

Citra perempuan Jerman dalam iklan kontak jodoh pada dua buah Surat kabar Jerman Die Zeit dan Bildzeitung

Metty Deviana Andriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158559&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam skripsi ini saya membandingkan dan menjabarkan perilaku berbahasa perempuan Jerman dalam iklan kontak jodoh pada dua Buah surat kabar Jerman Die Zeit dan Bildzeitung. Fokus penelitian saya adalah perbandingan citra perempuan Jerman yang ditampilkan dalam iklan tersebut. Berdasarkan perbandingan dan perbedaan ini saya juga menganalisis adanya perbedaan status social yang didasarkan atas pilihan kata. Selain itu saya juga menganalisis perbandingan karakteristik iklan kontak jodoh yang muncul pada dua surat kabar tersebut.

Skripsi ini terdiri dari empat bab. Teori-teori yang tersaji dalam bab II terdiri dari teori tentang iklan dan ragam bahasanya dari Ruth Roemer, teori makna Blanke, teori jenis dan fungsi teks Brinker, teori ragam bahasa perempuan dari Key, Lakoff dan Troemel Ploetz, serta teori mengenai karakteristik iklan kontak jodoh.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan beberapa ciri ragam bahasa perempuan terlihat pada kedua surat kabar tersebut. Pada iklan kontak jodoh dalam surat kabar Die Zeit, perempuan Jerman banyak menggunakan kata-kata yang berkaitan dengan hobi, minat dan lapangan pekerjaan. Pada Bildzeitung ciri ragam bahasa perempuan yang muncul juga sama, hanya saja perempuan pada surat kabar ini juga memunculkan pilihan kata yang berlawanan dengan ciri ragam bahasa perempuan itu sendiri, yaitu menghindari penggunaan kata vulgar. Selain itu mereka juga menggambarkan diri mereka sebagai ibu rumah tangga yang baik. Berbeda halnya dengan perempuan pada Die Zeit yang lebih menggambarkan bahwa mereka adalah wanita karir. Karakteristik iklan kontak jodoh yang muncul pada kedua surat kabar ini juga hampir sama, yang berbeda hanya pada bagian penulisan nama dalam iklan pada Bildzeitung.