

Pemilihan kata dalam iklan berbahasa Jerman

Simanjutak, Irada Aslinda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158734&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian pemilihan kata dalam iklan berbahasa Jerman dari segi semantis dan ragam bahasa yang digunakan bertujuan untuk menunjukkan pentingnya peranan pemilihan kata dalam menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari iklan-iklan yang terbit di majalah Brigitte, Spiegel, dan Stern yang terbit antara tahun 1986-1987. Jumlah iklan yang diteliti sebanyak 75 buah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kata-kata yang digunakan dalam iklan berbahasa Jerman sengaja dipilih yang mempunyai nilai positif dan menimbulkan efek estetis. Sedangkan ragam bahasa yang paling banyak digunakan dalam iklan berbahasa Jerman adalah ragam bahasa sehari-hari. Ragam bahasa keilmuan hanya dipakai dalam iklan produk tertentu yang banyak membutuhkan istilah khusus. Kata-kata yang berasal dari bahasa asing hanya dipergunakan dalam iklan yang ditujukan kepada masyarakat golongan menengah ke atas.