

Analisis metafora bahasa Jepang pada iklan telepon genggam

Savitri Rahmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20161097&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang metafora Bahasa Jepang yang ada pada narasi iklan telepon genggam NTT Docomo dengan tema haha to musume yang muncul pada tahun 2010. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa narasi iklan merupakan metafora besar yang membungkus keseluruhan iklan yang membawa amanat yang tersirat yaitu nilai keluarga bagi masyarakat Jepang, khususnya hubungan antara ibu dan putrinya. Ada tiga buah metafora yang ditemukan, yaitu metafora yang menyatakan waktu, hubungan dua arah, dan kenangan.

<hr>The focus of this study is the Japanese metaphor in the advertisement of NTT Docomo mobile phone in 2010 that had the haha to musume campaign. This research is qualitative descriptive analysis. This study shows that narrative advertisement is a big metaphor that covers the whole message of the advertisement. The message is on the family value in Japanese society, especially the bond between mothers and daughters. There are three metaphors which are found in the advertisement. Those are the metaphor that shows about time, two ways connection, and memory.