

Pemaknaan Metafora dalam Headline Majalah Iklan Motorfan Jepang Edisi Bersama Volume 56

MUHAMAD ABDUL WAKHIT

Program Studi Sastra Jepang - S1, Fakultas Ilmu Budaya,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 312201000310@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Skripsi ini membahas makna dan jenis metafora yang terdapat dalam headline iklan majalah Jepang Motorfan edisi bersama volume 56. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori "Knowles and Moon" dalam bukunya *Introducing Methaphor* tahun 2006, penelitian ini menganalisis 11 data dari sumber data yang berjudul *Motorfan* terbitan 29 Desember 2013. Skripsi ini mendeskripsikan hubungan antara makna harfiah dan makna metafora serta jenis metafora apa saja yang terdapat dalam data-data tersebut. Dari hasil identifikasi dan analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat keterkaitan hubungan antara makna harfiah dan makna metaforanya serta ditemukan 10 data merupakan jenis metafora konvensional dan 1 data merupakan jenis metafora kreatif. Selain itu, juga ditemukan bahwa sebagian besar data adalah personifikasi yang menunjukkan bahwa pengiklan bermaksud memberikan pemahaman kepada pembaca dengan cara memberikan citra atau gambaran mengenai produk melalui hal-hal atau sesuatu yang jelas, dekat, dan kongkret sehingga mudah dipahami.

Kata Kunci : headline, makna, metafora, motorfan, personifikasi

**the meaning of metaphors in the advertisement headlines of
Japanese magazine Motorfan, collective edition, volume 56**

MUHAMAD ABDUL WAKHIT

Program Studi Sastra Jepang - S1, Fakultas Ilmu Budaya,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 312201000310@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study discusses the meaning and types of metaphor found in advertisement headlines of a Japanese magazine Motorfan, collective edition, volume 56. by implementing qualitative research paradigm and by using Knowles's and Moon's (2006) approach of metaphor analysis as the main framework, this study analyzes 11 metaphors found in Motorfan magazine, 29 December 2013 edition. the analyzes describe the connection between literal and metaphorical meaning as well as the types of metaphor found in the data. the results show that there are some connections between literal and metaphorical meaning. in addition, the results also suggest that there are 10 conventional metaphors and 1 creative metaphor. most of the metaphors are categorized as personifications which show that the advertisers aim to introduce their products to the reader through some clear, close, and concrete things easy that are understandable.

Keyword : headline, meaning, metaphor, motorfan, personification