

## ABSTRAK

**DWI FAYA PRATIWI.** 2019. Makna Konotatif Teks dan Gambar yang Terdapat dalam Brosur Non Komersial dengan Tema „*Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen*“. Skripsi. Program Studi Bahasa Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna konotatif melalui teks dan gambar yang ada di dalam 4 brosur dengan tema „*Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen*“ yang diterbitkan dalam laman *Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend* (BMFSFJ). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis iklan dan peneliti sebagai instrumen. Data penelitian ini adalah teks dan gambar yang terdapat di dalam brosur tersebut.

Brosur dianalisis dengan menggunakan unsur-unsur pembentuk iklan yang terdiri dari 5 bagian, yaitu *Schlagzeile*, *Fließtext*, *Slogan*, *Produktname* dan *besondere Formen von Textelementen*. Pada bagian *besondere Formen von Textelementen* terdapat *das Key-Visual* atau gambar yang dianalisis. Setelah menghubungkan *das Key-Visual* dengan unsur pembentuk iklan lainnya, maka makna konotatif yang terbentuk pada keempat brosur ini adalah bahwa setiap gambar yang ada pada *das Key-Visual* adalah perempuan-perempuan yang menjadi korban dari tindakan kekerasan oleh suami dan partnerinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara satu unsur dengan unsur pembentuk iklan yang lain dalam mencari makna konotatif yang ingin disampaikan ke empat brosur ini. Teks dan gambar yang ada di dalam brosur tidak bisa berdiri sendiri sehingga tidak bisa dipahami jika tidak saling dihubungkan. Makna konotatif tersebut dapat ditemukan setelah menghubungkan beberapa unsur seperti teks dan gambar. Brosur-brosur ini bertujuan untuk bersama-sama mencari dan memberikan solusi atas pertanyaan yang ada pada *Schlagzeile*. Kesimpulan yang didapat adalah dalam mencari makna konotatif, dibutuhkan beberapa unsur pembentuk iklan yang harus dihubungkan, karena teks dan gambar brosur memiliki hubungan timbal balik yang erat dalam menyampaikan makna konotatif brosur. Namun tidak semua unsur pembentuk iklan dalam ke empat brosur ini mengandung makna konotatif. *Slogan*, *Inserts* dan *Additions* dalam brosur ini dianalisis hanya dengan menggunakan makna denotatif saja. Teknik yang digunakan dalam menghubungkan teks dan gambar dalam brosur ini adalah *mutual determination*, yaitu teks yang mengarahkan interpretasi gambar.

Kata Kunci: makna konotatif, brosur, teks dan gambar,