

KAPITEL I

EINLEITUNG

A. Hintergrund

Ein Kommunikationsmittel, das eine wichtige Rolle im Leben der Menschen spielt, ist die Sprache. Deutsch zum Beispiel, hat bestimmte Regeln und ein System, das anders als in anderen Sprachen ist. Chaer (2004:11) stellt fest dass: “die Hauptfunktion ist der Sprache ein Kommunikationsmittel oder Instrument, das Interaktionen von Menschen ermöglicht”. Mit der Sprache kann man sein Wissen durch die Kommunikation erweitern. Es gibt viele Arten der Kommunikation. Die Kommunikation kann durch Druckmedien (Magazine, Zeitungen) oder elektronische Medien (Radio, Fernsehen) erfolgen. Ein Teil von Druckmedien sind Anzeigen. Eine Anzeige ist eine Kommunikations aktivität, die Kommunikation zwischen Produzenten und Konsumenten.

Die Anzeige ist ein Kommunikationsmittel, die in einigen Massenmedien wie Zeitung oder Magazin geschaltet wird. Diese Anzeige kann in Form von Texten, Bildern oder einer Mischung oder Kombination aller genannten Elemente sein. Die Anzeige ist sehr wichtig für viele Menschen. Kriyantono (2008:174) meint : “dass die Anzeige als Informationsbereitstellung eines Produktes oder Dienst gilt, die durch ein Medium einen Betrieb für einige oder alle Volksgruppen gezeigt wird”. Diese Bereitstellung sind

Sachen, die in Form vom Bild, der Reihenfolge des Wortes oder mit verschiedenen Farbengeschicht. Das Medium ist ein Mittel, das als ein elektrisches Medium angewendet wird.

Anzeigen können in Slogans geformt wird. Ein Slogan ist ein Wort oder kurzer Satz, der interessant und auch leicht zu merken ist. Im Allgemeinen sollen Slogans in Anzeigen das Produkt und das produzierte Produkt für die Gemeinschaft erklären. Und jetzt werden Slogan als Verbreitung verwendet, sowie auch für Kampagnen. Es gibt Slogan für bildung, Slogan auf Gesundheit. Im Allgemeinen enthalten Slogans Aufforderungsätze, Verboten und Beschwerden. Wenn man Magazine list, findet man viele Slogans. Dwi Harningsih (2008:100) sagt dazu „das Ziel der Slogan ist Informationen zu geben oder um die Leser bezüglich interessanter Angebote zu beeinflussen. Der Slogan sollte attraktiv sein und passen die Vision und Mission passen, die ein Produkt transportiert und dessen Ethik in der Anzeigenerstellung treffen. Der Slogan besteht aus einigen Sätzen, die im Allgemeinen in Form von Aufforderung, Satzverbot oder in einem Imperativsatz stehen“. Manchmal können viele Leser nicht zwischen Konotation und Denotation der Slogans unterscheiden.

In dieser Untersuchung wird das Magazin Deutschland “Der Spiegel” als Untersuchungsobjekt benutzt. DE Magazin Deutschland “Der Spiegel” hat auch ein Forum für Politik, Kultur und Wirtschaft. In diesem Magazin gibt es viele Slogan im Anzeige. Der Slogan kann auch helfen, wie zum Beispiel für eine Firma. Der Slogan kann man helfen, um über ein Produkt zu informieren. Der Slogan ist eine Tagline anzeige das Ziel oder nutzen von einer Marke zu erklären.

Es hat auch ein Ziel für die Menschen, wenn man Slogans präsentieren kann. Die Anwendung von langen Sätzen in einem Slogan in Deutschmagazinen hat auch ein Problem für die Leser. Der Leser findet es langweilig, wenn er den Slogan liest. Jedermann hat eine andere Meinung, die in dem Slogan gibt. Das verwirrt den Leser.

Gemäß dem Problem hat die Untersucherin ein Interesse daran, zu untersuchen, wie ein guter Slogan zu machen ist, sodass der Slogan interessant sieht aus. Die Untersucherin wird eine Analyse für den Slogan machen, nämlich *“Die Analyse der Slogans in Anzeigen im DE Magazin Deutschland ‘Der Spiegel’ in der Edition 11/2015”*.

B. Die Problemidentifizierung

Basierend auf dem obigen genannten Hintergrund können einige Probleme im Folgenden festgestellt werden :

1. Was ist die Bedeutung des Slogans im DE Magazin Deutschland ‘Der Spiegel’ ?
2. Was ist Konnotation- und Denotationbedeutung im Slogan ?
3. Was ist das Ziel des Slogans im DE Magazin Deutschland ‘Der Spiegel’?

C. Fokus der Untersuchung

Die Begrenzung des Problems in dieser Untersuchung ist die Analyse von Slogans im DE Magazin Deutschland ‘Der Spiegel’ in der Edition 11/2015”.

D. Die Untersuchungsziele

Gemäß der obigen Problemidentifizierung sind die Untersuchungsziele folgende:

1. Die Konnotation- und Denotationbedeutung im DE Magazin Deutschland zu finden.
2. Die Bedeutung des Slogans im DE Magazin Deutschland "Der Spiegel" versehen.

E. Nutzen der Untersuchung

Die Nutzen dieser Untersuchung sind:

1. Diese Untersuchung kann dem Leser über den Slogan im DE Magazin Deutschland "Der Spiegel" informieren.
2. Als Motivation für Deutschstudenten beim Lernen über der Slogan.
3. Als Vergleichsmaterial für weitere Untersuchungen.