

Verba transitif dalam bahasa Jerman sebuah analisis tagmemik

Rinita Kusrindarsanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158637&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian mengenai verba transitif dalam bahasa Jerman ini ditulis dengan tujuan untuk memperlihatkan penerapan teori Tagmemik dalam bahasa Jerman. Dalam Bab I diterangkan mengenai alasan, tujuan, cakupan penelitian serta langkah-langkah analisis Tagmemik. Iklan dipilih sebagai korpus, karena iklan setiap saat menyusup ke dalam kehidupan kita, di koran, majalah, radio, televisi dan bioskop, dan penggunaan bahasa dalam iklan mempunyai tujuan tersendiri, untuk mempengaruhi pembaca. Dalam Bab II diterangkan prinsip umum dari analisis Tagmemik. Teori Tagmemik ini memperhatikan fonologi, sintaksis dan semantik secara serentak, tetapi di lain pihak teori ini dalam analisis juga menekankan pembagian tataran, sehingga analisis dapat dimulai dimana saja, karena pada setiap tataran terdapat satuan-satuan yang berbeda.

Dalam skripsi ini, penerapan hanya diperlihatkan pada hierarki gramatikal dari tataran klausa sampai verba, karena untuk menganalisis ketransitifan suatu verba sudah dapat dimulai dari tataran akar klausa. Verba transitif dianalisis mulai dari tataran akar klausa berdasarkan jenis ketransitifan, peran predikat serta dan kedudukan subyek dan keterangan penderita. Dengan langkah-langkah di atas, pada bab V diperlihatkan hasil dari analisis, bentuk verba transitif pada korpus terbatas, yaitu iklan dalam bahasa Jerman pada majalah *Fur Sie* edisi 19.6.91 / Heft 14 dan *Der Spiegel* edisi 16 Maret 1992 / Nr.12.