analisis generik struktur oleh Cheong. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif metodologi. Data pada penelitian ini berupa gambar, tulisan, simbol, suara dan gerakan yang digunakan dalam iklan Samsung S9 dan Iphone Xs. Sumber data dari penelitian ini adalah akun Youtube dari Samsung dan Iphone. Berdasarkan data analisis, ditemukan bahwa kedua iklan ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan ditemukan pada analisis linguistik, audio dan letak. Sementara itu, perbedaan antara kedua iklan ditemukan pada semua unsur semiotik sistem. Berdasarkan data analisis, ditemukan juga perbedaan pada struktur generik iklan. Iklan Samsung Galaxy S9 menggunakan lima struktur; lead, tampilan, pengumuman, lambang dan informasi nomor ponsel. Sedangkan pada iklan Iphone Xs hanya menggunakan empat struktur; lead, tampilan, pengumuman dan lambang.

Kata kunci: multimodal, iklan, semiotic sistem, smartphone