

**ANALYSIS OF VISUAL IMAGE OF SAMSUNG GALAXY S4
ADVERTISEMENTS: A METAFUNCTIONAL APPROACH**

THESIS

**BY
AHMAD
NIM 105110100111075**



**STUDY PROGRAM OF ENGLISH
DEPARTMENT OF LANGUAGES AND LITERATURES
FACULTY OF CULTURAL STUDIES
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2015**

**ANALYSIS OF VISUAL IMAGE OF SAMSUNG GALAXY S4
ADVERTISEMENTS: A METAFUNCTIONAL APPROACH**

THESIS

**Presented to
Universitas Brawijaya
in partial fulfillment of the requirements
for degree of *Sarjana Sastra***

**BY
AHMAD
NIM 105110100111075**

**STUDY PROGRAM OF ENGLISH
DEPARTMENT OF LANGUAGES AND LITERATURES
FACULTY OF CULTURAL STUDIES
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2015**

ABSTRACT

Ahmad. 2014. **Analysis of Visual Image of Samsung Galaxy S4 Advertisements: A Metafunctional Approach**. Study Program of English, Universitas Brawijaya. Supervisor: Eni Maharsi. Co-Supervisor: Didik Hartono.

Key words: Visual Image, metafunction, image, verbal text, advertisement, Samsung Galaxy S4

Advertisement is one of the developing social media in society nowadays. As one of the communicative social media, frequently the society interpret the message differently with the one that the advertiser wants. Therefore, this study is conducted to help the recipient in finding the message that the advertisers try to deliver. There are two objectives in this study, (1) to identify the meaning of image and verbal text of Samsung Galaxy S4 advertisements, and (2) to find out the relation of the image and verbal text in constructing the meaning of Samsung Galaxy S4 advertisements.

This study uses qualitative approach because it aims to analyze the meaning of image and verbal text in the advertisements. The writer applies metafunction theory to find the meaning of image and verbal text and also the relation of image and verbal text in constructing the meaning of the Samsung Galaxy S4 advertisements.

By applying metafunction theory the writer finds the meaning of the advertisements by elaborating the three functions; Ideational function, interpersonal function, textual function. The result of this study shows that all the elements contain image and verbal text in advertisement are to support the product itself. Besides, it is also considered as the invitation for curiosity of consumer.

The writer suggests the next researcher to use the different theory such as semiotics theory, or use different kind of advertisement such as video advertisements. The writer also suggests the advertiser to consider the salience of the product since it will emphasize the product itself.

ABSTRAK

Ahmad. 2014. **Analisa Gambar Visual pada Iklan Samsung Galaxy S4: Menggunakan Pendekatan *Metafunctional***. Program Studi Bahasa dan Sastra Inggris, Universitas Brawijaya. Pembimbing I: Eni Maharsi. Pembimbing II: Didik Hartono.

Kata kunci: *Visual image, metafunction*, gambar, teks verbal, iklan Samsung Galaxy S4

Iklan merupakan salah satu media bahasa yang berkembang di masyarakat saat ini. Sebagai media bahasa untuk komunikasi, sering kali pesan yang diserap oleh masyarakat tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya dimaksudkan oleh pembuat iklan. Oleh karena itu, studi ini dilakukan untuk membantu masyarakat menemukan arti atau pesan dari iklan yang coba disampaikan oleh para pembuat iklan. Studi ini memiliki dua tujuan yaitu; (1) untuk mengidentifikasi arti dari gambar dan teks verbal di iklan Samsung Galaxy S4, dan (2) untuk menemukan hubungan antara gambar dan teks verbal dalam pembentukan arti dari iklan Samsung Galaxy S4.

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk menganalisa arti dari gambar dan teks verbal di dalam iklan. Penulis menggunakan teori *metafunction* untuk menemukan arti dari gambar dan teks verbal dan juga hubungan antara gambar dan teks verbal dalam pembentukan arti dari iklan Samsung Galaxy S4.

Dengan mengaplikasikan teori *metafunction*, penulis menemukan arti dari iklan tersebut dengan mengembangkan tiga fungsi *metafunction*; *ideational function*, *interpersonal function*, *textual function*. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa semua bagian dari iklan yang berupa gambar dan teks verbal bertujuan untuk mendukung produk yang diiklankan. Selain itu, semua bagian tersebut dianggap sebagai penarik perhatian untuk menarik rasa keingintahuan para konsumen.

Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan teori yang berbeda seperti iklan video. Penulis juga menyarankan kepada pembuat iklan untuk mempertimbangkan aspek *salience* dari produk karena hal itu akan menegaskan produk itu sendiri.

REFERENCES

- Abijet. *The Android Soul - Samsung Galaxy S4 Specifications confirmed via AnTuTu Benchmark*. Retrieved on December 22nd 2013 from <http://www.theandroidsoul.com/samsung-galaxy-s4-specifications-confirmed-via-antutu-benchmark/>.
- Aburizal, Namira. *Samsung Galaxy S4, penerus kekuasaan prosesor jadi andalan*. Retrieved on December 20th 2013 from <http://www.tabloidpulsa.co.id/review/8080-review-samsung-galaxy-s4-penerus-kekuasaan-prosesor-jadi-andalan>
- Bloor, Thomas and Meriel Bloor (2004). *The Functional Analysis of English: A Hallidayan Approach, Second Edition*. London: Arnold
- Boean, N.J.A Raja. (2009). *A case study about the meaning of images based on the International section from the website of the University of Hull*. The Utrecht School of Governance. Utrecht University. The Netherlands.
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Denken en doen. Amsterdam: Boom onderwijs.
- Christensen, Lisbeth. (2005). *An Analysis of the Destination Image Projected on New Zealand's Official Tourism Website*. Department of Language & Business Communication Aarhus School of Business.
- Daufina, Namira. *Samsung segera gantikan Galaxy S4*. Retrieved on October 14th 2013 from <http://tekno.kompas.com/read/2013/10/14/0810260/Samsung.Segera.Gantikan.Galaxy.S4>.
- Gauntlett, David A. (2013). *Insurance Coverage of intellectual Property Assets*. New York: Aspen Publisher.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as Social Semiotic*, London: Edward Arnold
- Halliday, M.A.K. and Martin, James R. (1981). *Readings in Systemic Linguistics*. London: Batsford.
- Jones, Rodney H. (2012). *Discourse Analysis a Resource Book for Students*. London and New York: Routledge.
- Kress, G. and van Leeuwen, T. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design Second Edition*. London: Routledge.
- Liu, Jing. (2013). Visual Images Interpretive Strategies in Multimodal Texts. *Journal of Language Teaching and Research*, Vol. 4, No. 6, pp. 1259-1263.

- Martin, Russ. *Concerts kick off Samsung Galaxy S4 "Possibilities"*. Retrieved on January 10th 2014 from <http://www.marketingmag.ca/news/marketer-news/concerts-kicks-off-samsung-galaxy-s4-campaign-77301>
- McHoul, A. 1998. Discourse. In Jacob L Mey and R. E Asther (Eds). *Concise Encyclopedia of Pragmatics*. Tokyo. Elsevier Science Ltd.
- Oxford University Press. (2007). *Oxford dictionary of English*. Oxford University Press.
- Rahmadhani, Adinda Dwi. 2012. *Multimodal discourse analysis of Diesel online commercial*. Unpublished thesis. Malang. University of Brawijaya.
- Samsung Galaxy S4. (2013). *Samsung Galaxy S4 – Life Companion*. Retrieved on January 14th 2014 from <http://www.samsung.com/global/microsite/galaxys4/>
- Schatzman L. & Strauss A.L. (1973) *Field Research: Strategies for a Natural Sociology*. Prentice Hall. Englewood Cliffs. New Jersey.
- Werlich, E. (1976) *A text grammar of English*. Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Widdowson, H. G. (2007). *Discourse Analysis Oxford Introductions to Language Study*. Oxford University Press.