

DISCOURSE IN SOCIAL CHANGE TOWARD THE PRODUCT OF ADVERTISING AND CONSUMERISM

Aliva Rosdiana
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu keguruan UNISNU Jepara
Alivarosdiana1983@gmail.com

ABSTRAK

Iklan penjualan produk adalah satu unit bahasa, kekuatan, dan ideologi yang timbul di masyarakat. Kosmetik sebagai salah satu produk berhubungan dengan perempuan sebagai sasaran utamanya yaitu perempuan kelas atas. Namun, tidak dipungkiri jika kelas ekonomi menengah juga sebagai sasaran selama secara ekonomi bisa dijangkau. Pada penelitian ini, untuk mengungkapkan maksud teks iklan dan yang diinginkan pembaca agar percaya atau bahkan melakukan hal terhadap iklan suatu product kosmetik memiliki tujuan untuk mencapai sasaran pasar. Konsumerisme berkembang seiring dengan ekonomi, teknologi, dan kondisi budaya yang banyak berkembang di masyarakat saat ini. Dalam hal ini, bagaimana suatu iklan membangun komunitas konsumsi secara tidak langsung dapat dilihat dengan memahami beberapa kode sebagai strategi komunikasi persuasif

Kata kunci: *Periklanan, konsumerisme, diskursus, Analisis Diskursus Kritis*

ABSTRACT

An advertising of product sale is one of the alliances of language, power, and ideology that emerge in society. Cosmetic is as a product that deals with women with a point target the high class women. But it is not denied that the middle class also become a target as long as it can be captured with economy foundation. In the study, to reveal what an advertisement text has in mind and what it wants the readers to believe or even act by advertising a product of cosmetics has the aims is to get a target of market. Consumerism grows out of set of economic, technological, and cultural condition that mostly develops in society today. In this case, how advertising construct consumption communities indirectly can be looking by knowing some codes as a strategy on persuasive communication.

Keywords: *Advertising, Consumerism, Discourse, Critical Discourse Analysis*