

**GAYA BAHASA PADA IKLAN PRODUK MAKANAN DI GLOBAL TV**



**JURNAL SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Strata Satu (S1) Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah**

**OLEH**

**NANA LIA RAHMAN**

**E1C114069**

**PRODI PENDIDIKAN BAHASA SASTRA INDONESIA DAN DAERAH**

**JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS MATARAM**

**2018**



**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKANTINGGI  
UNIVERSITAS MATARAM  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jl. Majapahit No. 62 Telp (0370) 623873 Fax. 634918 Mataram 83125**

---

**HALAMAN PENGESAHAN JURNAL**

Skripsi berjudul

**GAYA BAHASA PADA IKLAN PRODUK MAKANAN DI GLOBALTV**

Oleh:

**NANA LIA RAHMAN  
E1C 114 069**

Telah diperiksa dan disetujui pada tanggal ... November 2018

Dosen Pembimbing I,

Dra. Syamsinas Jafar, M.Hum.  
NIP.195912311986092001

Dosen Pembimbing II,

Drs. Mochammad Asyhar, M.Pd  
NIP.196706021997021002

## **GAYA BAHASA PADA PRODUK MAKANAN DI GLOBAL TV**

Oleh:

Nana Lia Rahman, Syamsinas jafar, Mochammad Asyhar.

PENDIDIKAN BAHASA SASTRA INDONESIA DAN DAERAH

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MATARAM

Email: [nanalia4620@gmail.com](mailto:nanalia4620@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini (1) bagaimanakah bentuk lingual gaya bahasa iklan produk makanan di Globaltv.(2) bagaimanakah jenis gaya bahasa iklan produk makanan di Globaltv. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Memeriksa tentang bentuk lingual gaya bahasa pada produk makanan di Globaltv. (2) memeriksa tentang jenis gaya bahasa pada produk makanan di Globaltv. Mengingat objek penelitian ini berupa audiovisual, data-data yang akan dikumpulkan berupa kata dan frasa baik yang berbentuk lisan dan tulisan. Metode dan teknik dalam mengumpulkan data, adalah metode simak, teknik rekam dan teknik catat, sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan intralingual dengan teknik lanjutan yaitu (HBB) Hubung Banding Membedakan. Hasil penelitian ini menunjukkan ditemukannya (1) bentuk gaya bahasa berupa kata, frasa, klausa dan kalimat. (2) jenis gaya bahasa berupa majas anafora, majas mesodiplosis, dan majas epistrofa.

***Kata Kunci*** :Bentuk gaya bahasa, jenis gaya bahasa, dan iklan produk makanan.

## **ABSTRACT**

The problems discussed in this study (1) what is the lingual form of the language style of food product advertisements on Globaltv. (2) what kind of language style of food product advertising at Globaltv. The objectives of this study are: (1) describe the lingual form of language style in food products on Globaltv. (2) describes the type of language style in food products at Globaltv. Given the object of this research in the form of audiovisual, the data that will be collected in the form of words and phrases in the form of both oral and written. Methods and techniques in collecting data, are the referral method, recording technique and note-taking technique, while the data analysis method used in this study is the intralingual equivalent method with an advanced technique, namely (HBB) Differentiating Appeal Link. The results of this study indicate the discovery of (1) the form of language styles in the form of words, phrases, clauses and sentences. (2) types of language styles such as majas anafora, mesodiplosis majas, and epasrofa majas.

**Keywords:** Form of language style, type of language style, and food product advertising.

## A. PENDAHULUAN

Penggunaan gaya bahasa didalam iklan makanan menarik untuk diteliti, karena memiliki gaya bahasa sebagai daya tarik untuk mendapatkan perhatian para konsumen. Peneliti memilih menganalisis iklan karena bahasa dan jenis kata dalam iklan memiliki gaya bahasa tersendiri untuk mempromosikan suatu produk.

Bahasa dalam iklan dituntut untuk mampu menarik, mengidentifikasi, dan mengkomunikasikan pesan dengan kooperatif kepada khalayak. Gaya bahasa adalah adalah ciri khas/karakter bahasa tertentu yang memiliki gaya tersendiri untuk menjadikan bahasanya menarik dan di sukai publik.

Iklan merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media, salah satunya media televisi. Saat ini, televisi memang menjadi salah satu media massa yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Kelebihan media televisi

terletak pada kekuatannya menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa cukup besar.

Hal inilah yang kemudian mendorong para produsen untuk berbondong-bondong mengiklankan berbagai jenis barang dan jasa mereka kepada masyarakat melalui media televisi. Tidak heran jika saat menonton televisi kita lebih banyak menyaksikan tayangan berbagai jenis iklan daripada acara utama yang ditayangkan pada televisi tersebut. Di televisi produk makanan lebih menonjol dari produk lainnya, karena para produsen lebih banyak mengiklankan produk makanan. Hal itu disebabkan, karena produk makanan merupakan suatu kebutuhan pokok.

Salah satu televisi yang dominan menayangkan iklan produk makanan adalah Global TV. Hal itu disebabkan Global TV lebih banyak memiliki program acara seperti serial kartun anime dan hiburan lainnya, karena serial kartun anime tersebut selalu masuk nominasi atau menang dalam acara Nickelodeon yaitu nominasikan sebuah acara yang

retungnya selalu naik (paling banyak di tonton). Iklan-iklan makanan seperti yang ditayangkan di Global TV memiliki keunikan dari segi pemakaian bahasa sebagai media penyampaiannya. Salah satu keunikan iklan produk makanan dapat dilihat dari gaya bahasa yang digunakan.

## **B. METODE PENELITIAN**

Objek penelitian ini berfokus pada penggunaan gaya bahasa pada iklan audiovisual produk makanan di Gobaltv. Mengingat objek penelitian ini berupa audiovisual, data-data yang akan dikumpulkan berupa kata dan frasa baik yang berbentuk lisan dan tulisan. Maka dari itu penelitian

Mengingat objek penelitian ini berupa audiovisual, penulis menggunakan satu metode dan tekniknya dalam pengumpulan data. Metode yang dimaksud adalah metode simak dan teknik yang digunakan adalah teknik rekam dan teknik lanjutannya yaitu teknik catat.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan intralingual. Menurut Mahsun (2014: 117),

ini dapat dikategorikan sebagai penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati

Data dalam penelitian ini berupa kata dan frasa (lisan dan tulisan) yang terdapat kata dan frasa berupa lisan dan tulisan dalam teks, karena iklan yang diteliti berupa iklan audiovisual yang terdapat pada iklan produk makanan yang ada di Globaltv.

Sumber data dalam penelitian ini berupa teks lisan dalam iklan audiovisual produk makanan di Globaltv yang diambil dari youtube.

metode padan intralingual adalah metode analisis data dengan cara menghubungkan-bandingkan unsur-unsur yang bersifat lingual, baik yang terdapat dalam satu bahasa maupun dalam beberapa bahasa yang berbeda. Penulis memilih untuk menggunakan metode ini dalam menganalisis data, karena data-data iklan audio visual produk makanan yang telah berhasil dikumpulkan

nanti, akan dihubung bandingkan penggunaan gaya bahasanya.

Mengingat teknik lanjutan dari metode padan adalah teknik hubung banding menyamakan (HBS) dan teknik hubung banding membedakan (HBB), dari kedua

### **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini penyajian hasil analisis data yang digunakan adalah metode informal yang menggunakan kata-kata biasa, karena dalam penelitian ini penulis menganalisis tentang gaya bahasa yang terdapat pada iklan produk makanan di Globaltv dan mendeskripsikan iklan audiovisual tersebut menjadi kata-kata untuk mempermudah dalam penyajian hasil analisis data.

#### **1. Bentuk Lingual Gaya Bahasa pada Iklan Produk Makanan di Global TV**

##### **a. Kata**

Kata merupakan unit bahasa yang dapat berdiri sendiri dan terdiri dari satu morfem, contoh: kata atau beberapa morfem gabungan, contoh:

teknik ini akan digunakan teknik hubung banding membedakan (HBB) yaitu untuk membandingkan penggunaan bentuk dan jenis gaya bahasa pada iklan audio visual produk makanan di Globaltv.

perkataan. Kata yang dibentuk dari kata lain pada umumnya mengalami tambahan bentuk pada kata dasar. Seperti tiga macam proses morfologis yaitu pertama, bergabungnya morfem bebas dengan morfem terikat disebut afiksasi. kedua, pengulangan morfem bebas disebut pemajemukan. Berikut contoh data produk makanan.

#### **Tepung Goreng Adabi (Versi orang Malaysia)**

Sosis enak

Sosis nikmat

Ku mau kapanpun, dimanapun selalu sedia

Saat bermain lagi selalu sosis so nice

Setiap belajar lagi selalu sosis so nice

Siap santap ku mau kapanpun, dimanapun

Bentuk lingual kata yang menekankan pada bentuk kata, yaitu kata *Sosis*. Kata *sosis* pada iklan

tersebut dapat dikategorikan sebagai kata dasar, karena kedua kata tersebut bisa berdiri sendiri dan tidak mendapatkan imbuhan baik berupa prefiks, infiks, sufiks ataupun konfiks.

### **b. Frasa**

Frasa merupakan gabungan atau kesatuan kata yang terbentuk dari dua kelompok kata atau lebih yang memiliki satu gramatikal, namun tidak dapat membentuk kalimat sempurna karena tidak memiliki predikat. Berikut contoh data iklan produk makanan.

**Iklan Superstar** (Versi bermain tenis meja)

Ini ambil, wafer *superstar baru!*

Enaknya treeples *superstar baru*

Lebih coklat dan pow dilapisi coklat

Treeples coklat, treeples pow

### **Slogan:**

3x coklatnya 3x enaknya

Kata *Superstar baru* dikatakan frasa karena memiliki satu gramatikal atau satu makna yaitu sebuah label nama dari produk

makanan tersebut. Gaya bahasa yang menekankan pada bentuk frasa, yaitu frasa *superstar baru*.

### **c. Klausa**

Klausa merupakan satuan sintaksis yang berada di atas satuan frase dan di bawah satuan kalimat, berupa runtunan kata-kata berkonstruksi predikatif. Artinya, di dalam konstruksi itu ada komponen berupa kata atau frase yang berfungsi sebagai predikat dan lain berfungsi sebagai subjek, sebagai objek dan sebagainya. Berikut contoh data iklan produk makanan

**Kukis Kokola** (Versi Mamah Dedeh)

Kukis kokola..

Halal, mamah tau sendiri, pilih kukis kokola.

Halal, mamah tau sendiri, pilih kukis kokola.

Halal, mamah tau sendiri.

Benar kata mama malkis kukis kokola malkis halal

Gaya bahasa yang menekankan pada bentuk klausa,



yaitu klausa *halal, mamah tau sendiri*.

#### **d. Kalimat**

Kalimat merupakan kumpulan atau satuan bahasa yang terdiri dari rangkaian yang dapat berdiri sendiri serta menyatakan makna yang lengkap. Sehingga kalimat dapat dipahami makna dan maksudnya. Berikut contoh data iklan produk makanan.

#### **Go Potato** (Versi bersama keluarga)

Biskuit kentang go potato dipanggang lebih sehat.

Biskuit kentang go potato dipanggang lebih sehat.

Bikin papa, mama, kakak tergila-gila.

Gaya bahasa yang menekankan pada bentuk kalimat, yaitu *Biskuit kentang go potato dipanggang lebih sehat*.

## **2. Jenis Gaya Bahasa Iklan Produk Makanan di Globaltv**

### **a. Gaya bahasa pertentangan**

#### **(1a) Majas Hiperbola**

Majas hiperbola merupakan jenis gaya bahasa yang mengandung pernyataan yang melebih-lebihkan dengan maksud memberi penekanan pada suatu pernyataan.

Pada iklan Go Potato versi bersama keluarga mengandung majas hiperbola, karena pada iklan go potato ditemukan gaya bahasa pada bentuk kalimat yang berbunyi *Bikin papa, mama, kakak tergila-gila*. Kalimat tersebut dianggap berlebihan karena menggunakan kata *tergila-gila*. Jika dimaknai secara leksikal maka kata *tergila-gila* dalam kalimat tersebut menyatakan papa mama kakak menjadi orang yang tidak waras ketika memakan go potato.

### **b. Gaya Bahasa Perulangan/Repetisi**

#### **(1b) Majas Anafora**

Majas anafora merupakan pengulangan kata, frasa, klausa pada awal kalimat.

Pada data iklan Tepung Goreng Adabi versi orang Malasiya mengandung majas anafora karena terdapat pengulangan kata *Goreng* dan *lebih* di awal kalimat.

### **(2b) Majas Mesodiplosis**

Majas mesodiplosis merupakan pengulangan kata, frasa, dan kalusa pada tengah suatu kalimat.

Pada data iklan Superstar versi bermain tenis meja mengandung majas mesodiplosis, karena terdapat pengulangan kata *coklat* di tengah kalimat.

### **(3b) Majas Epistrofa**

Majas epistrofa merupakan pengulangan kata, frasa, dan kalusa pada akhir suatu kalimat.

Pada data iklan Superstar versi bermain tenis meja mengandung majas epistrofa, karena terdapat pengulangan frasa di akhir kalimat yaitu *superstar baru*.

## **D. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa bentuk lingual pada iklan

produk makanan di Global TV terdapat empat bentuk lingual yaitu kata, frasa, kalusa dan kalimat. Dalam bentuk kata terdapat kata dasar dan kata berimbuhan seperti prefiks dan infiks. Gaya bahasa yang ditemukan dalam iklan ada dua yaitu gaya bahasa pertentangan dan gaya bahasa perulangan/ repetisi. Dalam gaya bahasa pertentangan terdapat majas hiperbola, sedangkan gaya bahasa perulangan terdapat tiga jenis gaya bahasa yaitu majas anafora, majas mesodiplosis dan majas epistrofa. Disetiap jenis gaya bahasa ditemukan bentuk pengulangan kata, frasa, dan klausa di awal, tengah maupun di akhir kalimat.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa yang paling dominan pada analisis iklan produk makanan yang ditemukan dalam bentuk kata, yakni Pengulangan kata pada awal kalimat yang disebut dengan majas anafora.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiman. M. 2014. "Gaya Bahasa pada lirik lagu Iwan Fals album Sarjana Muda dan kaitannya dengan pembelajaran Sastra di SMA". Skripsi Universitas Mataram.
- Chear, Abdul. 2015. *Sintaksis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chear, Abdul. 2009. *Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darma, Yoce Aliah. 2014. *Analisis Wacana kritis dalam Multiperspektif*. Bandung: Refika Aditama.
- Eriyanto. 2001. *Analisis wacana*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Suwito. 2013. *Gaya bahasa di Televisi*(<http://www.pbindoppsunisma.com//diakses> pada tanggal, 3 Oktober 2017)
- Yoani Julita Sumasari. 2014. *Analisis Wacana Iklan Kosmetik di Media Televisi* (<https://media.neliti.com/media/publications.pdf//diakses> pada tanggal, 3 Oktober 2017)
- Firdaus Fauzy. 2013. *Gaya Bahasa* (<https://unlogfirdausfauzy.blogspot.com//diakses> pada tanggal 24Oktober 2017)
- Keraf, Gorys. 1994. *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah.
- Mahsun. 2014. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2014. *Metode penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Rahmah,Nur Awaliya. 2012. "Kajian Semantik Slogan Iklan Pada Produk PT Garuda Fodd". Skripsi Universitas Mataram

Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing service).

Tarigan, Henry Guntur. 2013. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: CV Angkasa.

Wahyuni, Sri. 2010. "Makna Slogan pada iklan rokok di Televisi Swasta di Indonesia". Skripsi Universitas Mataram.