

Komponen pembentuk iklan elektronik Nintendo berbahasa Jerman tahun 1990an: analisis sintaksis dan gaya bahasa pada komponen teks yang diujarkan = The components of NintendoA 1990s German language electronic advertisements: syntax and rhetorical figures analysis on the spoken text components of the advertisements

Fiqi Furqaan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20473787&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini berisi pemaparan dari komponen-komponen pembentuk iklan Nintendo berbahasa Jerman tahun 1990an, analisis jenis kalimat, bentuk kalimat dan gaya bahasa yang digunakan pada komponen teks yang diujarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan komponen-komponen pembentuk iklan apa saja yang digunakan untuk membentuk sebuah iklan Nintendo dan mendeskripsikan jenis kalimat, bentuk kalimat dan gaya bahasa yang digunakan pada komponen teks yang diujarkan pada iklan tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa jenis komponen teks yang diujarkan yang paling sering digunakan adalah off-sequenzen. Lalu pada komponen teks yang dinyanyikan jenis Jingle muncul sebanyak tiga kali. Pada komponen teks tertulis jenis tersier muncul sebanyak tiga kali. Selanjutnya pada komponen musik, jenis musik tersier muncul sebanyak lima kali. Terakhir, komponen suara jenis tersier muncul sebanyak empat kali. Jenis kalimat yang paling sering digunakan adalah kalimat pernyataan dan bentuk kalimat yang paling sering digunakan adalah kalimat sederhana. Gaya bahasa yang paling sering digunakan adalah gaya bahasa hiperbola yang digunakan sebanyak lima kali. Dengan menggunakan gaya bahasa hiperbola, pembuat iklan mengimplikasikan bahwa produknya dapat melakukan hal-hal yang luar biasa. Gaya bahasa lain yang muncul adalah gaya bahasa pertanyaan retorik, apostrof, geminasi, rima akhir, asindeton, antitesis, paralelisme, eufemisme dan personifikasi.

ABSTRACT

The aim of this research is to describe the components of Nintendos 1990s German language electronic advertisements, the sentence type, the sentence form, and the rhetorical figures that are used on the spoken text components of the advertisements. Based on the analysis that have been done, the type of spoken text component that frequently appears is off sequence. The type of sung text component that frequently appears is Jingle which appears thrice. The type of written text component that frequently appears is a tertiary type which appears thrice. The type of music component that frequently appears is a tertiary type which appears five times. The type of sound component that frequently appears is tertiary type which appears four times. The type of sentence that frequently used is declarative sentence and the form of sentence that frequently used is simple sentence. The rhetorical figure that is frequently used is hyperbole which is used five times. By using hyperbolic figure, the advertisers implies that the product can do some amazing things. The other rhetorical figure that appear at least once is rhetorical question, apostrophe, gemination, end rhyme, asyndeton, antithesis, parallelism, euphemism and personification.