

Metafora pada teks iklan majalah wanita berbahasa Prancis

S.R. Mustikandrina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158409&lokasi=lokal>

Abstrak

Sri Ratna Mustikandrina. Metafora pada Teks Iklan Majalah Wanita Berbahasa Perancis (Di bawah bimbingan Ibu Dr, Okke K.S. Zaimar.) Fakultas Sastra Universitas Indonesia, 1993. Penelitian ini bertujuan memerikan proses terjadinya metafora pada teks iklan berbahasa Perancis serta menemukan isotopi unsur-unsur metaforisnya. Konsep yang digunakan dalam analisis adalah konsep komunikasi, karena iklan merupakan bagian dari komunikasi; konsep wacana dan konsep semantik. Pengumpulan data dilakukan dengan mengelompokkan teks iklan produk kosmetika, pakaian dan sepatu dan aksesori yang mengandung metafora. Unsur-unsur yang diasumsikan sebagai unsur metaforis dicatat, dianalisis kemudian dikelompokkan sehingga didapatkan isotopi yang dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses terjadinya metafora pada teks iklan ada yang langsung membandingkan acuan pertama dengan acuan lain (dengan memunculkan ke-2 acuan). Adapula yang tidak langsung membandingkan, yaitu dengan bantuan gambar. Selain itu ditemukan juga metafora yang sengaja diciptakan oleh pembuat iklan. Terakhir didapati isotopi yang dapat mewakili ke-3 jenis produk teks iklan yang mengandung metafora, yaitu isotopi keindahan.