

Analisis retorika pada iklan vespa berbahasa Jerman = Rhetoric analysis in the Vespa advertising in German version

Meli Agustin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20369083&lokasi=lokal>

Abstrak

Retorika merupakan seni dalam berbicara. Namun, dalam iklan terdapat penggunaan prinsip ini dengan berbagai tujuan tertentu. Penelitian ini bertujuan mengetahui penggunaan prinsip retorika pada beberapa iklan cetak Vespa berbahasa Jerman yang merupakan merek motor skuter terkenal di dunia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersumber pada kajian pustaka. Analisis yang digunakan dengan menganalisis unsur utama iklan antara lain headline, subheadline, slogan dan unsur pendukungnya yaitu key visual dan catch visual.

Berdasarkan hasil penelitian, dalam beberapa iklan vespa berbahasa Jerman tersebut terdapat penggunaan kata-kata yang bersifat konotasi dalam unsur pembentuk iklannya. Hal tersebut bertujuan sebagai pembentuk fakta sosial sehingga membentuk citra yang kuat terhadap produk yang sedang diiklankan. Penggunaan prinsip retorika dalam sebuah iklan membuatnya menjadi terstruktur dan lebih menarik perhatian pembacanya.

.....

Rhetoric is the act of speech. There are the use of this method in the advertising for the specific aim. This research aims to know the use of rhetoric in Vespa advertising, which is the famous scooter merk around the world.

This research uses qualitative method which is from literary review. This research is being analyzed by analyzing the main element of advertising such as headline, subheadline, slogan and subelement such as key visual and catch visual.

Based on the result, there are the using of connotative words in the element of Vespa advertising in German version. It aims to make a social fact, so make the image of the advertising product become stronger. The using of rhetoric make an advertising to be structured and more interesting.