

Analisis stilistika kosakata dan kohesi leksikon bahasa iklan

Togatorop, Bertha E. K., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158283&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mencari dan menemukan nomina, verba, ajektiva dan jenis kohesi yang dominan dipergunakan pada bahasa iklan. Dengan demikian diharapkan akan ditemukan ciri khas unsur leksikal teks iklan dan juga menemukan gaya pemakaian bahasa pada iklan secara umum. Teori Gramatikal Fungsional dari Halliday dipergunakan untuk memerikan aspek leksikal, khususnya verba. Sedangkan aspek nomina dan ajektiva dianalisis dengan teori gramatikal tradisional. Teori yang dipakai untuk menganalisis aspek kohesi leksikon adalah teori kohesi leksikon dari Halliday dan Hasan. Berdasarkan analisis data yang telah diajukan maka ditemukan bahwa ciri khas dan gaya pemakaian bahasa pada teks iklan adalah informatif dan persuasif. Hal ini sesuai dengan tujuan pembuatan iklan, yakni memperkenalkan sebuah produk serta menarik minat konsumen.