

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Repinus. 2010. “Gaya bahasa dalam Iklan Obat-obatan di Televisi”. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini terdapat empat rumusan masalah yaitu (1), bagaimanakah tipe-tipe gaya bahasa yang digunakan dalam iklan obat-obatan di SCTV? (2), bagaimanakah ciri-ciri yang terdapat dalam setiap gaya bahasa yang digunakan dalam iklan obat-obatan tersebut di SCTV? (3), apa kegunaan gaya bahasa dalam iklan obat-obatan di SCTV? (4), apa gaya bahasa yang paling menonjol penggunaannya dalam iklan obat-obatan di SCTV? Data penelitian ini berupa tuturan dan teks pada iklan obat-obatan yang di tayangkan di stasiun televisi SCTV selama bulan Maret 2010.

Penelitian ini menggunakan teori pragmatik, dan teori periklanan khususnya yang berkaitan dengan penggunaan bahasa iklan. Dengan teori pragmatik dapat ditelaah maksud iklan dan dengan teori periklanan dapat ditelaah makna setiap bahasa iklan yang dipakai. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif-kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak dan catat, sedangkan analisisnya dilakukan melalui empat tahap, yaitu tahap inventarisasi, identifikasi, klasifikasi dan pemaparan

Hasil penelitian ini menemukan dua hal. *Pertama*, ada 10 tipe atau jenis gaya bahasa yang terdapat dalam iklan obat-obatan di televisi. Kesepuluh tipe atau jenis yaitu gaya bahasa tersebut adalah gaya bahasa repetisi (perulangan), gaya bahasa metonimi, personifikasi, hiperbola, erotesis, asindeton, polisindeton, perumpamaan, pertentangan, dan sinekdoke. *Kedua* ditemukan pula bahwa pada setiap gaya bahasa yang terdapat dalam iklan obat-obatan di televisi terdapat ciri-ciri gaya bahasa seperti, mengulang-mengulang, satu kalimat sampai tiga kali berturut-turut, sifat-sifat insani kepada barang yang tidak bernyawa, melebih-lebihkan ukuran atau sifatnya, dan lain-lainnya. Yang berbeda sesuai dengan gaya bahasa yang dipakai. Walaupun berbeda tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu berupaya menonjolkan produk yang diiklankan sehingga menarik minat penonton untuk lebih mengenal produk tersebut, mempersuasi penonto untuk membeli dan menggunakan produk yang diiklankan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada banyak tipe atau jenis gaya bahasa yang digunakan dalam iklan obat-obatan di televisi masing-masing dengan ciri tersendiri sesuai dengan gaya bahasa yang digunakan. Tujuan dari penggunaan gaya-gaya bahasa tersebut untuk menarik perhatian dan minat penonton untuk mengenal produk yang diiklankan serta mempersuasi agar membeli dan menggunakan produk yang diiklankan.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

Repinus. 2010. *“Figure Of Speech In Drug Advertisement On Television”*.

A Thesis. PBSID – FKIP. Yogyakarta: Sanata Dharma University

The research has four problem formulations: (1) what are the types of figure of speech used in drug advertisement on television? (2) What are the characteristics of the figure of speech used in the drug advertisement on television? What is language style used for in drugs advertisement in SCTV? What type of language style is used prominently in drugs advertisement in SCTV? The research data was utterances and text in the drugs advertisement showed in SCTV during March 2010.

The research used the pragmatic theory and the theory of advertisement related to the advertisement language. The pragmatic theory was used to analyze the purpose of the advertisement and the meaning of the advertisement language could be revealed by applying the theory of advertisement. The research was categorized as descriptive – qualitative. The data collection was performed by listening and taking notes, whereas the analysis was performed in four steps, inventory, identification, clarification, and exposition.

Two points were found on the research. First, there are ten types or kinds of figure of speech in the drug advertisement on Television. They are repetition, metonymy, personification, hyperbole, *eritesis*, *asidenton*, *polisidenton*, parable, contradiction, and synecdoche. Second is that all of the figure of speech have their own features such as repeating a sentence three times in row, animate characteristics of the inanimate, exaggerating the size or the features, etc. Although they are different, but they have a same purpose that is to signalize the advertised product in order to persuade the viewers to buy and use the product.

From the result of the research can be concluded that there are many kinds of language style used in the drug advertisements on TV which have their own features. The purpose of using the language styles is to get the viewer’s attention to know the advertised product and to persuade them to buy and use the product.