

*TROPEN* DALAM TEKS IKLAN BERBAHASA JERMAN



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Mochamad Abdul Azis**

**2615153389**

Makalah Komprehensif yang diajukan kepada Universitas Negeri Jakarta untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA JERMAN**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

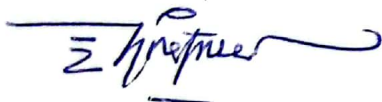
Makalah Komprehensif ini diajukan oleh

Nama : Mochamad Abdul Azis  
No. Reg. : 2615153389  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Jerman  
Fakultas : Bahasa dan Seni  
Judul Komprehensif : *Tropen* dalam teks iklan berbahasa Jerman

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

#### Pembimbing I



Dr. Ellychristina DH, M.Pd  
NIP. 196112231986032002

#### Ketua Penguji



Uryadi, M.Pd  
NIP. 197308052001121003

#### Penguji Ahli



Dra. Rina Agustin, M.Pd  
NIP. 196408051991032002



Jakarta, 24 Februari 2022  
Dekan

Dr. Lilliana Muliastuti, M.Pd  
NIP. 196805291992032001

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Mochamad Abdul Azis  
No. Reg. : 2615153389  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Jerman  
Fakultas : Bahasa dan Seni  
Judul Skripsi : *Tropen* dalam iklan berbahasa Jerman

Menyatakan bahwa benar Makalah Komprehensif ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta, apabila terbukti saya melakukan tindakan plagiat.

Demikian saya buat pernyataan ini dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2022



Mochamad Abdul Azis

No. Reg. 2615153389

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

## KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Jakarta saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mochamad Abdul Azis  
No. Reg. : 2615153389  
Fakultas : Bahasa dan Seni  
Jenis Karya : Makalah Komprehensif  
Judul Skripsi : *Tropen* dalam teks iklan berbahasa Jerman

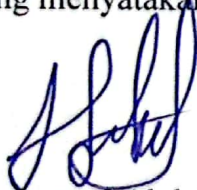
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty free Right*) atas karya ilmiah saya. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lainnya **untuk kepentingan akademis** tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal, 24 Februari 2022

Yang menyatakan,



Mochamad Abdul Azis

No. Reg. 2615153389



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mochamad Abdul Azis  
NIM : 2615153389  
Fakultas/Prodi : Bahasa dan Seni/Pendidikan Bahasa Jerman  
Alamat email : [abdulazismochamad@gmail.com](mailto:abdulazismochamad@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (Makalah Komprehensif)

yang berjudul :

*Tropen* dalam teks iklan berbahasa Jerman

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Maret 2022

Penulis

(Mochamad Abdul Azis)  
*nama dan tanda tangan*

## ABSTRACT

**Mochamad Abdul Azis**, 2021. Tropen in German Ad Text. Comprehensive Papers, German Language Education, Faculty of Languages and Arts, State University of Jakarta.

This comprehensive paper aims to describe the types of Tropen in German ad text with examples.

The description of the types of Tropen in the ad text refers to the theory Nina Janich, which consists of 11 (eleven) types of Tropen in the ad text, namely: Metapher, Synästhesie, Metonymie, Synekdoche, Antonomasie, Litotes, Hyperbel, Euphemismus, Personification, Entkonkretisierung/ Hypostasierung, and Ironie.

The results of the discussion show that the most common types of Tropen in German advertising are Metapher, Synästhesie, Metonymie, Synekdoche, Hyperbel, Personification, and Ironie. Few types of Tropen found in German-language advertisements are Antonomasie, Litotes, and Euphemismus. While the type of Tropen Entkonkretisierung / Hypostasierung not found examples of advertisements in this discussion.

Keyword : *Tropen*, types of *Tropen*, advertisement

## ABSTRAK

**Mochamad Abdul Azis**, 2021. *Tropen* dalam Teks Iklan Berbahasa Jerman. Makalah Komprehensif, Pendidikan Bahasa Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Makalah komprehensif ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis *Tropen* dalam teks iklan berbahasa Jerman beserta contohnya.

Penjabaran mengenai jenis-jenis *Tropen* dalam teks iklan mengacu pada teori Nina Janich, yang terdiri dari 11 (sebelas) jenis *Tropen* dalam teks iklan, yakni: *Metapher*, *Synästhesie*, *Metonymie*, *Synekdoche*, *Antonomasie*, *Litotes*, *Hyperbel*, *Euphemismus*, *Personifikation*, *Entkonkretisierung/ Hypostasierung*, dan *Ironie*.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa jenis *Tropen* yang banyak ditemukan dalam iklan berbahasa Jerman ialah *Metapher*, *Synästhesie*, *Metonymie*, *Synekdoche*, *Hyperbel*, *Personifikation*, dan *Ironie*. Jenis *Tropen* yang sedikit ditemukan dalam iklan berbahasan Jerman adalah *Antonomasie*, *Litotes*, dan *Euphemismus*. Sedangkan jenis *Tropen Entkonretisierung/ Hypostasierung* tidak ditemukan contoh iklannya dalam bahasan ini.

Kata kunci: *tropen*, jenis *tropen*, iklan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya makalah komprehensif ini dapat terselesaikan. Makalah komprehensif ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan makalah komprehensif ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Ellychristina D. Hutubessy, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing selama penyusunan makalah komprehensif sekaligus selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman, yang selalu memberikan bimbingan dan dukungan, sehingga penulis dapat menyusun makalah komprehensif ini dengan lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Uryadi, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik. Beliau adalah sosok yang selalu memberikan bimbingan dan dukungan untuk penulis dalam menjalani perkuliahan. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama penulis menjalani perkuliahan hingga penulis menyelesaikan makalah komprehensif ini.

Ucapan terima kasih juga tak lupa penulis sampaikan kepada kedua orang tua atas kesabaran, doa, dukungannya, juga atas usaha tak kenal lelahnya dalam mendidik dan memberikan cinta yang tulus serta ikhlas kepada penulis. Keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, kasih sayang, dan bantuan baik secara moril maupun materiil demi lancarnya penulisan makalah komprehensif ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih untuk rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis. Terima kasih penulis ucapkan pula kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan makalah komprehensif ini. Semoga Allah SWT berikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya dan mudah-mudahan makalah komprehensif ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua, khususnya kepada pembaca makalah ini.

Jakarta, 11 November 2021

M.A.A.



## ABSTRAKT

**Mochamad Abdul Azis**, 2021. *Tropen in den deutschsprachigen Werbungstexten*. Eine wissenschaftliche Abschlussarbeit: Deutschabteilung, Fakultät für Sprache und Kunst, Universitas Negeri Jakarta.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Tropenarten in den deutschsprachigen Werbungstexten zusammen mit Beispielen zu beschreiben.

Die Erklärung der Werbesprache und die Tropenarten in dem Werbungstext beziehen sich auf die Theorie von Nina Janich. Es ist erklärt, dass Werbungstext 11 Tropenarten hat, die Metapher, Synästhesie, Metonymie, Synekdoche, Antonomasie, Litotes, Hyperbel, Euphemismus, Personifikation, Entkonkretisierung/ Hypostasierung, und Ironie sind.

Die Ergebnisse der Beschreibung in dieser Arbeit zeigen, dass Metapher, Synästhesie, Metonymie, Synekdoche, Hyperbel, Personifikation, und Ironie die häufigsten Tropenarten in den deutschsprachigen Werbungstexten sind. Die Tropenarten, die selten in den deutschsprachigen Werbungstexten zu finden sind, sind Antonomasie, Litotes, und Euphemismus. Die Tropenart, die in dieser Arbeit kein Beispiel der Werbung zu finden ist, ist die Tropenart Entkonkretisierung/ Hypostasierung.

Schlüsselwörter: Tropen, Tropenarten, Werbung

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAKT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Permasalahan .....	5
1.3. Tujuan .....	6
<b>2. PEMBAHASAN</b> .....	<b>7</b>
2.1. Teks Iklan.....	7
2.2. <i>Werbessprache</i> .....	8
2.3. Tropen.....	16
2.3.1. Metapher.....	18
2.3.2. Synästhesie .....	20
2.3.3. Metonymie.....	23
2.3.4. Synekdoche.....	25
2.3.5. Antonomasie.....	28
2.3.6. Litotes .....	31
2.3.7. Hyperbel .....	34
2.3.8. Euphemismus.....	36
2.3.9. Personifikation.....	39
2.3.10. Entkonkretisierung/ Hypostasierung .....	41
2.3.11. Ironie.....	43
<b>3. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>46</b>
3.1. Kesimpulan .....	46
3.2. Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>47</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 .....	2
Gambar 1. 2 .....	4
Gambar 2. 1 .....	18
Gambar 2. 2 .....	19
Gambar 2. 3 .....	21
Gambar 2. 4 .....	22
Gambar 2. 5 .....	23
Gambar 2. 6 .....	24
Gambar 2. 7 .....	26
Gambar 2. 8 .....	27
Gambar 2. 9 .....	29
Gambar 2. 10 .....	31
Gambar 2. 11 .....	32
Gambar 2. 12 .....	34
Gambar 2. 13 .....	35
Gambar 2. 14 .....	37
Gambar 2. 15 .....	38
Gambar 2. 16 .....	39
Gambar 2. 17 .....	40
Gambar 2. 18 .....	43
Gambar 2. 19 .....	44