

B.58. Analisis Data 58



Headline iklan ini adalah **48H SCHUTZ. SATINWEICHES HAUTGEFÜHL**, yang termasuk kategori *Tropen*, sub kategori *Metapher*, karena membandingkan dua hal, yaitu kulit dibandingkan seperti selembut satin. Kalimat iklan ini memiliki arti sebagai berikut, “Perlindungan 48 Jam, kulit terasa selembut satin”.. Maksudnya dengan menggunakan produk ini, kulit orang tersebut akan halus selembut satin.

B.59. Analisis Data 59



Headline iklan ini adalah **Das Beste aus der Traube – für Ihre Schönheit**, yang termasuk kategori *Wiederholung gleicher Morphem*, sub kategori *Endreim*, karena

terdapat kata yang diakhiri dengan huruf yang sama, sehingga bila dilafalkan membentuk rima. Kalimat iklan ini berarti sebagai berikut: “yang terbaik dari anggur – untuk kecantikan anda”. Pada kata *das Beste aus der Traube*, memiliki akhiran yang sama, yaitu huruf “e”, sehingga apabila dilafalkan menimbulkan rima.

B.60. Analisis Data 60



Headline iklan ini adalah EUBOS HYLAURON Polstert Falten von Innen auf. Pada kalimat iklan ini tidak ditemukan adanya *rhetorische Figuren*. Adapun kalimat iklan ini bermakna sebagai berikut: “EUBOS HYLAURON melapisi keriput dari dalam”.

B.61. Analisis Data 61



Headline iklan ini adalah JETZT KANN ICH : KORRIGIEREN, ERSCHÖNERN STRAHLEN, yang termasuk kategori *Wiederholung gleicher Elemente*, sub kategori *Endreim*, karena terdapat kata – kata yang diakhiri dengan huruf yang sama, sehingga apabila dilafalkan membentuk rima, yaitu pada kata “*korrigieren*”, “*verschönern*”, dan “*strahlen*”, ketiga kata tersebut diakhiri dengan huruf yang sama, yaitu “-en”, sehingga pada saat dilafalkan mengeluarkan bunyi yang sama.

B.62. Analisis Data 62



Headline iklan ini adalah MIT EXTRA-LICHTSCHUTZ LÄNGER JÜNGER AUSSEHEN, yang termasuk kategori *Tropen*, sub kategori *Hyperbell*, karena terdapat unsur yang melebihi – lebihkan, terutama pada frasa *länger jünger aussehen*, yang bermakna “penampilan terlihat lebih muda lebih lama”. Iklan ini menawarkan produk perawatan kulit melawan penuaan (*antiaging*), sehingga iklan ini bermaksud, dengan menggunakan produk ini maka akan terlihat awet muda. Kata tersebut memberikan kesan berlebihan.

B.63. Analisis Data 63



Headline iklan ini adalah **MULTI KORRIGIERENDE WIRKUNG FÜR EIN NEUES GEFÜHL PERFEKTIONIERTEN HAUT** , yang termasuk kategori *Tropen*, sub kategori *Hyperbell*, karena terdapat unsur yang melebihi – lebihkan terutama pada frasa “*für ein neues Gefühl, perfektionierten Haut*”, dalam bahasa Indonesia memiliki arti, “untuk rasa yang baru, menyempurnakan kulit anda”. Kalimat iklan ini bermaksud, bila menggunakan produk ini maka anda kulit anda terasa baru dan sempurna.

B.64. Analisis Data 64



Headline iklan ini adalah **DIE BLUR SENSATION PORENLOSER TEINT PERFEKTIONIERTE NUDE**, yang termasuk termasuk kategori *Tropen*, sub

kategori *Metonimie*, karena mengganti sebuah kata dengan kata lain yang memiliki hubungan erat, dalam hal ini hubungan eratnya adalah dengan nama produk yang ditawarkan. Kalimat ini bermakna sebagai berikut: “Sensasi *Blur*, menyamarkan pori – pori menyempurnakan warna kulit”. Kata *Blur* memiliki makna sesuatu yang tidak jelas, namun pada kalimat tersebut, kata *Blur* merupakan nama produk yang ditawarkan.

B. 65. Analisis Data 65



Headline iklan ini adalah **SINNLICHER DUFT, SPÜRBARE PFLEGE**, yang termasuk kategori *Tropfen*, sub kategori *Hypotasierung*, karena terdapat penggambaran benda abstrak seolah memiliki wujud. Kata *spürbar* dalam kalimat ini berarti “dapat dirasakan”, sementara kata *Pflege* berarti “perawatan”, yang merupakan sesuatu yang abstrak. Namun pada kalimat tersebut kata *Pflege* digambarkan seperti sesuatu yang bisa dirasakan.