

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah slogan perusahaan *retail* elektronik yang terdapat pada iklan *online* di Jerman antara bulan Januari 2015 hingga September 2016 yang dikirimkan ke *email* peneliti. Contoh iklan dari perusahaan *retail* elektronik yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 buah iklan, dari 15 perusahaan yang berbeda. Setiap perusahaan dimunculkan 2 buah iklan untuk menunjukkan bahwa slogan setiap perusahaan akan tetap sama walaupun terdapat pada iklan yang berbeda tanggal penerbitan, tetapi tetap dalam tahun penerbitan yang sama. Oleh karena itu data slogan dalam penelitian ini berjumlah sama dengan jumlah perusahaan, yaitu 15 slogan. Data tersebut terdiri dari kalimat yang terletak dekat dengan nama perusahaan, maupun yang terletak terpisah dengan nama perusahaan. Berikut daftar slogan perusahaan elektronik tersebut.

Data	Nama Perusahaan dan Tanggal Terbit Iklan	Slogan Perusahaan
Data 1	Aetka: Iklan A (14 Maret 2015), Iklan B (28 Maret 2015)	EINFACH. BESSER. BERATEN.
Data 2	Mediamarkt: Iklan A (13 Februari 2015), Iklan B (28 Februari 2015)	Ich bin doch nicht blöd.
Data 3	Medimax: Iklan A (2 Maret 2015), Iklan B (25 Januari 2015)	HABEN WIR. WISSEN WIR. MACHEN WIR.

Data 4	Saturn: Iklan A (25 Agustus 2015), Iklan B (6 Januari 2015)	SOO! MUSS TECHNIK
Data 5	Expert: Iklan A (12 Maret 2015), Iklan B (6 Maret 2015)	PREISWERT + KOMPETENT
Data 6	Redcoon: Iklan A (10 Maret 2015), Iklan B (5 Maret 2015)	Die schärfste Elektronikauswahl im Netz!
Data 7	Mobilcom: Iklan A (14 Maret 2015), Iklan B (1 Mei 2015)	Gemeinsam geht mehr.
Data 8	Electroplus: Iklan A (24 Maret 2015), Iklan B (8 Agustus 2016)	Wir machen das Leben leichter!
Data 9	Comtech: Iklan A (6 Maret 2015), Iklan B (13 Maret 2015)	marken. technik. günstig
Data 10	BASE: Iklan A (14 Maret 2015), Iklan B (28 Maret 2015)	Steckt voller Möglichkeiten
Data 11	Alternate: Iklan A (23 Agustus 2016), Iklan B (10 Februari 2016)	bequem online
Data 12	ELV: Iklan A (10 Agustus 2016), Iklan B (21 April 2016)	Kompetent in Elektronik.
Data 13	Pearl: Iklan A (7 Agustus 2016), Iklan B (14 November 2016)	Immer preiswert & innovativ seit 1989
Data 14	GRAVIS: Iklan A (7 Agustus 2016), Iklan B (15 Maret 2016)	genau mein digital.
Data 15	Reichelt: Iklan A (10 Agustus 2016), Iklan B (28 September 2016)	Technik verbindet.

Tabel 4.1: Tabel Daftar Slogan Perusahaan Retail Elektronik

B. Analisis Data

Pada analisis berikut akan dipaparkan hasil klasifikasi tema, dan argumentasi isi slogan perusahaan *retail* elektronik *online* di Jerman berdasarkan susunan pada tabel yang telah dibuat sebelumnya. Pada masing-masing analisis akan dimunculkan dua buah iklan dari perusahaan tersebut, untuk memperjelas bahwa slogan setiap perusahaan memiliki bentuk yang tidak berubah pada setiap iklannya.

B.1 Data 1: Aetka (EINFACH. BESSER. BERATEN)

(Iklan A)

Slogan →

Gambar 4.2: Iklan Perusahaan Retail Elektronik AETKA

(Iklan B)

Slogan →

Gambar 4.1: Iklan Perusahaan Retail Elektronik AETKA

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari setiap kata pada slogan tersebut yaitu '*einfach*' yang berarti mudah, '*besser*' yang berarti lebih baik, dan '*beraten*' yang berarti melayani. Setiap kata pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *Aetka*, seperti kata '*einfach*' yang menjadi representasi dari identitas

perusahaan *Aetka* yang mengutamakan kemudahan dalam berbelanja, melalui fasilitas pembelian secara *online* yang diberikan oleh *Aetka* kepada konsumennya. Kemudian kata '*besser*' yang menjadi representasi dari identitas *Aetka* yang mengutamakan kualitas penjualan yang lebih baik dibandingkan perusahaan lain, karena *Aetka* memberikan penjelasan yang lengkap tentang iklannya. Lalu yang terakhir kata '*beraten*' yang menjadi representasi dari identitas *Aetka* yang mengutamakan pelayanan kepada konsumennya dengan memberikan potongan harga kepada konsumen yang berlangganan iklan *online*, dan memberikan informasi terbaru tentang penawaran mereka langsung kepada konsumen melalui *email*. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *Aetka* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi identitas perusahaan, untuk menarik minat konsumennya.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *Aetka* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasinya, karena terlihat dari cara slogan *Aetka* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *Aetka* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *Aetka* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.2 Data 2 : Mediamarkt (Ich bin doch nicht blöd.)

MediaMarkt (Iklan A)
Slogan: *Ich bin doch nicht blöd.*

Computer & Büro | TV & Audio | Handy & Navigation | Foto & Camcorder | Haushalt & Wohnen | Körperpflege & Fitness | Gaming & Spielzeug | Film & Musik | Wer will, der kriegt

Media Markt 0% Finanzierung

Jetzt iPhone 6 Plus finanzieren.*

Dieses und weitere Apple Produkte jetzt online oder im Markt vor Ort finanzieren.

Je **719.-**
iPhone 6 Plus
16 GB

Gambar 4.3: Iklan Perusahaan Retail Elektronik Mediamarkt

MediaMarkt (Iklan B)
Slogan: *Ich bin doch nicht blöd.*

Super Mario, Zelda und Donkey Kong jetzt noch intensiver erleben

Spielspaß mit Nintendo.

Jetzt auch auf dem New Nintendo 3DS und New Nintendo 3DS XL viele Nintendo-Klassiker spielen.

Nintendo

Jetzt informieren >

Weitere Farben:

12,4 cm / 4,88" Displaygröße

199.-
New Nintendo 3DS XL
Konsole

7,99€
Nintendo Netzteil für 3DS/2DS
Nintendo 3DS Zubehör

Gambar 4.4: Iklan Perusahaan Retail Elektronik Mediamarkt

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada konsumen. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*ich bin doch nicht blöd*' yang berarti 'saya jelas tidak bodoh', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan *Mediamarkt* merupakan representasi dari konsumen mereka sendiri yang telah membuat pilihan yang cerdas dan tidak bodoh untuk berbelanja

di *Mediamarkt*. Perusahaan *Mediamarkt* menggunakan kata '*ich*' yang berarti 'saya' pada slogannya sebagai tanda keberpihakan mereka kepada konsumen, sehingga *Mediamarkt* menggunakan representasi langsung dari konsumennya pada slogannya. *Mediamarkt* ingin menarik minat para konsumen melalui slogan yang bersudut pandang pada konsumen, maka *Mediamarkt* memuji konsumen mereka dengan kalimat '*nicht blöd*' yang berarti 'tidak bodoh'. *Mediamarkt* menganggap konsumen mereka tidak bodoh melainkan cerdas karena telah berbelanja di *Mediamarkt*. Dari penjelasan di atas, maka *Mediamarkt* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi konsumen, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *Mediamarkt*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *Mediamarkt* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *Mediamarkt* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *Mediamarkt* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Empfängerbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *Mediamarkt* cocok dengan contoh penjelasan pada bagian a.), yang menjelaskan bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk membuat argumentasi isi slogan yang berkaitan dengan konsumen ialah dengan menunjukkan karakteristik konsumen perusahaan tersebut. Dalam hal ini *Mediamarkt* menyatakan bahwa konsumen mereka bukan konsumen yang bodoh, karena telah membuat keputusan yang cerdas untuk berbelanja di *Mediamarkt*.

B.3 Data 3 : MEDIMAX (HABEN WIR. WISSEN WIR. MACHEN WIR.)

(Iklan A)

ALLES GENAU ERKLÄREN. MACHEN WIR.

1-7 Jahre Garantie
A+++ Energieeffizienz

Kaltwasserschutzsystem
Aquastop-Schlauch
15 min Schnellprogramm

UVP 739.-
399.-

AMD-Quad-Core A6-4300 Prozessor
& USB-3.0-Technologie
3GB DDR3 Hauptspeicher

299.-

MEDIMAX HABEN WIR. WISSEN WIR. MACHEN WIR.

Gambar 4.6: Iklan Perusahaan Retail Elektronik MEDIMAX

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari setiap kalimat pada slogan tersebut yaitu ‘haben wir’ yang kami punya, ‘wissen wir’ yang berarti kami tahu, dan ‘machen wir’ yang berarti kami lakukan, maka dapat dikatakan bahwa setiap kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *MEDIMAX* yang mengerti konsumennya dengan memberikan penawaran yang dibutuhkan oleh konsumennya, melalui keberagaman elektronik yang dijual oleh *MEDIMAX*, maka konsumen dapat memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan di *MEDIMAX*. Kemudian *MEDIMAX* juga mengetahui apa yang konsumen mereka butuhkan, oleh karena itu *MEDIMAX* menawarkan elektronik dengan harga murah dan juga

(Iklan B)

WAS IST ANGESAGT? WISSEN WIR.

43,9% Ersparnis
16 GB Speicher
19,1 mm dünn

ASUS
Intel® CORE™ i7
ASUS
AMD-Quad-Core A6-4300 Prozessor
& USB-3.0-Technologie
3GB DDR3 Hauptspeicher

UVP 739.-
399.-

AMD A6
DUOD CORE

299.-

MEDIMAX HABEN WIR. WISSEN WIR. MACHEN WIR.

Gambar 4.5: Iklan Perusahaan Retail Elektronik MEDIMAX

potongan harga yang diinginkan oleh konsumen. Lalu yang terakhir *MEDIMAX* juga mewujudkan keinginan konsumen mereka yang menginginkan elektronik dengan harga murah dan juga potongan harga yang menguntungkan. Dari penjelasan di atas, maka *MEDIMAX* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *MEDIMAX*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *MEDIMAX* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *MEDIMAX* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *MEDIMAX* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *MEDIMAX* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.4 Data 4 : Saturn (SOO! MUSS TECHNIK)

(Iklan A)

Slogan

(Iklan B)

Slogan

Gambar 4.7: Iklan Perusahaan Retail Elektronik SATURN

Gambar 4.8: Iklan Perusahaan Retail Elektronik SATURN

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat yang digunakan pada slogan tersebut yaitu *'Soo! Muss Technik'* yang berarti 'Jadi! Pasti tehnik', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *SATURN* yang menjual elektronik yang berkualitas baik. Dengan penggunaan kata *'Soo!'* yang berarti 'Jadi!', maka dapat dikatakan bahwa *SATURN* ingin membuat konsumennya tidak ragu dan segera mengambil keputusan dengan meyakinkan mereka menggunakan kata 'jadi', sebagaimana kata 'jadi' juga digunakan untuk mengakhiri perdebatan dan menyimpulkan sesuatu. Kemudian dengan kalimat *'Muss Technik'* yang berarti 'pasti tehnik' merupakan lanjutan penjelasan dari kata *'Soo!'* sebelumnya, *SATURN* meyakinkan konsumennya, bahwa elektronik yang mereka jual berkualitas baik dengan menggunakan teknologi dan tehnik pengerjaan yang baik. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *SATURN* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *SATURN*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *SATURN* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *SATURN* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *SATURN* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut

termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *SATURN* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.5 Data 5 : expert (PREISWERT + KOMPETENT)

Slogan → (Iklan A)

PREISWERT + KOMPETENT

expert 

Sehr geehrter Herr Subiyanto,

den sollten Sie sich als Kaffeeliebhaber nicht entgehen lassen: Mit dem Krups Kaffeevollautomaten Latt'Espress genießen Sie auf Knopfdruck klassischen Espresso, aromatischen Kaffee oder köstliche Kaffee-Spezialitäten mit perfektem Milchschaum. Schnell für sensationelle 399,- in Ihrem expert Fachmarkt sichern!

Mit besten Grüßen,
Ihr expert Team



Gambar 4.9: Iklan Perusahaan Retail Elektronik expert

Slogan →

PREISWERT + KOMPETENT

expert 

Sehr geehrter Herr Subiyanto,

dank der lebenslangen Kartenupdates des TomTom Navis Start 25 M CE Traffic fahren Sie stets mit der aktuellsten Karte. Mit dem Fahrspur- sowie Parkassistenten sind Sie zudem stressfreier unterwegs. Jetzt für günstige 111,- Euro in Ihrem expert Fachmarkt zugreifen und wissen, wo es lang geht!

Mit besten Grüßen,
Ihr expert Team



Gambar 4.10: Iklan Perusahaan Retail Elektronik expert

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari setiap kata pada slogan tersebut yaitu '*preiswert*' yang berarti harga terjangkau, dan '*kompetenz*' yang berarti berkompeten, maka dapat dikatakan bahwa setiap kata pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *expert* yang mengutamakan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen mereka, melalui pemberian potongan harga pada setiap elektronik yang dijualnya. Kemudian *expert* juga mengutamakan kualitas elektronik yang dijual, karena *expert* merupakan perusahaan yang berkompeten dalam penjualan elektronik, dan juga untuk menampung masukan dari konsumen, mereka menyediakan layanan pembelian *online*, untuk menunjukkan bahwa *expert* ialah perusahaan yang berkompeten dalam melayani konsumennya. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *expert* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *expert*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *expert* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *expert* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *expert* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *expert* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.6 Data 6 : redcoon.de (Die schärfste Elektronik Auswahl im Netz!)

(Iklan A)

Slogan → Die schärfste Elektronikauswahl im Netz!

redcoon.de

DER REDCOON SUPERSALE
Angebot nur heute gültig und solange der Vorrat reicht.

ALLE DEALS VERSANDKOSTENFREI

Brand	Product	Price
lenovo	2-bay NAS-Server	€ 49.90*
eltax	5.1-Heimkinosystem	€ 89.-*
SONY	Action-Cam, Live-View-Remote-Kit	€ 229.-*

Gambar 4.11: Iklan Perusahaan Retail Elektronik redcoon.de

(Iklan B)

Slogan → Die schärfste Elektronikauswahl im Netz!

redcoon.de

DER REDCOON SUPERSALE
Angebot nur heute gültig und solange der Vorrat reicht.

ALLE DEALS VERSANDKOSTENFREI

Brand	Product	Price
Silk'n	Skincare device	€ 149.-*
lenovo FOR THOSE WHO GO	Laptop (Intel Inside)	€ 249.-*
DeLonghi	Coffee machine	€ 119.-*

Gambar 4.12: Iklan Perusahaan Retail Elektronik redcoon.de

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*die schärfste Elektronikauswahl im Netz*' yang berarti 'pilihan elektronik yang paling tepat di internet', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *redcoon* yang merupakan tempat yang tepat untuk berbagai pilihan elektronik, melalui berbagai jenis elektronik yang ditawarkan dalam satu penawaran iklan. Kemudian *expert* juga menunjukkan keunikan dengan menggunakan kata '*Schärf*' yang juga dapat berarti 'pedas' dan juga 'tepat', hal ini dilakukan untuk mengaitkan slogan mereka dengan logo perusahaan mereka yaitu cabai merah, sehingga konsumen akan mudah mengingat slogan *redcoon* ketika melihat logo mereka, dan begitupun sebaliknya. Selanjutnya *redcoon* juga menggunakan kata '*im Netz*' pada slogannya untuk menunjukkan identitas perusahaan mereka yang memang hanya menjual elektronik melalui media internet saja. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *redcoon* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *redcoon*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *redcoon* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *redcoon* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *redcoon* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut ter-

masuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *redcoon* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.7 Data 7 : mobilcom (Gemeinsam geht mehr)

(Iklan A)

Gambar 4.14: Iklan Perusahaan Retail Elektronik mobilcom

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada konsumen. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*Gemeinsam geht mehr*' yang berarti 'Bersama akan mendapat lebih', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan *mobilcom* merupakan representasi dari konsumen mereka sendiri yang telah bersama-sama mendukung perkembangan *mobilcom* sehingga perusahaan tersebut berkembang pesat. Perusahaan *mobilcom* menggunakan kata '*gemeinsam*' yang berarti 'bersama' pada slogannya sebagai representasi dari identitas konsumen mereka yang bersama-sama berbelanja di

(Iklan B)

Gambar 4.13: Iklan Perusahaan Retail Elektronik mobilcom

mobilcom, sehingga *mobilcom* membuat representasi identitas dari konsumen yang berperan penting bagi perusahaan pada slogan mereka. *Mobilcom* menggunakan juga kata '*geht mehr*' yang berarti 'menjadi lebih' sebagai representasi identitas konsumen mereka yang berperan memajukan perusahaan *mobilcom*, sehingga pendapatan mereka meningkat. Selain itu kata '*geht mehr*' juga dapat diinterpretasikan sebagai kelebihan yang akan didapatkan oleh konsumen ketika berbelanja di *mobilcom*. Kelebihan tersebut berupa potongan harga dan bonus lainnya. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *mobilcom* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi konsumen, sebagai apresiasi atas peran konsumen bagi kemajuan *mobilcom*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *mobilcom* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *mobilcom* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *mobilcom* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Empfängerbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *mobilcom* cocok dengan contoh penjelasan pada bagian b.), yang menjelaskan bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk membuat argumentasi isi slogan yang berkaitan dengan konsumen ialah dengan menunjukkan hasil yang didapatkan oleh konsumen. Dalam hal ini *mobilcom* ingin mengapresiasi konsumen yang sudah bersama memajukan *mobilcom*, dengan cara memberikan potongan harga dan juga bonus lainnya bagi konsumen yang berbelanja di *mobilcom*.

B.8 Data 8 : Electrolux (Wir Machen das Leben leichter!)

(Iklan A)

Gambar 4.15: Iklan Perusahaan Retail Elektronik electrolux

(Iklan B)

Gambar 4.16: Iklan Perusahaan Retail Elektronik electrolux

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu *‘Wir machen das Leben leichter’* yang berarti *‘Kami membuat hidup lebih mudah’*, maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *electrolux* yang merupakan perusahaan yang memberikan kemudahan bagi konsumennya dalam berbelanja kebutuhan elektronik, melalui sistem pembayaran mencicil yang ditawarkan oleh *electrolux*, maka akan lebih mudah bagi konsumen memiliki elektronik tanpa harus mengeluarkan uang secara

langsung dan dalam jumlah yang banyak. Dan juga *electroplus* menawarkan kemudahan bagi konsumen yang ingin berbelanja secara *online*, melalui penawaran yang dikirimkan langsung ke *email* konsumen tersebut. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *electroplus* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *electroplus*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *electroplus* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *electroplus* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *electroplus* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *electroplus* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.9 Data 9 : comtech (marken. teknik. günstig.)

(Iklan A)

comtech
marken. technik. günstig. **Slogan**

Art.-Nr. 131455
Becker professional 70 LMU PKW-Navigationsgerät

Navigation im XXL-Format für anspruchsvolle Autofahrer!

- Display: 17,8 cm (7") Echtglas-Touchdisplay
- Lebenslange Kartenupdates**
- Kartenmaterial für 47 Länder Europas vorinstalliert
- Fahrspurassistent Pro 3D
- Sprachsteuerung Becker OneShot Pro - Adresseingabe und andere wichtige Funktionen mit Sprachbefehlen steuern
- integrierte WiFi-Schnittstelle

Nur **222,- €***
UVP: 299,- €

Sie sparen **77,- €**
25,75 %

Jetzt versandkostenfrei bestellen

(Iklan B)

comtech
marken. technik. günstig. **Slogan**

Art.-Nr. 131386
Samsung S24B420BW 60,96cm (24") LED Monitor weiß mit DVI und Pivot Funktion

Höhe, Winkel und Ausrichtung bequem einstellen

- Auflösung: 1.920 x 1.080
- Reaktionszeit: 5 ms
- Anschlüsse: 1x VGA, 1x DVI
- Kontrast: Mega DCR
- Höhenverstellbar + Pivot

60,96 cm (24")
LED Monitor

Nur **149,- €***
UVP: 229,- €

Sie sparen **80,- €**
34,93 %

Jetzt versandkostenfrei bestellen

Gambar 4.18: Iklan Perusahaan Retail Elektronik comtech

Gambar 4.17: Iklan Perusahaan Retail Elektronik comtech

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari setiap kata pada slogan tersebut yaitu '*marken*' yang berarti bermerek, '*technik*' yang berarti teknik, dan '*günstig*' yang berarti sesuai, maka dapat dikatakan bahwa setiap kata pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *comtech* yang hanya menjual elektronik bermerek yang sudah jelas kualitasnya. Kemudian *comtech* juga mengutamakan kualitas elektronik yang baik dan menggunakan teknologi terbaru dalam teknik pembuatannya. Lalu yang terakhir *comtech* juga menjual elektronik yang sesuai dengan kebutuhan dan harga yang diinginkan oleh konsumen, dan juga *comtech* tidak memberikan tambahan biaya untuk pengiriman barang kepada konsumen. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *comtech* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi identitas perusahaan, untuk menarik minat konsumennya.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *comtech* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *comtech* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *comtech* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *comtech* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.10 Data 10 : BASE (Steckt voller Möglichkeiten)

(Iklan A)

**SURFVOLUMEN
VERDOPPELT!**

Jetzt jeden Monat 1 GB statt 500 MB zum Tarif BASE all-in!¹

Für **12€¹**
mit, mieten im Tarif
BASE all-in mit
Daten-Automatik

Oder **399€¹**
mit Vertrag

Verlängert bis 31.03.

1 GB

Samsung GALAXY S5

BASE
Steckt voller Möglichkeiten

Slogan

Gambar 4.19: Iklan Perusahaan Retail Elektronik BASE

Erlebe das iPhone 6.

Das iPhone 6 im Tarif BASE all-in mit Daten-Automatik für 29,- € mtl. mieten.¹

iPhone 6

BASE
Steckt voller Möglichkeiten

Slogan

Gambar 4.20: Iklan Perusahaan Retail Elektronik BASE

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*Steckt völler Möglichkeiten*' yang berarti 'Memberikan pilihan yang lebih lengkap', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *BASE* yang merupakan perusahaan yang memberikan pilihan elektronik yang lebih lengkap untuk dijual kepada konsumen, salah satunya ialah dengan menjual telepon genggam beserta kuotanya langsung, sehingga konsumen tidak perlu lagi untuk membeli kuota. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *BASE* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *BASE*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *BASE* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *BASE* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *BASE* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *BASE* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.11 Data 11 : Alternate (bequem online)

(Iklan A)

ALTERNATE
bequem online

Slogan

Mehr drin
für alle!
19%
Mehrwertsteuer-
rückstattung
Nur am 19. und 20.08.2016

TESTSIEGER
Stiftung
Warentest
GUT (1,7)
In Test:
3 TV-Geräte
mit 142 cm
Bildgröße
Ausgabe 18.08.16
www.test.de
TEYLDA
SAMSUNG UE55J59090

SAMSUNG SUHD TV UE55J59090

Mehr drin für alle!
Samsung SUHD TV kaufen und
19% MwSt. zurückbekommen!

SUHD TV
Quantum dot display

ALLE AKTIONSGERÄTE ANSEHEN

Gambar 4.21: Iklan Perusahaan Retail Elektronik ALTERNATE

(Iklan B)

ALTERNATE
bequem online

Slogan

Jetzt exklusiv bestellen!

REPUBLIC OF GAMERS

NEU

NVIDIA
G-SYNC

ASUS ROG SWIFT PG258Q GAMING MONITOR
Native 240 Hz | 1 ms | 24.5" Full HD

ASUS ROG Swift PG258Q
Gaming-Monitor

Beim ROG Swift PG258Q geht es um
Geschwindigkeit - das macht ihn zum
idealen Monitor für eSports und für schnelle
Action-Titel.

nur € 619,-*

ASUS
IN SEARCH OF INCREDIBLE

Gambar 4.22: Iklan Perusahaan Retail Elektronik ALTERNATE

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu ‘*bequem Online*’ yang berarti ‘nyaman secara *online*’, maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *ALTERNATE* yang merupakan perusahaan yang memberikan kenyamanan kepada para konsumennya dalam berbelanja secara *online*. Hal ini dapat terlihat dari penggunaan *email* sebagai salah satu media untuk menyebarkan iklan, agar konsumen dapat langsung mendapatkan informasi tentang elektronik yang sedang dijual dan juga dapat langsung membelinya, sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa

ALTERNATE menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *ALTERNATE*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *ALTERNATE* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *ALTERNATE* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *ALTERNATE* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *ALTERNATE* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.12 Data 12 : ELV (Kompetent in Elektronik)

(Iklan A)

ELV Kompetent in Elektronik **Slogan** Neuheiten Sonderangebote

Haus-automation Haus-technik Beleuchtung Sicherheitstechnik Audio-Video Kfz-Technik Freizeit-technik Mess-technik Werkzeug Löttechnik

bea-fon
Handlich und einfach zu bedienen
Großstastenshandy SL140

- SOS-Notrufsfunktion: 5 speicherbare Notrufnummern, speicherbare Notruf-SMS
- Einfach zu bedienen über große Tasten
- Extra lauter Klingelton
- Direktwahltasten für SMS und 2 Rufnummern

Preisaktion bis 24.08.2016

€ 5,00 sparen!
Artikel-Nr.: 68-12 03 29 statt € 29,95
€ 24,95*

Gambar 4.24: Iklan Perusahaan Retail Elektronik ELV

(Iklan B)

ELV Kompetent in Elektronik **Slogan** Neuheiten Sonderangebote

Haus-automation Haus-technik Beleuchtung Sicherheitstechnik Audio-Video Kfz-Technik Freizeit-technik Mess-technik Werkzeug Löttechnik

Unser Geschenk für Sie: [zum Shop >](#)

Leistungsstarke Mini-LED-Taschenlampe

- Lichtstrom: 120 lm
- Reichweite: bis zu 60 m
- Leuchtdauer bis 7 h
- Fokus einstellbar

Nur solange Vorrat reicht!

Im Wert von € 7,95 für Sie **gratis!**¹ **PBN:V00674**

Gambar 4.23: Iklan Perusahaan Retail Elektronik ELV

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*Kompetent in Elektronik*' yang berarti 'Berkompeten di bidang elektronik', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *ELV* yang merupakan perusahaan yang memfokuskan penjualannya di bidang elektronik saja, sehingga konsumen akan merasa yakin untuk berbelanja di *ELV*, karena *ELV* ialah perusahaan yang khusus menjual alat-alat elektronik. Hal ini dapat terlihat dari pilihan kategori elektronik yang ditawarkan oleh *ELV*. Alat-alat elektronik yang ditawarkan bervariasi dan juga terdapat potongan harga, sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan elektronik mereka dengan harga yang terjangkau di *ELV*. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *ELV* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *ELV*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *ELV* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *ELV* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *ELV* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *ELV* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B.13 Data 13 : Pearl (Immer preiswert & innovative seit 1989)

(Iklan A)

PEARL
Immer preiswert & innovativ seit 1989

Slogan

Relevanter Neu Bestseller Top-Aufsteiger Geschenke

HOT Price Mail

Promotion-Angebot: Jetzt GRATIS testen!

8er-Set

Ersatz-Bürstenköpfe

Top-Kundenbewertung!

von newgen medicals™ für viele elektrische Oral-B® Zahnbürsten***

PEARL
newgen medicals

8er-Sparpack

Markierungsringe in 4 Farben - zur einfachen Unterscheidung

3D-Reinigung
für rotierende & vibrierende Zahnbürsten

Statt! € 29,90
GRATIS

Max. 1 Ersatzbürsten-Set GRATIS* in Bestellung

Gambar 4.25: Iklan Perusahaan Retail Elektronik PEARL

(Iklan B)

PEARL
Immer preiswert & innovativ seit 1989

Slogan

Neu Top-Aufsteiger Bestseller Reduziert % Presse-Tipp Geschenkfinder

Sorglos Geschenke shoppen: längere Rückgabemöglichkeit** bis zum 8. Januar 2017

Exklusives Angebot für die E-Mail-Adresse:
adepts@hotmail.co.id

Automatisch Licht & Sicherheit an dunklen Stellen!

LED

Nachtlicht
mit integriertem Bewegungs-Sensor

PEARL
LUNAR EC

6 stromsparende LEDs, hellweiß
Montage per Magnet oder Schraube
PIR-Bewegungs- & Dämmerungssensor
3 Meter Sensor-Reichweite
125 x 75 x 18 mm, 60 g
Benötigt 4 Batterien AAA Micro (Bitte mitbestellen)

Automatisch Licht an/aus

Statt! € 19,90
GRATIS

Gambar 4.26: Iklan Perusahaan Retail Elektronik PEARL

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*immer preiswert und innovativ seit 1989*' yang berarti 'selalu murah dan inovatif sejak tahun 1989', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *PEARL* yang merupakan perusahaan yang menjual barang elektronik yang murah dan inovatif sejak 28 tahun yang lalu. Dengan penggunaan kata '*seit 1989*' dapat membuat konsumen merasa yakin akan pengalaman perusahaan *PEARL* sebagai sebuah perusahaan yang menjual elektronik, sehingga hal ini dapat menjadi cara tersendiri agar perusahaan *PEARL* dapat dikenali dan diingat oleh konsumennya. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *PEARL* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *PEARL*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *PEARL* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *PEARL* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *PEARL* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *PEARL* cocok dengan penjelasan pada bagian a.), yang menjelaskan bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk membuat argumentasi isi

slogan yang berkaitan dengan perusahaan ialah dengan menunjukkan pengalaman dari perusahaan tersebut.

B.14 Data 14 : GRAVIS (Genau mein Digital)

(Iklan A)



Gambar 4.28: Iklan Perusahaan Retail Elektronik GRAVIS

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada konsumen. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*genau mein digital*' yang berarti 'Produk digital saya yang tepat', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan *GRAVIS* merupakan representasi dari identitas konsumen mereka sendiri yang merasa cocok dengan elektronik yang dijual oleh *GRAVIS*. Perusahaan *GRAVIS* menggunakan kata '*mein*', yang berarti kata ganti kepemilikan milik 'saya', pada slogannya sebagai tanda keberpihakan mereka kepada konsumen, sehingga *GRAVIS* menggunakan representasi langsung dari konsumennya pada slogannya. *GRAVIS* ingin menarik minat para konsumen melalui slogan yang bersudut pandang pada konsumen, agar konsumen mereka

(Iklan B)



Gambar 4.27: Iklan Perusahaan Retail Elektronik GRAVIS

merasakan kedekatan yang ingin ditunjukkan antara perusahaan dan konsumennya. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *GRAVIS* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi konsumen, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *GRAVIS*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *GRAVIS* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *GRAVIS* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *GRAVIS* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Empfängerbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *GRAVIS* cocok dengan contoh penjelasan pada bagian a.), yang menjelaskan bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk membuat argumentasi isi slogan yang berkaitan dengan konsumen ialah dengan menunjukkan karakteristik konsumen perusahaan tersebut. Dalam hal ini *GRAVIS* menyatakan bahwa konsumen mereka akan merasa cocok dengan elektronik yang dijual oleh *GRAVIS*.

B.15 Data 15 : reichelt (Technik verbindet.)

(Iklan A)

reichelt elektronik Technik verbindet.

JETZT ONLINE ERLÄUTERN

Slogan

Netzwerktechnik PC-Technik Sat & TV Audio-Video Kommunikation & Büro

AVM FRITZ!Box 6490 mit Kabel-Modem

Highspeed am Kabelanschluss

Die FRITZ!Box 6490 Cable ist speziell für den Kabelanschluss konzipiert. Mit ihr sind Sie dank integriertem Kabelmodem nach neuestem Übertragungsstandard komfortabel und sicher im Internet unterwegs und erreichen dabei rasante Gigabit-Datenraten.

FRITZ!

Cable
TV Radio

199,00
AVM FB FON W6490

Gambar 4.29: Iklan Perusahaan Retail Elektronik reichelt

(Iklan B)

reichelt elektronik Technik verbindet.

JETZT ONLINE ERLÄUTERN

Slogan

Bauelemente Stromversorgung Hautechnik Sicherheit Werkstatt & Löttechnik

V-TAC
INNOVATIVE LED LIGHTING

LED-DECKENPANEL ZUM SPITZENPREIS

A

49,00
VT-6217

Gambar 4.30: Iklan Perusahaan Retail Elektronik reichelt

1. Tema Slogan

Tema slogan ini termasuk ke dalam jenis tema slogan yang bersudut pandang pada perusahaan. Jika dilihat dari kalimat pada slogan tersebut yaitu '*Technik verbindet*' yang berarti 'Menghubungkan teknik', maka dapat dikatakan bahwa kalimat pada slogan tersebut merupakan representasi dari identitas perusahaan *reichelt* yang merupakan perusahaan yang berusaha menjadi penghubung antara keinginan konsumen dengan kebutuhan elektronik, sehingga konsumen tidak akan kesulitan ketika ingin mencari elektronik yang mereka butuhkan, karena *reichelt* dapat menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Penggunaan kata '*verbindet*' yang berarti menghubungkan dapat juga diinterpretasikan menjadi salah satu jasa yang ditawarkan oleh *reichelt*, yaitu jasa pemasangan elektronik. *Reichelt* berusaha menghubungkan segala kebutuhan konsumen akan elektronik, baik kebutuhan produk maupun jasa. Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa *reichelt* menggunakan tema slogan yang terfokus pada representasi perusahaan, agar menarik minat konsumen untuk berbelanja di *reichelt*.

2. Argumentasi Isi Slogan

Dilihat dari argumentasi isi slogan tersebut, maka slogan *reichelt* termasuk ke dalam kategori slogan yang dapat dianalisis sesuai dengan strategi isi argumentasi, karena terlihat dari cara slogan *reichelt* dibuat, dapat dikatakan bahwa slogan tersebut dibuat dengan memperhatikan isi dan pesannya, agar tujuan dari perusahaan *reichelt* dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian slogan tersebut termasuk ke dalam sub kategori *Senderbezogene Argumente*, karena argumentasi isi dalam slogan *reichelt* dibuat berkaitan dengan perusahaan.

B. Interpretasi

Berdasarkan hasil analisis data dapat diinterpretasikan bahwa dari 15 slogan perusahaan *retail* elektronik, ditemukan slogan yang bersudut pandang kepada perusahaan sebanyak 12 slogan. Hal tersebut terjadi karena slogan yang dianalisis ialah slogan perusahaan *retail*, yang merupakan perusahaan yang menjadikan identitas perusahaan mereka sendiri representasi dari slogannya. Perusahaan *retail* melakukan hal tersebut agar identitas mereka sebagai sebuah perusahaan dapat dikenali dan diingat oleh konsumen diantara perusahaan *retail* lainnya. Maka dari itu tema slogan yang paling sering ditemukan pada slogan perusahaan yaitu tema bersudut pandang kepada perusahaan itu sendiri. Sedangkan tema slogan yang bersudut pandang kepada konsumen ditemukan sebanyak 3 slogan, kemudian tidak ditemukan tema slogan yang bersudut pandang kepada produk. Hal ini terjadi karena perusahaan *retail* tidak menghasilkan produk apapun, sehingga identitas yang ingin ditunjukkan oleh slogan perusahaan *retail* bukan lah sudut pandang produk.

Selanjutnya pada bahasan argumentasi isi slogan dapat diinterpretasikan bahwa sebanyak 15 slogan termasuk kategori slogan yang dapat dianalisis unsur argumentasinya menggunakan strategi isi argumentasi. Lebih jauh terdapat slogan yang termasuk ke dalam subkategori *Senderbezogene Argumente* sebanyak 12 slogan, lalu yang termasuk ke dalam subkategori *Empfängerbezogene Argumente* sebanyak 3 buah slogan, dan terakhir tidak ditemukan sama sekali slogan yang termasuk ke dalam subkategori *Produktbezogene Argumente*. Jumlah yang sama dengan hasil klasifikasi tema slogan. Hal ini terjadi karena argumentasi isi slogan secara tidak langsung terbentuk dari tema slogan itu sendiri. Sebagai contoh,

sebuah slogan yang bersudut pandang kepada konsumen, secara tidak langsung akan tersusun sebuah argumentasi isi yang mendukung tema slogan yang bersudut pandang kepada konsumen juga. Pada akhirnya dapat dikatakan bahwa tema dan argumentasi isi slogan tersusun secara berkesinambungan.