



**DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA IKLAN
MAJALAH *CITA CINTA* EDISI 2010**

SKRIPSI

Oleh:

Reni Titi Habsari

NIM 080210402045

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA IKLAN
MAJALAH *CITA CINTA* EDISI 2010**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

**Reni Titi Habsari
NIM 080210402045**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan limpahan rahmat, taufik, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- 1) ibunda Hj. Mursiti dan ayahanda H. Ahmad Madji sebagai orang tua terbaik yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang serta semangat selama ini;
- 2) guru-guruku tercinta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan membimbing dengan penuh kesabaran; dan
- 3) almamater Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTO

Semua komunikasi yang sukses adalah hipnotis
(Milton Erickson)¹

¹ Milton Erickson. 2008. *Kata-Kata Bijak tentang Pentingnya Komunikasi*. <http://antonhuang.com/kata-kata> bijak tentang pentingnya komunikasi. [1 Mei 2012].

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Reni Titi Habsari

NIM : 080210402045

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan Majalah *Cita Cinta* Edisi 2010” adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada instansi mana pun serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 Mei 2012

Yang menyatakan,

Reni Titi Habsari

NIM 080210402045

HALAMAN PENGAJUAN

**DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA IKLAN
MAJALAH *CITA CINTA* EDISI 2010**

SKRIPSI

diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Nama : Reni Titi Habsari
NIM : 080210402045
Angkatan Tahun : 2008
Daerah Asal : Jember
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 8 September 1989
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Hari Satrijono, M. Pd.
NIP 19580522 198503 1 011

Rusdhianti Wuryaningrum, S. Pd., M. Pd.
NIP 19780506 200312 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan Majalah *Cita Cinta* Edisi 2010” telah diuji dan disahkan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 25 Mei 2012

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Parto, M. Pd.

Rusdhianti Wuryaningrum, S.Pd.,M. Pd.

NIP 19631116 198903 1 001

NIP 19780506 200312 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Arief Rijadi, M.Si.,M.Pd.

Drs. Hari Satrijono, M. Pd.

NIP 19670116 199403 1 002

NIP 19580522 198503 1 011

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Drs. H. Imam Muchtar, S.H, M. Hum.

NIP 19540712 198003 1 005

RINGKASAN

Reni Titi Habsari, 080210402045, “Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan Majalah *Cita Cinta* Edisi 2010” Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Diksi pada iklan merupakan diksi yang bersifat persuasif karena digunakan untuk membujuk khalayak agar bertindak sesuai penyampai pesan. Agar iklan yang ditawarkan mampu menarik minat khalayak maka diksi yang digunakan disusun sedemikian rupa sehingga dapat dianalisis dari segi kriteria pemilihan diksi, fungsi iklan, perubahan makna, dan gaya bahasa. Penggunaan diksi pada iklan dapat dijadikan sebagai sumber belajar dalam proses pembelajaran serta dapat mencerdaskan dan mendidik khalayak sasaran. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini mengambil diksi pada iklan sebagai objek penelitian. Diksi pada iklan yang diambil pada penelitian ini difokuskan pada bagian iklan yakni judul iklan, sub judul iklan, dan *closer*.

Kajian pada penelitian ini terdiri atas empat rumusan masalah, yaitu tentang (1) diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari kriteria pemilihan diksi, (2) diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari fungsi iklan, (3) diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari perubahan makna, dan (4) diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari kriteria gaya bahasa. Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah (1) mendiskripsikan diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari kriteria pemilihan diksi, (2) mendiskripsikan diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari fungsi iklan, (3) mendiskripsikan diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari perubahan makna, dan (4) mendiskripsikan diksi pada iklan di majalah *Cita Cinta* edisi 2010 ditinjau dari gaya bahasa.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Rancangan penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpul data dilakukan dengan teknik dokumentasi data kemudian diadakan pengamatan. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik deskriptif kualitatif. Prosedur penelitian dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahap yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan penyelesaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diksi yang digunakan pada iklan majalah *Cita Cinta* edisi 2010 berdasarkan kriteria pemilihan diksi meliputi ketepatan, ketidaktepatan, kecermatan, ketidakcermatan, keserasian, dan ketidakserasian. Berdasarkan fungsi iklan meliputi fungsi informasi dan fungsi persuasi. Berdasarkan perubahan makna meliputi perluasan makna dan ameliorasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan pada iklan majalah *Cita Cinta* edisi 2010 meliputi gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, dan perulangan. Berdasarkan gaya bahasa perbandingan meliputi gaya bahasa perbandingan atau simile dan personifikasi. Berdasarkan gaya bahasa pertentangan meliputi gaya bahasa hiperbola, paradoks, dan klimaks. Berdasarkan gaya bahasa pertautan meliputi gaya bahasa metonimia. Berdasarkan gaya bahasa perulangan meliputi gaya bahasa repetisi dan asonansi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diberikan saran sebagai berikut (1) bagi pembaca mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, diharapkan apabila hendak mengungkapkan ide atau gagasan menggunakan pilihan kata yang tepat, cermat, dan serasi agar tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda, (2) bagi guru SMP yang mengajar bahasa Indonesia, penelitian ini dapat dijadikan sebagai materi alternatif pembelajaran untuk mengajarkan pilihan kata dan diharapkan lebih memanfaatkan iklan sebagai materi autentik dalam proses pembelajaran, (3) bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan apabila ingin mengadakan penelitian sejenis yang lebih luas.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan Majalah *Cita Cinta* Edisi 2010” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan dan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Untuk itu disampaikan terima kasih yang tulus kepada:

- 1) Drs. H. Imam Muchtar, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- 2) Dr. Sukatman, M. Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni FKIP Universitas Jember;
- 3) Drs. Arief Rijadi, M. Si., M. Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember dan dosen pembahas dalam seminar dan ujian skripsi;
- 4) Drs. Parto, M. Pd., selaku ketua penguji dalam ujian skripsi;
- 5) Drs. Hari Satrijono, M. Pd., selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan pengarahan, saran yang berharga, dan bimbingan selama penyusunan skripsi;
- 6) Rusdhianti Wuryaningrum, S. Pd., M. Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan berhasil membakar semangat untuk melangkah jauh ke depan agar menjadi lebih baik;
- 7) segenap dosen program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis menjadi mahasiswa;
- 8) teman hati yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan selalu mengingatkan agar tidak mudah putus asa, terima kasih yang sangat dalam;

- 9) sahabatku Lailia Ulfa W., Devi Jayanti, dan Ayu Khikmawati, terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan motivasinya.
- 10) teman-teman program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2008 Universitas Jember, terima kasih atas semangat, motivasi dan saran demi terselesainya skripsi ini; dan
- 11) semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini banyak memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 25 Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGAJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Definisi Operasional	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Diksi	9
2.2 Kriteria Pemilihan Diksi	10
2.2.1 Ketepatan	10
2.2.2 Kecermatan	12
2.2.3 Keserasian	13
2.3 Iklan	13
2.3.1 Pengertian Iklan	14
2.3.2 Fungsi Iklan	16

2.3.2.1 Fungsi Komunikasi.....	16
a. Fungsi Informasi	16
b. Fungsi Persuasi	17
c. Fungsi Peningat.....	17
d. Fungsi Mempercepat Keputusan	17
e. Fungsi Meneguhkan Keputusan.....	18
f. Fungsi Membangun Citra.....	18
2.3.2.2 Fungsi Pendidikan	18
2.3.2.3 Fungsi Ekonomi	19
2.3.2.4 Fungsi Sosial	19
2.3.2.5 Fungsi Menghibur	19
2.3.3 Bagian-bagian Iklan	20
2.3.4 Jenis-jenis Iklan	24
2.4 Makna	25
2.5 Perubahan Makna	26
2.5.1 Terjadinya Perubahan Makna.....	27
2.5.1.1 Perluasan Makna	28
2.5.1.2 Penyempitan Makna	28
2.5.1.3 Ameliorasi	29
2.5.1.4 Peyorasi	29
2.6 Gaya Bahasa.....	30
2.6.1 Gaya Bahasa Perbandingan	31
2.6.2 Gaya Bahasa Pertentangan	33
2.6.3 Gaya Bahasa Pertautan.....	36
2.6.4 Gaya Bahasa Perulangan	39
2.7 Wacana.....	41
2.7.1 Iklan sebagai Wacana.....	42
2.8 Iklan Pengembangan Materi Bahasa Indonesia di Sekolah .	43

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian	45
3.1.1 Jenis Penelitian.....	45
3.1.2 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Data dan Sumber Data	46
3.2.1 Data.....	46
3.2.2 Sumber Data.....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Instrumen Penelitian	47
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.6 Prosedur Penelitian	49
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Penggunaan Diksi Berdasarkan Kriteria Pemilihan Diksi	50
4.1.1 Ketepatan.....	50
4.1.2 Kecermatan.....	61
4.1.3 Keserasian.....	66
4.2 Penggunaan Diksi Berdasarkan Fungsi iklan	71
4.2.1 Fungsi Komunikasi.....	72
a. Fungsi Informasi.....	72
b. Fungsi Persuasi.....	75
4.3. Penggunaan Diksi yang Mengalami Perubahan Makna	76
4.3.1 Perluasan Makna.....	76
4.3.2 Ameliorasi.....	77
4.4. Penggunaan Diksi yang Mengandung Gaya Bahasa	79
4.4.1 Gaya Bahasa Perbandingan.....	79
a. Perumpamaan atau Simile.....	79
b. Personifikasi.....	80
4.4.2. Gaya Bahasa Pertentangan.....	82
a. Hiperbola.....	82

b. Paradoks	84
c. Klimaks.....	84
4.4.3 Gaya Bahasa Pertautan	86
a. Metonimia.....	86
4.4.4 Gaya Bahasa Perulangan	88
a. Repetisi	89
b. Asonansi	90
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96
LEMBAR KONSULTASI	122
AUTOBIOGRAFI	124

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian	96
B. Instrumen Pengumpul Data.....	97
C. Contoh Wujud Iklan	101
D. Instrumen Analisis Data.....	103