

Analisis perbandingan anrede dan anglizismen pada headline iklan coca-cola versi jerman dan versi indonesia = Comparative analysis of anrede and anglizismenon headline s coca-cola advertising german version and indonesian version

Mulia Anggraini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392696&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan membandingkan Headline iklan Coca-Cola versi Jerman dan Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif yang bersumber pada kajian pustaka. Dalam penelitian ini, saya menganalisis penggunaan Anrede dan Anglizismen pada iklan. Berdasarkan hasil penelitian, dalam beberapa iklan Coca-Cola versi Jerman terdapat Anrede 'Du' yang merujuk pada remaja dan Anglizismen pada headline karena hal tersebut bertujuan untuk menarik perhatian publik atau masyarakat. Sementara itu, iklan Coca-Cola versi Indonesia tidak terdapat Anrede 'kata sapaan', tetapi menggunakan kalimat yang singkat, padat, dan jelas dan terdapat Anglizismen pada headline karena hal tersebut juga bertujuan untuk menarik perhatian publik atau masyarakat dan lebih sering digunakan oleh para remaja.

.....

This study aims to compare between German and Indonesian's Coca-Cola advertisement. And also this study uses a qualitative method which is based on literature review. The analysis is used to analyze one of the main elements of the advertisement, is headline. Based on the results is in some German's Coca-Cola advertisement use Anrede 'Du' on headlinerefers toadolescentsandAnglizismenon headline aims to attract public attention or public. Meanwhile, Coca-Cola advertisement in Indonesiaversion there is Anrede 'word greeting', but use short sentences, solid, and clear and also there is Anglizismen on headline is also intended to attract public attention or public and more often used by teens.