

## Metonimi dalam Judul Artikel Majalah Daring Elle = Metonymy in the Title of Elle Online Magazine

Mega Arini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20501631&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Majalah daring Elle adalah salah satu media Prancis yang menyajikan topik terkini dengan menampilkan judul artikel dan menyertakan teknologi multimedia interaktif dalam menyampaikan berbagai informasi yang menjadi daya tarik utama pembaca. Artikel ini mengaitkan fungsi judul dengan jenis-jenis metonimi yang digunakan dalam majalah daring Elle dalam rubrik mode, beaute, people, culture, elle table, dan deco. Melalui penggunaan konsep metonimi Lehmann dan Berthes (2000) dan klasifikasi metonimi Fontanier (The Figures of Discourse, 1968) ditemukan sebanyak lima dari delapan jenis metonimi dalam judul majalah daring Elle. Jenis metonimi de la matière pour l'objet adalah yang paling banyak ditemukan karena mengacu pada tren mode yang sedang populer pada tahun 2018. Selain jenis metonimi, ditemukan juga fungsi metonimi dalam judul melalui penerapan teori judul oleh Agnès (2015) yang dapat memudahkan pembaca untuk mendapat informasi keseluruhan isi artikel dengan pilihan kata yang singkat dan menarik perhatian.

<hr>

Elle as an online magazine is one of French magazines that presents the latest topics by displaying the title of the article and offers multitude interactive multimedia technology in conveying various informations to appeal the reader. This article associate the functions of title with different types of metonymy used in Elles online magazine within the segment of mode, beaute, people, culture, elle table, and déco. By using the concept of Lehmann and Berthes (2000) about metonymy and Fontanier (1968) about classification of metonymy five out of eight types of metonymy is found within the title of Elles online magazine. The type of metonymy de la matière pour l'objet is the most commonly found for the reason that it refers to the trend fashion of 2018. In addition, the function of metonymy in the title of the article is found through the theory of the title by Agnes (2015) to facilitate the reader so that information can be obtained by a short choice of attractive words.