

Pengaruh Diksi pada Perubahan Slogan Iklan dalam Kampanye Brands Gegen Corona = The Impact Of Diction On Advertising Slogan Changes In The Brands Gegen Corona Campaign

Jasmine Maura Pane, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920522345&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini mengkaji bagaimana pemilihan kata pada perubahan slogan merek dapat mempromosikan vaksinasi COVID-19 pada kampanye “Brands Gegen Corona”. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan didukung oleh teori dari Janich (2010) serta teori yang ada pada penelitian Bhatia (2019) dan Emodi (2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi vaksinasi COVID-19 pada kampanye dipengaruhi oleh pemilihan kata yang mempunyai daya tarik emosional (emotional positioning). Dengan menggunakan strategi ini, iklan lebih menarik perhatian dan meninggalkan kesan yang lebih diingat. Dalam penelitian juga ditemukan bahwa gaya bahasa yang digunakan pada iklan yaitu hiperbola, rima, perbandingan, imperatif, aliterasi, geminatio, wordplay, neologisme, paralelisme, dan tautologi. Hiperbola dan imperatif merupakan gaya bahasa yang paling sering digunakan pada kampanye ini.

.....This article examines how choice of word in changing brand slogans can promote COVID-19 vaccination in the “Brands Gegen Corona” campaign. This research was conducted using a qualitative method and supported by theory from Janich (2010) as well as existing theories in Bhatia's research (2019) and Emodi (2011). The results of the study shows that the promotion of COVID-19 vaccination in campaigns is influenced by the choice of words that have emotional appeal (emotional positioning). By using this strategy, ads attract more attention and leave a more memorable impression. This research also found that the language styles used in these advertisements were hyperbole, rhyme, comparison, imperative, alliteration, gemination, wordplay, neologism, parallelism, and tautology. Hyperbole and imperative are the language styles most often used in this campaign.