

Metonimi dalam judul teks iklan majalah berbahasa Prancis

Nurina Setiawati Setijono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20158474&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi. Dalam iklan di majalah sering terlihat adanya penggunaan merek dalam salah satu unsur teks iklan, yaitu judul. Dalam hal ini ternyata merek yang terdapat dalam judul teks iklan tersebut merupakan sebuah bentuk bahasa yang maknanya mewakili makna bentuk bahasa lain berdasarkan kontiguitas makna. Gejala ini adalah apa yang disebut sebagai metonimi. Penulis tertarik untuk meneliti mengenai metonimi lebih lanjut, karena ia ingin mengetahui jenis metonimi yang ada dan paling banyak dipergunakan dalam judul teks iklan. Datanya diambil secara acak dari beberapa teks iklan yang dikategorikan sebagai iklan produk minuman, makanan, kendaraan, barang elektronik dan elektrik, serta kosmetik dan parfum. Teori yang dipergunakan untuk menganalisis data tersebut adalah teori semantik dan teori metonimi, serta ditunjang teori komunikasi. Teori wacana dan teori iklan. Setelah menganalisis data berdasarkan teori-teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam judul teks iklan terdapat dua jenis metonimi, yaitu metonimi yang menyebutkan tempat produksi untuk mewakili produk yang dibuat di tempat tersebut dan yang menyebutkan wadah untuk mewakili isi. Selain itu ditemukan dua jenis metonimi lain yang tidak terdapat dalam teori, yaitu metonimi yang menyebutkan merek dagang produk untuk mewakili produk, serta metonimi yang menyebutkan teknologi untuk mewakili produk juga. Diantara ke-empat jenis metonimi tersebut, yang paling dominan adalah metonimi yang menyebutkan merek dagang produk untuk mewakili produk. Jika kita kembali pada apa yang telah dikemukakan di kerangka teori, maka hal di atas mengungkapkan bahwa pemakaian merek dagang suatu produk dapat mendukung sifat persuasif iklan. Sedangkan ditemukannya dua jenis metonimi baru tersebut sesuai dengan teori yang mengungkapkan adanya kemungkinan untuk mengembangkan jenis-jenis metonimi.