

Analisis semantik dan semiotik dalam iklan pariwisata online berbahasa Jerman

Reny Kurnia Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20291458&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi pemasaran yang tepat dapat menjamin keberhasilan penjualan suatu produk atau layanan. Produsen menggunakan iklan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau layanannya sebagai strategi pemasaran. Dalam iklan pariwisata online, pembuat iklan harus mampu menggambarkan layanan wisata secara tepat untuk menarik minat pembaca terhadap layanan yang ditawarkan. Pembuat iklan menggunakan kosakata tertentu untuk memberi citra positif terhadap layanan kepada pembaca melalui teks dan gambar yang terdapat dalam iklan. Pilihan kata ini digunakan berdasarkan fungsi teks bahasa dan konsep makna bahasa.

<hr>

The success of a selling product or a service depends on the right marketing strategy. Commercials are being used by producers as marketing strategies for introducing or promoting a product or service. The makers of an online tourism commercial must have the ability to describe the tour services as good as possible to attract the reader's interest. Specific words are being used through the texts and pictures in the commercial to create a positive image of the service towards the reader. This choice of words is based on text function of the language and the concept of language meaning.