

Analisis jenis kalimat, bentuk kalimat dan gaya bahasa dalam iklan elektronik makanan Nutella berbahasa Jerman dari tahun 2008 sampai 2011 = Sentence type, sentence form and rhetorical figures analysis in German electronic advertisements Nutella from 2008 to 2011 /
Mochammad Taufik Pradito

Mochammad Taufik Pradito, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493229&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Iklan adalah suatu bentuk informasi yang isinya berupa pesan tentang sebuah produk atau jasa untuk mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu cara agar iklan tersebut menjadi efektif adalah menggunakan gaya bahasa yang tepat dan tokoh masyarakat seperti atlet olahraga nasional yang dilakukan oleh Nutella dalam iklan kampanye yang bertajuk Hast dus drauf?. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya bahasa, jenis kalimat, dan bentuk kalimat yang digunakan pada iklan televisi Nutella di Jerman pada tahun 2008 hingga 2011. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kalimat yang sering muncul adalah kalimat pernyataan dan bentuk kalimat yang sering muncul adalah kalimat sederhana. Gaya bahasa yang paling sering digunakan adalah gaya bahasa ellipsis yang digunakan sebanyak enam kali. Penggunaan gaya Bahasa ellipsis dalam iklan ini memiliki tujuan keekonomisan bahasa, namun dapat pesan yang terkandung di dalam iklan tetap dapat tersampaikan. Gaya bahasa lain yang muncul adalah gaya bahasa metafora, hiperbola, geminasi, dan metonimia.

ABSTRACT

Advertising is a form of information whose content is a message about a product or service to encourage the community to become interested in using the product or service offered. One way to make these ads effective is to use appropriate language styles and community leaders such as national sports athletes conducted by Nutella in campaign advertisements titled Hast dus drauf?. This study aims to describe the language style, type of sentence, and sentence form used in Nutella television advertisements in Germany from 2008 to 2011. The results of this study indicate that the types of sentences that often appear are statement sentences and sentence forms that often appear are sentences simple. The most frequently used language style is the ellipsis language style used six times. The use of the ellipsis Language style in this advertisement has the language economic goals, but can the message contained in the advertisement still be conveyed. Other language styles that emerge are the styles of metaphor, hyperbole, resonance, and metonymy.