

Analisis komposita dalam iklan kosmetik berbahasa Jerman di tiga tabloid Jerman = Compounds analysis in cosmetics advertisements German version in three German magazine

Lydia Putriyana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20352131&lokasi=lokal>

Abstrak

Bahasa dalam suatu iklan merupakan hal yang penting. Penggunaan jenis dan bentuk kalimat yang tepat serta pemilihan kata yang juga tepat dan menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Komposita merupakan suatu cara yang tepat untuk membuat kata di dalam iklan media cetak menjadi padat, singkat dan jelas. Komposita adalah pembentukan dua kata atau lebih sehingga membentuk kata-kata baru. Komposita yang dibahas adalah komposita yang terdapat dalam iklan kosmetik di media cetak karena kosmetik merupakan produk yang sering diiklankan di media cetak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis komposita apa saja yang sering muncul dalam iklan kosmetik. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang ditunjang oleh data kepustakaan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa komposita nominal merupakan jenis komposita yang paling sering muncul dalam iklan kosmetik di media cetak. Komposita nominal tersebut dibutuhkan untuk menggambarkan keunggulan dari produk sehingga pembaca merasa tertarik terhadap produk tersebut.

.....

Language in an advertisement is important thing. Use of kind and form proper sentences and word choice is also appropriate and interesting can influence consumers to buy the products offered. Komposita is a great way to make a word in print media advertisements to a solid, concise and clear. Komposita is the formation of two or more words to form new words. Komposita Komposita covered are contained in cosmetics advertisements in print media as a cosmetic product most heavily advertised in print media. The purpose of this study is to determine what kind komposita often appeared in cosmetics commercials. The research method used is descriptive research that is supported by the literature data. The data in this study is qualitative data. The results in this study suggest that a nominal komposita komposita types that appear most frequently in cosmetics advertisements in print media. The nominal Komposita needed to describe the of the product so that the reader is interested in the product.