Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Metafora pada tajuk iklan berbahasa Jepang

Yesy Tri Cahyani, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20157744&lokasi=lokal

---

Abstrak

Penelitian mengenai Metafora pada Tajuk Iklan Berbahasa Jepang ini, bertujuan awal untuk mengetahui makna metaforis dan kata-kata yang mengandung metafora yang digunakan dalam teks iklan khususnya bagian tajuk iklan media cetak berbahasa jepang. Analisis dilakukan pertama dengan mengumpuikan sumber data, lalu masing-masing data dipahami, sebelum memisahkan kata yang mengandung metafora dengan kata yang tidak mengandung metafora pada tajuknya. Setelah itu melalui teori Analisis Komponen Makna dan Hiejima Ichiro, kemiripan komponen-komponen tambahan kata metafora dengan hal yang merupakan perbandingannya akan menjadi makna metaforis yang merupakan makna akhir yang telah berubah dan makna awal yang dikandung oleh kata metafora tapi masih ada benang merah antara makna akhir dan makna awal. Hal ini tentu tidak terlepas dari konteks dan situasi masing-masing iklan. Satu buah kata metafora pada bagian tajuk dari iklan media cetak mampu untuk menunjukkan pesan yang ingin disampaikan, karena kata metafora ini sangat kaya akan makna. Hal ini terlihat dari hasil-hasil jumlah kata metafora yang ada dalam tajuk masingmasing iklan media cetak yang diambil sebagai sumber data, berjumlah satu atau paling banyak dua buah kata metafora. Dengan melihat suatu kata yang dipakai untuk menyampaikan pesan dalam berkomunikasi, kita bisa mengetahui pola pikir, pandangan, juga budaya dari suatu masyarakat tertentu. Untuk penelitian lebih lanjutnya mengenai makna metafora dan hubungannya dengan iklan, akan banyak didapati hal-hal menarik, misalnya : meneliti perbandingan pemakaian kata metafora dalarn Iklan berbahasa Jepang dengan iklan serupa tetapi dalam bahasa kita.