

Analisis stilistis dan semantis iklan pariwisata daring berbahasa Jerman
= Stylistic and semantic analysis on a German online tourism
commercial / Shilmi Budiarti Ningsih

Shilmi Budiarti Ningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413447&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran yang tepat untuk setiap produsen mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam iklan pariwisata daring, pembuat iklan harus mampu untuk menggambarkan layanan wisata secara jelas dan semenarik mungkin agar dapat menarik minat dan perhatian pembaca, salah satunya melalui bahasa, seperti kalimat dan pilihan kata yang digunakan. Penggunaan kalimat yang dilihat dari sudut pandang mikrostilistik dapat menunjang fungsi informatif dan fungsi apelatif iklan. Selain itu, teks iklan pariwisata daring ini juga menggunakan kosakata tertentu yang dapat memberikan citra positif terhadap layanan wisata yang ditawarkan.

ABSTRACT

Commercial is a marketing strategy that is appropriate for producers to promote their products or services. On the online tourism commercial, the makers must describe the tour services clearly and as good as possible in order the commercial can be interesting and getting attention of the reader. One of the example is through language, such as using sentences and choice of words in tourism commercial text. Using sentences from the perspective of microstylistic can support informative function and apelatif function of commercial text. In addition, in online tourism commercial text is also using specific vocabulary that can provide a positive image of tour services.