

ABSTRAK

Reshtie Fadillah. 2017. *Rhetorische Figuren* dalam *Schlagzeile* Iklan Produk Makanan dan Minuman Majalah *Brigitte*. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis *rhetorische Figuren* yang digunakan dalam *Schlagzeile* iklan produk makanan dan minuman dalam majalah *Brigitte* nomor satu sampai dua puluh enam terbitan tahun 2015. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik studi pustaka.

Data dalam penelitian ini adalah *Schlagzeile* iklan produk makanan dan minuman. Data tersebut dianalisis berdasarkan jenis-jenis *rhetorische Figuren* berdasarkan teori dari Nina Janich. Dari data yang dianalisis diperoleh hasil, bahwa terdapat 67 *Schlagzeile* dengan jumlah *rhetorische Figuren* sebanyak 94. Perbedaan jumlah tersebut karena terdapat beberapa *Schlagzeile* mengandung lebih dari satu jenis *rhetorische Figuren*. Jenis *rhetorische Figuren* yang ditemukan yaitu: 16 *Ellipse*, 10 *Metonymie*, 9 *Alliteration* dan *Ausruf*, 8 *Paronomasie*, 7 *Personifikation*, 6 *Metapher* dan *Hyperbel*, 5 *Anapher* dan *Apostrophe*, 4 *Endreim* 2 *Diaphora*, 1 *Anastrophe*, *Antithese*, *Oxymoron*, *Rhetorische Frage*, *Synekdoche*, *Antonomasie* dan *Entkonkretisierung/Hypostasierung*.

Kata kunci: majalah, iklan, *Schlagzeile*, *rhetorische Figuren*