

**ANALISIS BAHASA IKLAN KARTU PERDANA
DI HARIAN *KOMPAS***



Oleh :

Dayinta Widya Utama

NIM: 12402002

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA
MADIUN
2007**

**ANALISIS BAHASA IKLAN KARTU PERDANA
DI HARIAN *KOMPAS***

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Strata-1 (S1) Sarjana Pendidikan (S. Pd)
Bahasa dan Sastra Indonesia**

Oleh :

Dayinta Widya Utama

NIM: 12402002

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA
MADIUN
2007**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : Analisis Bahasa Iklan Kartu Perdana di Harian *Kompas*

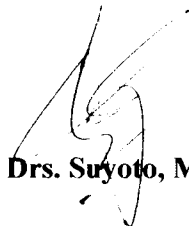
oleh : Dayinta Widya Utama

NIM : 12402002

telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Widya Mandala Madiun, pada tanggal 10 Januari 2007.


Dosen Pembimbing Skripsi,

Pembimbing I



Drs. Suyoto, M. Hum.

Pembimbing II



Dra. Agnes Adhani, M. Hum.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : Analisis Bahasa Iklan Kartu Perdana di Harian *Kompas*

oleh : Dayinta Widya Utama

NIM : 12402002

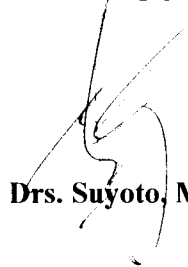
telah diuji oleh Dewan Penguji Skripsi dan disahkan oleh Dekan Fakultas

Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Widya Mandala madiun,

pada tanggal 10 Januari 2007.

Dewan Penguji Skripsi

Penguji I,



Drs. Suyoto, M. Hum.

Penguji II,



Dra. Agnes Adhani, M. Hum.

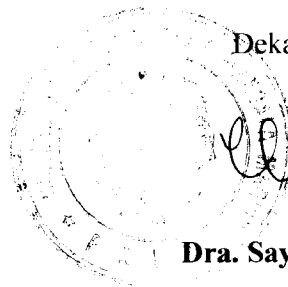
Penguji III,



Dra. Sayekti, M. Pd.

Mengetahui

Dekan FKIP,



Dra. Sayekti, M. Pd.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Dayinta Widya Utama

NIM : 12402002

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul *Analisis Bahasa Iklan Kartu Perdana di Harian Kompas* adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam Daftar Pustaka.

Oleh karena itu, apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Madiun, 10 Januari 2007

Yang membuat pernyataan



Dayinta Widya Utama

MOTTO

Hidup ini tanpa ada cinta, apalah artinya...

Namun, hidup hanya dengan cinta, manalah bisa...

Lengkapilah hidup ini, dengan harapan, usaha, dan do'a.

Karena hidup ini adalah sebuah perjuangan,

Bukan sekedar berjuang untuk hidup...

Berjuang juga disertai pengorbanan

*Hidup yang tanpa perjuangan dan pengorbanan, hanyalah hidup manusia yang
putus asa...*

Jangan pernah merasa takut pada bayanganmu...

Karena, 'dia' tidak akan pernah bisa menyakitimu

Orang yang takut pada bayangannya sendiri,

Hanyalah orang-orang yang tak punya rasa percaya

diri....

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsiku untuk:

- ♥ *Keluarga 'Cemara'ku (Ayahku Sugito, Ibuiku Ida, dan Adikku Dewinta), karena kalianlah aku merasa sangat berarti.*
- ♥ *Ervin, karena setiap kata, setiap tawa, dan setiap tangisku adalah kamu.*
- ♥ *Almamaterku, Universitas Widya Mandala Madiun tempatku menuntut ilmu.*
- ♥ *Semua teman-temanku angkatan 2002/2003 di PBSI ('Kua' Martinus, Anita, dan Bayu) Sungguh, persahabatan kita tidak akan pernah musnah sampai kapanpun.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadapan Allah SWT, karena hanya dengan ridhlo dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian berjudul *Analisis Bahasa Iklan Kartu Perdana di Harian Kompas* yang dilaporkan dalam bentuk skripsi ini dengan tepat waktu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini dapat diselesaikan oleh adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak. Beberapa yang dapat disebutkan di sini adalah:

1. Bpk Drs. Suyoto, M. Hum dan Ibu Dra. Agnes Adhani, M. Hum, keduanya adalah dosen pembimbing yang dengan sabar dan tekun turut membantu dan memberikan bimbingan serta banyak masukan sejak usulan penelitian hingga skripsi ini selesai.
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan Kaprodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengerjakan skripsi.
3. Seluruh staf karyawan perpustakaan yang telah membantu dan memberikan kemudahan dalam memperoleh buku-buku sumber yang berkaitan dengan masalah penelitian.
4. Teman seangkatan peneliti yang telah memberikan motivasi dan dukungan untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
5. Berbagai pihak yang namanya tidak mungkin peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu, memberikan semangat dan doa selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.

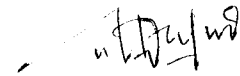
Dengan rendah hati dan rasa tulus, peneliti menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak tersebut di atas.

Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi sempurnanya tulisan ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya.

Madiun, 10 januari 2007

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dayinta Widya Utama', with a small mark to the left.

Dayinta Widya Utama

Nama PTS : Universitas Widya mandala Madiun
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

ABSTRAKSI SKRIPSI

Nama : Dayinta Widya Utama
NIM : 12402002
Prodi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Judul Skripsi : Analisis Bahasa Iklan Kartu Perdana di Harian *Kompas*
Ringkasan Isi :

Dalam wujud fungsi komunikasi, iklan memiliki berbagai gaya, baik dalam penyajiannya maupun isi iklan itu sendiri. Gaya dan isi iklan tersebut selalu mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya media massa. Bahasa merupakan salah satu aspek penting bagi keberhasilan iklan. Jadi, bahasa iklan memegang peranan sangat vital dalam menyampaikan maksud iklan itu sendiri. Kadang-kadang di media massa ditemukan iklan yang minim bahasa, namun gejala itu tidak dengan sendirinya menafikan pentingnya bahasa dalam iklan. Demikian juga pada iklan kartu perdana di media massa, persoalan sedikit atau banyaknya bahasa yang digunakan untuk mempersuasi khalayak bergantung pada pemahaman tentang aspek mana yang perlu ditonjolkan dalam iklan, bahasa verbal atau bahasa nonverbal. Dengan latar belakang seperti itu, penelitian dengan judul *Analisis Bahasa Iklan Kartu Perdana di Harian Kompas* ini dilakukan dengan tujuan ingin mengetahui dan mendeskripsikan bentuk wacana iklan kartu perdana, mengetahui dan mendeskripsikan struktur ketatabahasaan kalimat iklan kartu perdana, mengetahui dan mendeskripsikan diksi iklan kartu perdana, dan mengetahui konteks beserta pengaruhnya terhadap pemakaian bahasa iklan kartu perdana tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode/pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu metode sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Data yang dianalisis dan hasilnya berbentuk deskriptif, tidak berupa angka-angka atau koefisien tentang hubungan variabel. Data yang dipakai dalam penelitian ini berupa kata, kalimat, wacana, dan konteks yang tertera pada iklan kartu perdana. Sedangkan sumber datanya adalah teks iklan kartu perdana dalam harian *Kompas* tanggal 1-28 Februari 2006. teks iklan kartu perdana yang berhasil dikumpulkan berjumlah 28 buah.

Berdasarkan analisis data, penelitian ini menghasilkan sejumlah temuan sebagai berikut:

Dalam hal bentuk wacana, diketahui bahwa bentuk wacana iklan kartu perdana secara umum merupakan wacana persuasif, namun dalam praktiknya iklan-iklan tersebut ternyata juga disertai dengan ungkapan-ungkapan yang memberikan penjelasan, penjelasan prosedural, mendeskripsikan karakter, argumen, dan ilustrasi dramatik. Dari analisis data ditemukan sejumlah variasi bentuk wacana sebagai berikut: 1) Bentuk wacana persuasi sejumlah 2 wacana, 2) bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai eksposisi sejumlah 6 wacana, 3) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai argumentasi sejumlah 1 wacana, 4) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai penjelasan prosedural sejumlah 2 wacana, 5) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai deskripsi sejumlah 2 wacana, 6) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai eksposisi dan penjelasan prosedural sejumlah 9 wacana, 7) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai deskripsi dan penjelasan prosedural sejumlah 1 wacana, 8) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai eksposisi dan ilustrasi dramatik sejumlah 1 wacana, 9) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai eksposisi dan deskripsi sejumlah 1 wacana, 10) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai eksposisi, deskripsi, dan penjelasan prosedural sejumlah 1 wacana, 11) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai ilustrasi dramatik, deskripsi, dan penjelasan prosedural sejumlah 1 wacana, dan 12) Bentuk wacana persuasi dengan pola/teknik persuasi disertai argumentasi, ilustrasi dramatik, dan deskripsi sejumlah 1 wacana.

Berkenaan dengan struktur ketatabahasa kalimat, ditemukan bahwa data kalimat iklan yang berjumlah 126 kalimat diklasifikasikan berdasarkan struktur internal klausa utama, terbagi ke dalam 1) Kalimat sempurna sejumlah 83 kalimat dan 2) Kalimat tidak sempurna sejumlah 43 kalimat; dan berdasarkan jenis respons yang diharapkan, terbagi ke dalam 1) kalimat pernyataan sejumlah 91 kalimat, 2) kalimat pertanyaan sejumlah 9 kalimat, dan 3) kalimat perintah sejumlah 26 kalimat. Banyaknya kalimat yang tidak sempurna membuat peneliti menyimpulkan bahwa bahasa iklan kartu perdana termasuk ragam tidak baku.

Dalam hal diksi, diketahui bahwa iklan kartu perdana banyak menggunakan ragam tidak baku, yaitu menggunakan kata-kata dari bahasa asing yang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia, kata-kata dari bahasa cakapan sehari-hari, dan menggunakan kata-kata khusus bidang telekomunikasi seluler. Temuan ini mengokohkan kesimpulan bahwa iklan kartu perdana termasuk ragam tidak baku.

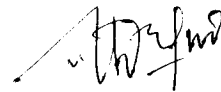
Berkenaan dengan konteks dan pengaruhnya terhadap pemakaian bahasa iklan kartu perdana diketahui bahwa konteks iklan kartu perdana sangat berpengaruh terhadap pemakaian bahasa. Pemakaian huruf, kata, kalimat, besar atau kecilnya tulisan yang dipakai, bentuk wacana yang digunakan, isi/informasi yang disajikan, dan ragam bahasa yang dipakai erat hubungannya dengan konteks yang melatarinya, yaitu *setting* dan *scene*, *participant*, *end*, *act*, *key*, *instrument*, *norm*, dan *genre*.

Setelah melakukan penelitian terhadap bahasa iklan kartu perdana, peneliti menyampaikan beberapa saran yaitu: bagi pengajaran bahasa, hendaklah

kajian secara menyeluruh dan mendalam dalam hal pemakaian bahasa khususnya bahasa iklan ini dapat dijadikan masukan sebagai bahan pengajaran/pembelajaran kepada siswa; dan bagi masyarakat, hendaklah masyarakat lebih pintar memilah-milah produk kartu perdana yang ditawarkan dan jangan sampai terpengaruh dengan penggunaan bahasa yang terlalu atraktif dan persuasif yang dipakai oleh si pembuat iklan dalam menawarkan produknya.

Madiun, 10 Januari 2007

Peneliti,



Dayinta Widya Utama

Penguji I,



Drs. Suyoto, M. Hum.

Penguji II,



Dra. Agnes Adhani, M. Hum.

Penguji III,



Dra. Sayekti, M. Pd.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI SKRIPSI.....	ix
DAFTAR ISI	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Asumsi	8
G. Definisi Istilah	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	9
A. Iklan	9
1. Pengertian Iklan	9
2. Peran dan Fungsi Iklan	10
3. Jenis Iklan	11
B. Wacana	14
1. Pengertian Wacana	14
2. Bentuk Wacana	15
3. Wacana Persuasi	18
a. Pengertian Wacana Persuasi	18
b. Teknik/Mode Persuasi	19
4. Wacana Iklan	23
a. Pengertian Wacana Iklan	23
b. Wacana Iklan yang baik	24

C. Kalimat	25
1. Pengertian Kalimat	25
2. Jenis Kalimat	26
3. Bentuk Kalimat Iklan	30
4. Hubungan Semantis Antarklausa Kalimat Majemuk ..	31
D. Diksi/Pilihan Kata	37
1. Pengertian Diksi	37
2. Ketepatan Diksi	38
a. Persyaratan Ketepatan Diksi	38
3. Kesesuaian Diksi	38
a. Persyaratan Kesesuaian Diksi	39
E. Konteks	39
 BAB III : METODE PENELITIAN	 44
A. Pendekatan Penelitian	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Data dan Sumber Data	46
D. Instrumen Penelitian	47
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis Data	47
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 49
A. Bentuk Wacana Iklan	49
B. Struktur Ketatabahasaan Kalimat Iklan	68
C. Diksi/Pilihan Kata Iklan	77
D. Konteks dan Pengaruh Pemakaian Bahasa Iklan	80
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	 86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	90
 DAFTAR PUSTAKA	 91
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	
LAMPIRAN 1 : DATA KALIMAT	93
LAMPIRAN 2 : DATA WACANA IKLAN	104