

Analisis penggunaan hochwertwrter, schlüsselwrter dan plastikwrter dalam 10 iklan laptop di Jerman = The Analysis of hochwertwrter, schlüsselwrter and plastikwrter in 10 German laptop advertisements

Polina Kirana Olihta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20416375&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan Hochwertwrter, Schlüsselwrter dan Plastikwrter yang terdapat dalam sepuluh iklan laptop di Jerman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersumber pada kajian pustaka. Analisis pada penelitian ini menggunakan dasar pemikiran Nina Janich. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa dalam sepuluh iklan Laptop di Jerman ternyata banyak iklan yang menggunakan Schlüsselwörter. Kata Schlüsselwörter digunakan agar kata sifat dapat membentuk bayangan kualitas ataupun janji-janji dari suatu produk laptop sehingga para konsumen dapat terpuaskan dengan produk yang akan dibeli.

The purpose of this research is to analyze the usage of Hochwertwrter, Schlüsselwrter and Plastikwrter in 10 German Laptop advertisements. This research uses qualitative method with references as the source. The analysis in this research uses the theory from Nina Janich. Based on this research, it was found out that out of the 10 advertisements, there are more advertisements which use Schlüsselwörter than Hochwertwörter and Plastikwörter. The word Schlüsselwörter is used to make the consumers can get a quality estimation or the promises from a certain product through the adjectives used, and they will be satisfied with the products they are going to purchase.