

Analisis bunyi dan makna gaya bahasa asonansi pada iklan susu Belanda Chocomel = Assonance style's sound and meaning analysis in Dutch Milk Chocomel advertisements

Levina Purnamadewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447040&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Jurnal ini membahas bentuk bunyi dan makna slogan pada video iklan susu Chocomel yang menggunakan gaya bahasa asonansi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif untuk mengetahui makna yang terkandung pada gaya bahasa asonansi yang digunakan dalam iklan Chocomel. Tahapan penelitian ini adalah dengan cara 1 mencari iklan Chocomel yang menggunakan slogan, 2 menyeleksi iklan tersebut yang menggunakan gaya bahasa asonansi serta menganalisis bentuk bunyi kalimatnya, 3 menganalisis makna slogan tersebut dan mengaitkan teori makna kontekstual dengan video iklan tersebut, 4 memaparkan makna slogan tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan susu Chocomel menggunakan pengulangan bunyi [e], [ʔ], dan [ʔ] pada slogannya. Penggunaan gaya bahasa asonansi memenuhi fungsi dari iklan, yaitu sebagai pengingat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Slogan pada iklan-iklan susu Chocomel tersebut memiliki berbagai makna setelah dikaitkan dengan konteks yang ditayangkan dalam video, yakni bahwa susu Chocomel tidak hanya dapat dinikmati oleh anak-anak namun juga orang dewasa, dapat memberikan rasa rileks ketika meminumnya setelah beraktivitas di luar ruangan dengan kondisi cuaca yang buruk, dan dapat disajikan dengan cepat dan praktis.

ABSTRACT

This journal discusses the sound form and the meaning of the slogan in Dutch milk Chocomel's video advertisements that use assonance style. This is a qualitative descriptive research that aims to know the sound and the meaning of the assonance style in Chocomel advertisements. The steps in this research are 1 find Chocomel's advertisements that use a slogan, 2 select the advertisements that use assonance style in their slogans and analyze the sentence's sound form, 3 analyze the meaning of the slogans by linking contextual meaning theory with the advertisement's video 4 define the meaning of those slogans. The result of the analysis shows that Chocomel's advertisements use the repetition of sound e, , and in every slogans. The use of the assonance style fulfills the function of advertising which is as a reminder for the consumer. After associating these slogans with the context that is shown in the advertisements, it can be found that Chocomel can be consumed not only by kids but also adults, can give the feelings of relaxation by drinking it after doing outdoor activities in a bad weather, and can be served quickly and easily.