

ANALISIS PENGGUNAAN KATA ASING DALAM PRODUK IKLAN COKELAT RITTER SPORT DI JERMAN = ANALYSIS ON THE USE OF FOREIGN WORDS IN RITTER SPORT'S CHOCOLATE ADVERTISEMENT IN GERMANY

Adlina Nuryuni Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424062&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu unsur penting dalam proses penjualan. Dalam pembuatannya, berbagai ide kreatif dari segi visual maupun bahasa yang digunakan sangatlah berpengaruh dalam proses pemasaran produk. Penggunaan bahasa yang persuasif dan kreatif serta memperhatikan target pasar seringkali ditemukan dalam iklan Jerman, khususnya dalam iklan produk cokelat Ritter Sport yang telah menjadi salah satu produk cokelat yang telah mendunia. Oleh karena itu, terkait dengan target pasar yang telah mencakup pasar internasional, tentu penggunaan kata asing atau fremdsprachiges Wort banyak ditemukan dalam iklan tersebut untuk mempertahankan eksistensinya di dunia internasional karena lebih mendunia.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan macam-macam pembentukan kata asing dan penggunaannya dalam iklan cokelat berbahasa Jerman. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah poster yang diambil dari beberapa situs online.

Berdasarkan hasil penelitian, iklan produk cokelat Ritter Sport berbahasa Jerman tersebut menggunakan kata asing yang berfungsi sebagai alat pemasaran di dunia internasional karena kata asing yang digunakan merupakan kata asing yang sudah banyak dipahami masyarakat dunia.

ABSTRACT

Advertising is one of the essential elements in a product selling process. In its manufacture various creative ideas in terms of visual and the use of language have significant impact in the process of product marketing. Beside persuasive and creative use of language, the examination of target market is often found in German advertising, especially in Ritter Sport's chocolate product advertising that in terms of chocolate products has become one of worldwide. To maintain the target market in international community, the use of foreign words or fremdsprachiges Wort has become significant to sustain its existence.

This research aims to describe various formation of foreign words and their usage in German speaking chocolate ads. The research method that is used in this research is qualitative which consists of descriptive analyse method through the gathering data process which are posters that taken from online sites sources.

The research result shows that Ritter Sport's chocolate ads in Germany use foreign words for its marketing tool in the international community because those foreign words are basically known and understood by people around the world.