

**ANALISIS BAHASA INDONESIA
DALAM MEDIA CETAK**



OLEH :

S u m a r t i

NIRM : 96.7.115.02022.56738

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
JURUSAN BAHASA DAN SENI
MADIUN
1997**

**ANALISIS BAHASA INDONESIA
DALAM MEDIA CETAK**
LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

ANALISIS BAHASA IKLAN

DALAM MEDIA CETAK

SKRIPSI

Diajukan

Persyaratan

Mencapai

(S-1)

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni



NIRM. 96.7.115.02022.56738

Disetujui oleh Pembimbing untuk Diajukan kepada

OLEH :

Dewan Penguji Skripsi Pada Tanggal :

S u m a r t i

NIRM : 96.7.115.02022.56738

Pembimbing Skripsi

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
JURUSAN BAHASA DAN SENI
MADIUN
1997**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

Skripsi dengan judul :

ANALISIS BAHASA IKLAN

DALAM MEDIA CETAK

Diajukan untuk Memenuhi sebagai Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni

Disusun oleh :

Sumarti

Penguji NIRM. 96.7.115.02022.56738

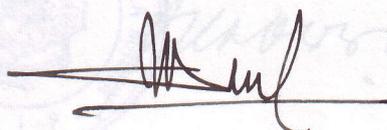
Disetujui oleh Pembimbing untuk Diajukan kepada
Dewan Penguji Skripsi Pada Tanggal :

Drs. Gr. Mudjiyono, M.Pd

Prof. Dr. Herman Waluyo

Dekan FKIP

Pembimbing Skripsi



Drs. Gr. Mudjiyono, M.Pd.

LEMBAR PENGESAHAN

1. ".....Niscaya Allah meninggikan orang-orang yang beriman di an Skripsi dengan judul:ang yang berilmu beberapa derajat Analisis Bahasa Iklan (ajadalah ayat 11) Dalam Media Cetak

2. "Barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki Telah diuji pada tanggal:at, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia dan akhirat, maka wajib juga banyak memiliki ilmu" (H.R. Thabrani)

3. Tunt Penguji I, mulai dari buaian s Penguji II, lihat (Al Hadist)



Drs. Gr. Mudjiyono, M.Pd

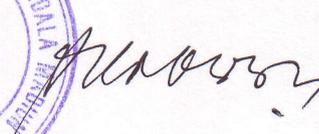


Prof. Dr. Herman Waluyo

4. Menuntut itu wajib bagi kaum muslimin dan



Dekan FKIP


Drs. Lukas Susanto, M.Kes.

HALAMAN OTROBAHAN

1. ".....Niscaya Allah meninggikan orang-orang yang beriman di antara kami dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat" (Qur'an Al Mujadalah ayat 11)
dukungan sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
2. "Barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup akhirat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia dan akhirat, maka wajib juga banyak memiliki ilmu" (H.R. Thabrani) dan memotivasi semangat kuliahku.
3. Tuntutlah ilmu mulai dari buaian sampai liang lahat (Al Hadist)
4. Menuntut ilmu itu wajib bagi kaum muslimin dan muslimat (Al Hadist)

Nama PTS : HALAMAN PERSEMBAHAN

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Skripsi ini kupersembahkan buat:

1. Keluargaku

ABSTRAKSI SKRIPSI

Kakakku serta adik-adikku yang telah memberikan dukungan sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Juga semua keponakan serta cucuku yang benar-benar dapat menambah semangat sehingga dapat menyelesaikan tulisan ini.

2. Teman-temanku

Teruntuk teman-teman baik teman kuliah tercinta maupun teman bekerja yang banyak mendukung dan memotivasi semangat kuliahku.

Hal ini dapat dilakukan melalui iklan. Iklan ada yang disampaikan secara lisan, ada pula dalam bentuk tulisan. Iklan baik dalam bentuk lisan maupun tulisan disampaikan dengan menggunakan alat yang disebut bahasa, yaitu bahasa iklan. Bahasa iklan itu harus menarik serta mengikat sehingga memerlukan kata-kata dan cara-cara penuturan yang berbeda dengan bahasa umum.

Berkaitan dengan latar belakang di atas skripsi ini akan membahas bahasa iklan dalam majalah atau surat kabar. Hal-hal yang dibahas meliputi bentuk bahasa yang dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu iklan dalam bentuk frasa, iklan dalam bentuk kalimat dan iklan dalam bentuk wacana. Di samping itu juga pilihan kata merupakan hal yang sangat penting dalam iklan.

Sesuai dengan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk wacana dalam iklan.
2. Mendeskripsikan teknik-teknik persuasi dalam iklan.
3. Menelaah struktur pesan dalam iklan.
4. Menelaah pilihan kata yang terdapat dalam iklan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif artinya peneliti mendeskripsikan data atau mengolah data apa adanya pada saat penelitian itu dilakukan. Data yang berupa bahasa iklan itu diambil dari sumber data majalah.

koran sejumlah tiga puluh eksemplar. Analisis data
Nama PTS : Universitas Widya Mandala Madiun

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

ABSTRAKSI SKRIPSI

Nama : S U M A R T I

NIRM : 96.7.115.02022.56738

No. Pokok : 12496019

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni

J u d u l : Analisis Bahasa Iklan dalam Media Cetak

Ringkasan Isi :

Dalam era perdagangan bebas, informasi sangat diperlukan orang, baik untuk memperkenalkan maupun untuk menjual barang dan jasa. Hal ini dapat dilakukan melalui iklan. Iklan ada yang disampaikan secara lisan, ada pula dalam bentuk tulisan. Iklan baik dalam bentuk lisan maupun tulisan disampaikan dengan menggunakan alat yang disebut bahasa, yaitu bahasa iklan. Bahasa iklan itu harus menarik serta mengikat sehingga memerlukan kata-kata dan cara-cara penuturan yang berbeda dengan bahasa umum.

Berkaitan dengan latar belakang di atas skripsi ini akan membahas bahasa iklan dalam majalah atau surat kabar. Hal-hal yang dibahas meliputi bentuk bahasa yang dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu iklan dalam bentuk frasa, iklan dalam bentuk kalimat dan iklan dalam bentuk wacana. Di samping itu juga pilihan kata merupakan hal yang sangat penting dalam iklan.

Sesuai dengan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk wacana dalam iklan.
2. Mendeskripsikan teknik-teknik persuasi dalam iklan.
3. Menelaah struktur pesan dalam iklan.
4. Menelaah pilihan kata yang terdapat dalam iklan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif artinya peneliti mendeskripsikan data atau mengolah data apa adanya pada saat penelititan itu dilakukan. Data yang berupa bahasa iklan itu diambil dari sumber data majalah,

koran sejumlah tiga puluh eksemplar. Analisis data dilakukan secara kualitatif yaitu menggolongkan bentuk, menjelaskan dan menyimpulkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk penentuan bahasa iklan atau wujud bahasa iklan adalah wacana dengan berbagai variasi yaitu yang berupa kata atau frasa atau kalimat dan wacana lengkap. Wacana yang berupa kata, frasa atau kalimat itu diikuti oleh unsur non verba sebagai pelengkap wacana. Struktur kalimat yang digunakan adalah S-P misalnya: Sunlight krim sinar matahari. Di samping itu struktur P-S misalnya: Ditanggung halal Ajinomoto. Juga struktur S-P-O, contoh: Masker pelembut wajah ekstrak temu giring dan tablet memberikan kelembutan alami.

Berdasarkan hasil penelitian di atas disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagi penulis iklan
Penulis iklan perlu memperhatikan unsur kebahasaan dalam iklan yang meliputi pilihan kata, pemilihan kalimat, wacana, dengan cara menarik.
2. Bagi guru bahasa Indonesia
Guru bahasa Indonesia dapat memanfaatkan iklan sebagai salah satu alternatif bahan pengajaran bahasa di SMK.
3. Bagi peneliti lanjut
Penelitian yang dilakukan ini masih terbatas pada iklan yang ada di koran, atau majalah. Peneliti lain dapat memperluas jangkauan penelitian ini dengan membahas iklan dalam komunikasi lisan, misalnya melalui radio atau televisi.

Madiun, 14 Juli 1997

Mahasiswa yang bersangkutan

S u m a r t i

Mengetahui:

Dekan,

Pembimbing,



Drs. Lukas Susanto M.Kes.

Drs. Gr. Mudjiyono M.Pd.

5. Semua pihak yang telah memberi dorongan moral, spiritual dan materi menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sebab berkat rahmat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Strata-1 pada Universitas Widya Mandala Madiun dapat selesai dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Bahasa Iklan dalam Media Cetak ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah selayaknyalah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang terhormat Bapak Drs. Gr. Mudjiyono, M.Pd. yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
2. Yang terhormat Bpk. Drs. Djoko Pudjianto, selaku Kepala SMK 1 Madiun Magetan yang telah banyak membantu penulis.
3. Yang terhormat Bapak dan Ibu petugas perpustakaan Universitas Widya Mandala Madiun yang telah bersedia melayani penulis dalam pelayanan peminjaman buku-buku.
4. Rekan-rekan mahasiswa yang ikut serta dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah memberi dorongan moral, spiritual dan material kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

HALAMAN Akhirnya penulis sangat menyadari akan kekurangan skripsi ini. Untuk itu demi penyempurnaannya, saran-saran serta kritik sangat penulis harapkan. 111

MOTTO Semoga skripsi ini sedikit banyak dapat dimanfaatkan untuk menambah perbendaharaan sumber-sumber ilmiah dan dijadikan dasar penelitian lebih lanjut dalam upaya pengembangan ilmu bahasa. viii

DAFTAR ISI x

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah Madiun, 1 Desember 1997

C. Tujuan Penelitian Penulis 2

D. Kegunaan Penelitian 3

E. Keterbatasan Penelitian 3

F. Definisi Istilah 4

BAB II KAJIAN PUSTAKA 5

A. Wacana 5

B. Iklan 9

C. Teknik-teknik Persuasi 13

D. Pilihan Kata 14

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	DAFTAR ISI	15
A.	Rancangan Penelitian	15
B.	Data dan Sumber Data	Halaman
HALAMAN JUDUL	neworrtian Data	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Data	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ITB	iii
MOTTO	... Bertukar bertukar. Wawasan. Iklan	iv
PERSEMBAHAN	... Persepsi. Dalam. Iklan	v
ABSTRAKSI SKRIPSI	... Persepsi. (Profesi. Dan. Iklan)	vi
KATA PENGANTAR	... Kata. Yang. Diucapkan. pada. Waktu	viii
DAFTAR ISI		x
BAB I PENDAHULUAN		1
A.	Latar Belakang Masalah	1
B.	Rumusan Masalah	2
C.	Tujuan Penelitian	2
D.	Kegunaan Penelitian	3
E.	Keterbatasan Penelitian	3
F.	Definisi Istilah	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA		5
A.	Wacana	5
B.	Iklan	9
C.	Teknik-teknik Persuasi	13
D.	Pilihan Kata	14

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	15
	A. Rancangan Penelitian	15
	B. Data dan Sumber Data	17
	C. Pengumpulan Data	17
	D. Analisis Data	18
BAB IV	HASIL PENELITIAN	19
	A. Bentuk-bentuk Wacana Iklan	19
	B. Teknik-teknik Persuasi dalam Iklan	22
	C. Struktur Pesan (Urutan Penyajian)	27
	D. Pilihan Kata yang Digunakan pada Wacana Iklan	29
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	37
	A. Simpulan	37
	B. Saran	38

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

.....

.....

.....

.....

.....

.....