

Analisis semantik dan semiotik dalam iklan pariwisata online berbahasa Jerman

Reny Kurnia Sari

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=20291458&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi pemasaran yang tepat dapat menjamin keberhasilan penjualan suatu produk atau layanan. Produsen menggunakan iklan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau layanannya sebagai strategi pemasaran. Dalam iklan pariwisata online, pembuat iklan harus mampu menggambarkan layanan wisata secara tepat untuk menarik minat pembaca terhadap layanan yang ditawarkan. Pembuat iklan menggunakan kosakata tertentu untuk memberi citra positif terhadap layanan kepada pembaca melalui teks dan gambar yang terdapat dalam iklan. Pilihan kata ini digunakan berdasarkan fungsi teks bahasa dan konsep makna bahasa.