

Analisis stilistis dan semiotis iklan Du Bist Deutschland

Anissaro Rumba, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20160491&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas analisis makna pesan yang terdapat dalam iklan Du bist Deutschland? dilihat dari pendekatan stilistika dan semiotika. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang berbentuk studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna pesan dalam iklan dapat disampaikan melalui keterkaitan di antara unsur internalnya, dalam hal ini unsur verbal dan visual. Selain itu, unsur internal iklan sangat dipengaruhi unsur eksternal iklan. Oleh sebab itu, unsur internal dalam sebuah iklan harus dapat merepresentasikan unsur eksternalnya.

<hr>

The focus of this research is the analysis of advertisement Du bist Deutschland with stylistic and semiotic approach. This research is a qualitative research which take librarian study form.

The result of this research shows that message in advertisement can be explained by the relation between internal substances, like verbalization and visualization. On the other hand the internal substances are influenced by external substances. In a good advertisement internal substances must represent the external substances.