

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teks Bahasa Inggris pada *website* Perusahaan Great Network Indonesia dalam penulisan *website* untuk pencitraan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemahaman tentang suatu penyampaian pesan/makna dari penggunaan bahasa yang dapat menciptakan persepsi. Dari penciptaan persepsi, citra diri suatu perusahaan dapat terbentuk. Adapun makna/pesan dari penggunaan bahasa dalam penelitian ini dianalisis menggunakan Teori Fungsional Sistemik. Menurut teori tersebut, pemetaan metafungsi dari penggunaan bahasa terbagi atas tiga yakni *Ideational*, *Interpersonal*, dan *Textual*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menjabarkan hasil analisis studi. Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua metode yakni metode observasi yang digunakan dalam analisis *website*, serta metode wawancara guna mendapatkan informasi pendukung yang akurat tentang citra diri perusahaan Great Network Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan metafungsi *Interpersonal* sebagai metafungsi terbanyak yang digunakan dalam penulisan konten serta artikel dalam *website*, dilanjutkan dengan metafungsi *Ideational*, dan yang terakhir yakni metafungsi *Textual*.

Kata Kunci: Analisis, Bahasa, Teks, Teori Fungsional Sistemik

ABSTRACT

This research aims to analyze the English text on the website of Great Network Indonesia Company in writing the website for imaging. This research is motivated by the importance of understanding the message/meaning of language use that can create perceptions. From the creation of perceptions, a company's self-image can be formed. The meaning/message of language use in this research is analyzed using Systemic Functional Theory. According to the theory, the meta function mapping of language use is divided into three namely Ideational, Interpersonal, and Textual. This research is descriptive and qualitative in nature by describing the results of the study analysis. Data collection was carried out using two methods, namely the observation method used in website analysis, as well as the interview method to obtain accurate supporting information about Great Network Indonesia's corporate self-image. The results showed the Interpersonal meta function as the most used meta function in writing content and articles on the website, followed by the Ideational meta function, and last is the Textual meta function.

Keywords: Analysis, Language, Systemic Functional Theory, Text