

INTISARI

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan struktur dan penggunaan karakteristik bahasa dalam wacana iklan yang diunggah oleh akun *Twitter* @bliblidotcom. Data dalam penelitian ini berupa iklan-iklan yang diunggah oleh akun *Twitter* @bliblidotcom selama 10 Oktober sampai dengan 25 November 2022. Sumber data dalam penelitian ini ialah akun *Twitter* @bliblidotcom. Pengumpulan data menggunakan metode simak teknik bebas libat cakap. Setelah data dikumpulkan, data akan diklasifikasikan dan dianalisis struktur dan karakteristik kebahasaan yang digunakan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa iklan yang diunggah oleh @bliblidotcom terdiri atas tiga bagian, yaitu butir utama, badan iklan, dan penutup iklan. Butir utama dalam iklan yang diunggah oleh @bliblidotcom menggunakan lima macam proposisi, yaitu proposisi berupa pertanyaan-pertanyaan yang menuntut perhatian lebih, proposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu pada para calon konsumen, proposisi yang memberi komando atau perintah kepada calon konsumen, proposisi yang menekankan keuntungan calon konsumen, dan proposisi yang menarik perhatian konsumen khusus. Badan iklan dalam cuitan-cuitan tersebut menggunakan proposisi pengembangan alasan objektif dan subjektif. Badan iklan dalam iklan-iklan yang diunggah oleh @bliblidotcom dapat terbagi atas tiga bentuk, yaitu menggunakan poster promosi, menggunakan poster promosi dan foto produk, serta menggunakan poster promosi dan takarir. Penutup iklan dalam cuitan yang diunggah @bliblidotcom menggunakan teknik pemaparan butir pasif dan pengembangan dengan teknik keras dan butir pasif. Sementara itu, dalam segi kebahasaannya, terdapat beberapa karakteristik yang ditemukan dalam iklan-iklan yang diunggah @bliblidotcom, yaitu penggunaan ungkapan persuasif, penggunaan ragam bahasa tidak baku, penggunaan permainan bahasa, dan penggunaan ungkapan ekspresi tertawa.

Kata kunci: Analisis wacana, wacana iklan, struktur wacana iklan, karakteristik wacana iklan.

ABSTRACT

This research was aimed to describe the structure and language's characteristics usage in advertising discourse that was posted by Twitter account @bliblidotcom. This research used advertisings that was posted by @bliblidotcom since 10 October 2022 to 25 November 2022. The data was taken from Twitter account @bliblidotcom. The data was taken using uninvolved conversation observation method. Furthermore, the data were classified and then the data's structure and language's characteristics usage.

This research shows that there are three parts in the advertisements that were posted by @bliblidotcom, which are headline, body, and close. In the advertisements that were posted by @bliblidotcom, there are five propositions that were used by @bliblidotcom. The first proposition is asking questions to demand more attention. The second proposition is arousing curiosity. The third proposition is giving command to the customers. The fourth proposition is stressing consumer's benefits. The fifth proposition is attracting the target markets. In writing the advertisements body, @bliblidotcom use a mix between proposition objective reasons and subjective reasons. However, there are three ways on how @bliblidotcom wrote their advertisements' body, using promotion posters only, using promotion posters and product pictures, and using promotion posters and captions. There are two ways of how @bliblidotcom wrote their advertisements' close, by using hard-selling technique and mixing hard selling technique and passive points. Furthermore, there are four language characteristics that were found in @bliblidotcom's advertisements, which are using persuasive expressions, using non formal language variety, using language play, and using laughing expressions.

Key words: Advertising discourse, advertising's discourse structure, advertising discourse's language characteristics.