

Analisis Hyperbel, Wiederholungsfiguren, dan Rhetorische Frage pada Schlagzeile dalam iklan Deutsche Telekom = Analysis of Hyperbel, Wiederholungsfiguren and Rhetorische Frage on Schlagzeile in Advertisement of Deutsche Telekom

Candra Arifiyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424040&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Di era globalisasi seperti sekarang ini, iklan dapat disebarkan baik melalui media cetak, media elektronik, maupun melalui media sosial. Keberadaan iklan merupakan senjata utama produsen dalam menarik minat calon konsumennya. Pada Schlagzeile iklan Deutsche Telekom ditemukan seni dalam berbahasa atau Rhetorische Figuren yang akan dibahas dalam jurnal ini, khususnya Hyperbel, Wiederholungsfiguren, dan Rhetorische Frage. Melalui metode penelitian kepustakaan serta metode deskriptif didapatkan hasil bahwa dengan menggunakan Hyperbel, Wiederholungsfiguren, dan Rhetorische Frage, iklan-iklan Deutsche Telekom memiliki fungsi persuasif untuk menarik minat konsumennya.

<i>ABSTRACT</i>

In globalisation era like nowadays, advertisement can be spread through mass media, electronic media and social media. The existence of advertisement is a main course to attract interest the consumer. On Schlagzeile Deutsche Telekom advertisement have found the art of words or Rhetorische Figuren that will be discussed in this journal, especially Hyperbel, Wiederholungsfiguren and Rhetorische Frage. Through literature research and descriptive method, showed that with using of Hyperbel, Wiederholungsfiguren and Rhetorische Frage, the advertisements of Deutsche Telekom have persuasive function, so that this advertisements can succeed to attract the consumer interest.</i>