

ABSTRAK

Dewi, Angela Janice Christian. 2015. "Aspek-Aspek Kebahasaan dan Modus Kalimat dalam Wacana Iklan di *Instagram*." Skripsi Strata I (SI). Program Studi Sastra Indonesia, Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini memiliki dua tujuan sebagai berikut. Pertama, mendeskripsikan aspek-aspek kebahasaan dalam wacana iklan di *Instagram* bulan Desember 2014 - Agustus 2015. Kedua, mendeskripsikan modus kalimat dalam iklan di *Instagram* Desember 2014 - Agustus 2015.

Penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan strategis, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap penyajian hasil analisis data. Pertama, data yang diperoleh dengan metode simak, yaitu menyimak data berupa wacana iklan di media social *Instagram* bulan Desember 2014-Agustus 2015 yang memanfaatkan aspek-aspek kebahasaan. Teknik lanjutan dari metode simak tersebut adalah teknik simak bebas libat cakap dengan mengamati dan mencatat data berupa wacana iklan yang terdapat dalam *Instagram*. Kedua, data dianalisis dengan metode agih dan metode padan. Teknik yang digunakan dalam metode agih adalah teknik baca markah, teknik lesap, teknik ganti, dan teknik ubah ujud. Metode padan yang digunakan adalah metode padan pragmatis. Terakhir, hasil analisis data disajikan dengan teknik informal dan formal. Dengan teknik informal, hasil analisis data disajikan dengan kata-kata biasa yang bersifat denotatif, bukan konotatif. Dengan teknik formal, hasil analisis data disajikan dengan table ataupun rumus tertentu (Sudaryanto, 1993: 145).

Hasil penelitian tentang aspek-aspek kebahasaan dalam wacana iklan di *Instagram* adalah sebagai berikut. Pertama, strategi iklan/persuasif yang dilakukan dengan memanfaatkan aspek-aspek kebahasaan di *Instagram* antara lain (i) ragam bahasa tidak formal, (ii) campur kode (kosakata dalam bahasa Inggris), (iii) kalimat majemuk yang menyatakan pertentangan, (iv) kalimat majemuk yang menyatakan penambahan, (v)huruf kapital, (vi) wacana cerita, (vii) modalitas keteramalan, (viii) modalitas kepastian, dan (ix) objektivasi. Kedua, modus kalimat dalam wacana iklan di *Instagram* menggunakan jenis-jenis kalimat di *Instagram* terdiri atas (i) kalimat berita, (ii) kalimat tanya dan kalimat perintah, dan (iii) kalimat perintah dan kalimat berita.

Kata Kunci: aspek-aspek kebahasaan, modus kalimat, wacana iklan, instagram

ABSTRACT

Dewi, Angela Janice Christian. 2015. "Language Aspects and Sentence Mode in *Instagram*". Undergraduate Thesis. Department of Indonesian Letters, Faculty of Letters. Sanata Dharma University.

This thesis aims two purposes as follows. First, it describes language aspects in *Instagram* on Desember 2014 till August 2015. Second, it describes sentence mode of advertisement in *Instagram* on Desember 2014 till August 2015.

This thesis is done through three strategic steps. They are collecting the data, analyzing the data, and presenting the result of the analisis. First, the data is gaining with method, which is observing attentively the advertisement in social media *Instagram* on Desember 2014 till August 2015 that use language expression as a persuasive strategy. The next technique is *simak bebas libat cakap* technique by observing and noting the advertisements in *Instagram*. Second, the data is analyzed with the method of *agih* and *padan*. The *agih* method is applied through the *baca markah*, *teknik lesap*, *teknik ganti*, and *teknik ubah ujud* technique. The *padan* method (equal method) that is used is pragmatics *padan*. Last, the result is presented by informal and formal. By informal technique means that the analytical data is presented through denotative words, not connotative. By formal technique, the analytical data is presented with table or certain formula (Sudaryanto, 1993: 145).

The results of language aspects and sentence modus in *Instagram* research are as follows. First, the persuasive strategies that are done by using language aspects in *Instagram* are (i) informal variation of language (ii) the use of English vocabularies, (iii) contrasting compound sentence (iv) additional compound sentence, (v) capital alphabets, (vi) short story, (vii) modality predictability, (viii) modality certainty, and (ix) objectivation utilization. Second, sentence mode of advertisements in *Instagram* use some types of sentences in *Instagram* such as (i) declarative sentence, (ii) interrogative and imperative sentence, and (iii) imperative and declarative sentence.

Keyword : language aspects, sentence mode, advertisement, instagram