SOMMAIRE

RÉSUME..... i

ABSTRAK ii

AVANT PROPOS iii

SOMMAIRE v

LISTE DE TABLEAUX vii

ANNEXE viii

CHAPITRE I – INTRODUCTION 1

A. Etat-des Lieux 1
B. Limitation des Problèmes 7
C. Formulation des problèmes 8
D. But de Recherche 8
E. Avantages de la Recherche 9

CHAPITRE II – RECOURS AUX THÉORIES 10

A. Cadre de Théorique 10
1. Analyse contrastive 10
2. Publicité 11
3. Phrase 14
3.1. Types de Phrases en Français 14
3.2. Types des Phrases en Indonésien 18
4. Boisson 22
5. Relation de la Publicité et l'Enseignement de la langue 29
B. Plan de Concept 30

CHAPITRE III – METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE 31

A. Méthode de la Recherche 31
B. Source de Données 31
C. Technique de l'Analyse des Données 32
D. Procédures de la Recherche 32

CHAPITRE 1V RESULTAT DE LA RECHERCHE 33

v

A. Résultat de la Recherche 33
1. Résultat de types de phrases de la boisson publicitaire en français 33
2. Résultat de types de phrases de la boisson publicitaire en indonésien 43
B. Analyse .....
1. Les similarités entre le slogan de la boisson en français et en indonésien 52
2. Les différences entre le slogan de la boisson en français et en indonésien 59

CHAPITRE V CONCLUSION ET SUGGESTION 69

A. Conclusion 69
B. Suggestion 70

BIBLIOGRAPHIE 72

SITOGRAPHIE 73

ANNEXE - LA BOISSON PUBLICITAIRE FRANÇAIS ET INDONÉSIEN 76