

Perbandingan iklan rokok bahasa Jerman dan iklan rokok bahasa Indonesia dilihat dari aspek sintaksis, semantis, pragmatis dan semiotis

Ratna Febriana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20160308&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengkajian unsur bayanyah dalam drama Arab modern telah dilakukan oleh Asmara Dewi, sastra Arab angkatan 2001 Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia, Depok, pada tahun 2005, tujuannya ialah untuk mengetahui berapa banyak unsur gaya bahasa bayanyah, penggunaan dan pemilihannya serta keterkaitannya dalam mengusung tema yang menjadi dasar dalam cerita drama ini. Sumber data didapat dari teks drama Arab modern berjudul Fida_ karya Mahmud Taymur terbitan Da:rul Haya_ Al-Kutubu Al-Arabiyyah cetakan pertama tahun 1951. Teks drama itu diterjemahkan dan ujaran-ujaran yang merupakan unsur-unsur bayanyah dipilah dan dikelompokkan untuk kemudian dianalisis maksud dan penggunaannya. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 546 ujaran yang terdapat pada drama Fida_ karya Mahmud Taymur terdapat 68 ungkapan yang tergolong ke dalam unsur-unsur bayanyah. Jumlah ini sekitar seperdelapan dari jumlah ujaran yang ada. Sisanya sebanyak 478 ujaran bukanlah termasuk ke dalam unsur-unsur bayanyah. Unsur bayanyah yang paling dominan muncul adalah unsur isti_a:rah makniyah sebanyak 14 ungkapan, disusul kemudian dengan unsur kina:yah _an sifat sebanyak 14 ungkapan serta unsur-unsur lainnya. Adapun tujuan dari penggunaan ungkapan-ungkapan di atas adalah untuk memperhalus, memperindah dan mempertegas maksud pembicaraan para tokoh di dalam drama ini juga terkadang diperuntukkan sebagai sebuah sindiran.

<hr>

Diese Untersuchung besch_ftigt sich mit der kontrastiven Analyse der Zigarettensprachen auf Deutsch und Indonesisch. Die Daten der Untersuchung wurden aus den Zeitschriften Stern und Tempo 2005 _bernommen. In dieser Examenarbeit werden die Zigarettensprachen aus der syntaktischen, pragmatischen, semantischen, und semiotischen Aspekte untersucht. Die Ziele der Untersuchung sind die _hnlichkeiten und Unterschiede der Zigarettensprachen, vor allem die sprachlichen Aspekte. Diese Examenarbeit besteht aus vier Kapiteln. Die Theorie in dem Kapitel 2 l_sst sich nutzen, um Werbeanzeigen zu untersucht. Als theoretische Grundlage werden die syntaktische Theorie in der deutschen Sprache nach Peter Eisenberg und in der indonesischen Sprache nach Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia verwendet. Au?erdem werden die semantische Theorie _ber Bedeutung von Gustav Blanke, die Sprechakttheorie von J.L. Austin, und die semiotische Theorie _ber Zeichenklassen von Van Zoest benutzt . Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen, dass es in der deutschen Zigarettensprache und in der indonesischen Zigarettensprache aus der syntaktischen Aspekte und pragmatischen Aspekte einige _hnlichkeiten gibt, n_mlich die einfachen S_tze und Aussages_tze werden viel in der Werbungssprache ausgen_tzt. Au?erdem gibt es _hnlichkeit in den deutschen und indonesische aus dem pragmatischen Perspektiv steht im Mittelpunkt der Werbungssprache die lokusion_re Akt. Die Unterschiede der Zigarettensprache werden aus den semantischen und semiotischen Aspekten festgestellt. Aus dem semantischen Aspekt haben die deutschen Zigarettensprachen W_rter, die assoziative Bedeutungen haben, dagegen haben die indonesischen W_rter mehr affektive Bedeutung. Aus dem semiotischen Aspekt sind Symbols sehr ha_fig in

der indonesischen Zigarettenwerbung, aber in der deutschen Zigarettenwerbung werden mehr Index verwendet.