

**GAYA BAHASA DALAM WACANA IKLAN NIAGA
PADA HARIAN KOMPAS DAN RELEVANSINYA
DENGAN PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SLTP
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah



Oleh :

ZWESTY FAJ INGGRANI

NIM : 97 1224 005

NIRM : 97 0051 1204 0112 0005

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA, SAstra INDONESIA, DAN DAERAH

JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2003

SKRIPSI

GAYA BAHASA DALAM WACANA IKLAN NIAGA

PADA HARIAN KOMPAS DAN RELVANSINYA

DENGAN PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SLTP

Oleh :

Zwesity Raj Inggrani

NIM : 97 1224 005

NIRM : 97 0051 1204 0112 0005

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dr. I. Praptoemo Baryadi, M.Hum.

tanggal, 14 November 2003

Dosen Pembimbing II

Y.F. Setya Tri Nugraha, S.Pd.

tanggal, 14 November 2003

SKRIPSI

**GAYA BAHASA DALAM WACANA IKLAN NIAGA
PADA HARIAN KOMPAS DAN RELEVANSINYA DENGAN
PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SLTP**

Oleh :

Zwesty Faj Inggriani

NIM : 97 1224 005

NIRM : 97 0051 1204 0112 0005

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal : 24 Oktober 2003
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

Nama lengkap

tanda tangan

Ketua : Dr. B. Widharyanto, M. Pd.

Sekretaris : Drs. J. Prapta Diharja, S.J, M.Hum.

Anggota : Dr. I. Praptomo Baryadi, M.Hum.

Anggota : Y.F. Setya Tri Nugraha, S.Pd.

Anggota : Drs. J. Karmin, M.Pd.

Yogyakarta, 24 Oktober 2003

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sanata Dharma

Dekan

Dr. A.M. Slamet Soewandi, M.Pd.

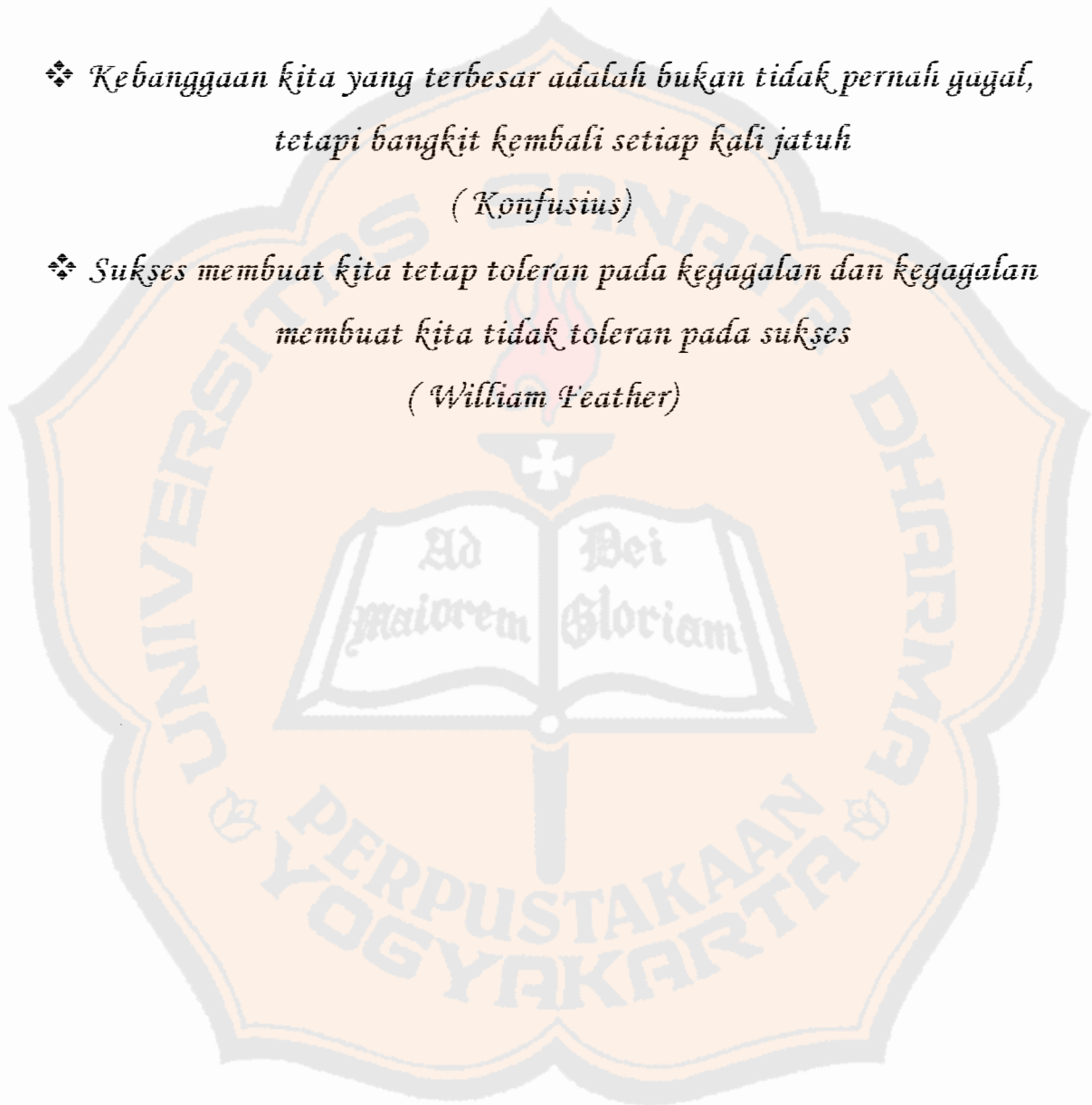
MOTO

❖ *Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal,
tetapi bangkit kembali setiap kali jatuh*

(Konfusius)

❖ *Sukses membuat kita tetap toleran pada kegagalan dan kegagalan
membuat kita tidak toleran pada sukses*

(William Feather)



PERSEMBAHAN

Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu bagi dirimu sendiri

(Al Israa' : 7)

Skripsi ini Kupersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku Mudianto S.P dan Cristina Sumarsih yang telah memberi dukungan baik material maupun spiritual Kakakku Darwin Inggrito (alm) dan kedua adikku Pedy Anandito dan Varitas Pradipta Ningtias sebagai tanda kasih sayangku

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 16 September 2003

Penulis,



Zwesty Faj Inggriani



ABSTRAK

Faj Inggriani, Zwesty. 2003. "Gaya Bahasa dalam Wacana Iklan Niaga pada Harian *Kompas* dan Relevansinya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP". Skripsi SL. Yogyakarta : PBSID, Universitas Sanata Dharma.

Dalam skripsi ini dilaporkan hasil penelitian tentang gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas* dan relevansinya dengan pembelajaran bahasa Indonesia di SLTP. Ada dua rumusan masalah yang dijawab dalam penelitian ini. Pertama, jenis gaya bahasa apa saja yang digunakan dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Kedua, bagaimana relevansi hasil penelitian itu terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP. Penelitian tentang gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas* bertujuan untuk (i) mendeskripsikan jenis gaya bahasa yang digunakan dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*, (ii) menjelaskan relevansi hasil penelitian terhadap pembelajaran bahasa Indonesia di SLTP.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dasar dan penelitian terapan. Penelitian dilakukan melalui tiga tahap, yaitu pengumpulan data, analisis data, pemaparan hasil analisis data. Data diperoleh dari surat kabar harian *Kompas* tanggal 1-28 Februari 2003. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan teknik pencatatan. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode agih, metode padan dan dilanjutkan dengan teknik baca markah. Pemaparan hasil analisis data dilakukan dengan metode informal dan metode formal.

Hasil temuan iklan niaga pada harian *Kompas* 1-28 Februari 2003 berjumlah 68 iklan niaga. Gaya bahasa yang ditemukan dalam iklan niaga tersebut berjumlah 90 gaya bahasa. Urutan gaya bahasa itu adalah (i) gaya bahasa hiperbola berjumlah 42, (ii) gaya bahasa elipsis berjumlah 10, (iii) gaya bahasa personifikasi berjumlah 7, (iv) gaya bahasa retorik berjumlah 6, (v) gaya bahasa aliterasi berjumlah 6, (vi) gaya bahasa asidenton berjumlah 4, (vii) gaya bahasa polisindeton berjumlah 4, (viii) gaya bahasa metonimia berjumlah 2, (ix) gaya bahasa asonansi berjumlah 2, (x) gaya bahasa repetisi berjumlah 2, (xi) gaya bahasa simile berjumlah 1, (xii) gaya bahasa epitet berjumlah 1, (xiii) gaya bahasa pleonasme berjumlah 1, (xiv) gaya bahasa klimaks berjumlah 1, dan (xv) gaya bahasa antiklimaks berjumlah 1.

Hasil penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pembelajaran bahasa Indonesia di SLTP kelas III, khususnya memberi masukan materi dan teknik pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga.

Pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga yang dibicarakan dalam skripsi ini ada tiga hal, yaitu (i) tujuan pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, (ii) tahap-tahap pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, (iii) teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan niaga sebagai bahannya. Teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan niaga sebagai bahannya dapat diungkapkan menjadi empat, yaitu (i) mengidentifikasi, (ii) membuat kalimat sendiri dengan stimulus, (iii) membuat kalimat sendiri tanpa stimulus, (iv) membuat iklan niaga.

ABSTRACT

Faj Inggriani, Zwesty. 2003." *Languages Styles in Commercial Advertisements in Kompas Daily Newspaper and their Relevance to The Teaching of Indonesian in Junior High School*". Thesis S1. Yogyakarta: PBSID, Sanata Dharma University.

This thesis reports the result of research on language styles in commercial advertisements in *Kompas* daily newspaper and their relevance to the teaching of Indonesian in Junior High School. There are two questions in this research. First, what kind of styles which is used in commercial advertisements in *Kompas* daily newspaper? Second, how is the relevance of the research to the teaching of Indonesian in Junior High School? The aims of the research are (i) to describe the kinds of language styles which are used in commercial advertisements in *Kompas* daily newspaper, (ii) to explain the relevance of the result of this research to the teaching of Indonesian in Junior High School.

This kind of research is a basic and applied research. This research was conducted in three phases, those are : data gathering, data analyzing, and exposition of data. The data was obtained from *Kompas* daily newspaper 1st-28th of February 2003. Data gathering was conducted by using observation method and recording technique. The data was analyzed by using agih method, matching method and continued by mark reading technique. The exposition of data analyzing was conducted by using formal and informal method.

The research found 68 commercial advertisements *Kompas* daily newspaper of 1st-28th of February 2003. 90 language styles were found. The language styles consecutively were (i) 41 hyperbole, (ii) 10 ellipsis, (iii) personification, (iv) 6 retoris, (v) 6 alliteration, (vi) 4 asyndeton, (vii) 4 polysindeton, (viii) 2 metonymies, (ix) 2 assonances, (x) 2 repetitions, (xi) 1 simile, (xii) 1 epilate, (xiii) 1 pleonasm, (xiv) 1 climax, and (xv) 1 anticlimax.

The result of this research can be useful to the teaching of Indonesian in the three grade of Junior High School, especially giving material input and technique of teaching language styles in commercial advertisements.

There are three relevance of language styles study in commercial advertisements word which are discussed in this thesis. There are (i) the aim of language styles study in commercial advertisements words, (ii) the stages of language styles study in commercial advertisements, (iii) the technique of language styles study that use commercial advertisements as its matter can be grouped into four kinds of techniques, those are (i) to identify, (ii) to make a sentences with stimulus, (iii) to make your own sentence without stimulus, (iv) to make commercial advertisements.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan Rahmat dan Hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan laporan hasil penelitian tentang gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas* dan relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penulis meneliti topik ini didasarkan dua alasan. Pertama, belum banyak penelitian tentang gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Kedua, penelitian ini bermanfaat bagi penyusunan iklan niaga dan memberikan masukan dalam pembelajaran bahasa.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, baik berupa doa maupun sarana. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. I. Praptomo Baryadi, M. Hum. selaku pembimbing I yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian membimbing serta memotivasi peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Y. F. Setya Tri Nugraha S. Pd selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan, pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. B. Widharyanto, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah yang telah mendorong mempercepat penyelesaian penyusunan skripsi ini.
4. Staf perpustakaan Universitas Sanata Dharma yang telah banyak memberikan pelayanan peminjaman buku-buku yang diperlukan penulis bagi penulisan skripsi.
5. Bapak dan Ibu, Kakak (alm), kedua adikku yang selalu memberikan perhatian dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman PBSID angkatan 1997: Noe, Mama Sekar, Yuni, Bertha, Yaya, Nuring, Agus, Sr Yustine, Br Ura, Sr Goretti, Eko yang telah memberikan dorongan kepada penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman kost Linda : Lisa, Mia, Tri, Rita, Iwen, Prasti, Arti, Meri, Vin, Melda, Maya, Mita, Ari, Wiwid, Yuni, Ita, Yuyun atas persahabatannya dan kebersamaannya.
8. Temanku Danty, Deasy, Liliek, Mas Eko, Mas Anton, Erni, Wiwik, Yoyok, Widi, Jijen, Tito, Eko, Hugo atas perhatian dan motivasinya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 31 Oktober 2003

Zwesty Faj Inggriani





DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN BIMBINGAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Istilah	6
BAB II. LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pengantar.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka	8
2.3 Landasan Teori	13
2.3.1 Pengertian Gaya Bahasa	13
2.3.2 Jenis-Jenis Gaya Bahasa.....	14
2.3.3 Pengertian Wacana	38
2.3.4 Pengertian Wacana Iklan.....	40
2.3.5 Jenis-Jenis Wacana.....	41
2.3.6 Pengertian Iklan	43
2.3.7 Jenis-Jenis Iklan	44
2.3.8 Pembelajaran	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.3 Metode Analisis Data.....	54
3.4 Metode Penyajian Hasil Analisis Data.....	55
BAB IV JENIS-JENIS GAYA BAHASA DALAM WACANA	
IKLAN NIAGA PADA HARIAN KOMPAS.....	57
4.1 Pengantar.....	57
4.2 Gaya Bahasa Hiperbola.....	58
4.3 Gaya Bahasa Elipsis.....	64
4.4 Gaya Bahasa Personifikasi.....	67
4.5 Gaya Bahasa Retoris.....	69
4.6 Gaya Bahasa Aliterasi.....	70
4.7 Gaya Bahasa Asidenton.....	72
4.8 Gaya Bahasa Polisindeton.....	73
4.9 Gaya Bahasa Metonimia.....	74
4.10 Gaya Bahasa Asonansi.....	75
4.11 Gaya Bahasa Repetisi.....	76
4.12 Gaya Bahasa Simile.....	77
4.13 Gaya Bahasa Epitet.....	77
4.14 Gaya Bahasa Pleonasme.....	78
4.15 Gaya Bahasa Klimaks.....	78
4.16 Gaya Bahasa Antiklimaks.....	79
BAB V. RELEVANSI GAYA BAHASA DALAM WACANA IKLAN	
NIAGA PADA HARIAN KOMPAS DENGAN PEMBELAJARAN	
BAHASA INDONESIA DI SLTP	80
5.1 Pengantar.....	80
5.2 Tujuan Pembelajaran Gaya Bahasa	
Dalam Wacana Iklan Niaga.....	80
5.3 Tahap-Tahap Pembelajaran Gaya Bahasa.....	81
5.4 Teknik Pembelajaran Gaya Bahasa Yang Menggunakan	

Iklan Niaga Sebagai Bahannya.....	91
5.4.1 Teknik Pembelajaran Gaya Bahasa dengan Mengidentifikasi.....	91
5.4.2 Teknik Pembelajaran Gaya Bahasa Membuat Kalimat Dengan Stimulus.....	95
5.4.3 Teknik Pembelajaran Gaya Bahasa Membuat Kalimat Tanpa Stimulus.....	97
5.5 Teknik Pembelajaran Membuat Iklan Niaga	98
BAB VI. PENUTUP.....	100
6.1 Kesimpulan.....	100
6.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	104
Lampiran 1. Gaya Bahasa Hiperbola.....	1
Lampiran 2. Gaya Bahasa Elipsis.....	21
Lampiran 3. Gaya Bahasa Personifikasi.....	26
Lampiran 4. Gaya Bahasa Retoris	30
Lampiran 5. Gaya Bahasa Aliterasi.....	33
Lampiran 6. Gaya Bahasa Asidenton	36
Lampiran 7. Gaya Bahasa Polisindeton.....	38
Lampiran 8. Gaya Bahasa Metonimia	40
Lampiran 9. Gaya Bahasa Asonansi.....	41
Lampiran 10. Gaya Bahasa Repetisi.....	42
Lampiran 11 Gaya Bahasa Simile.....	43
Lampiran 12 Gaya Bahasa Epitet.....	43
Lampiran 13 Gaya Bahasa Pleonasma.....	44
Lampiran 14 Gaya Bahasa Klimaks.....	44
Lampiran 15 Gaya Bahasa Antiklimaks.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Skripsi ini berisi hasil penelitian tentang gaya bahasa dalam iklan niaga yang terdapat dalam harian *Kompas* tanggal 1 sampai dengan 28 Febuari 2003 . Dale (dalam Tarigan 1985:5) menyatakan bahwa gaya bahasa adalah bahasa yang indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Kridalaksana (1982: 179) menyatakan bahwa wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang merupakan satuan gramatikal tertinggi dan direalisasikan dalam karangan utuh (novel, seri ensiklopedia), paragraf, kalimat atau kata yang membawa amanat yang lengkap. Iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual yang dipasang dalam media massa seperti surat kabar atau majalah (KBBI, 1989:322). Iklan niaga adalah iklan yang berisi penawaran barang-barang. Iklan niaga pada *Kompas* adalah iklan yang menawarkan barang melalui sebuah harian yang bernama *Kompas*. Berikut ini contohnya

- (1) Untuk perampangan badan tubuh secara efektif dan sehat satu pilihan terbaik di Asia. Marie France Bodyline (*Kompas*, 17 Februari 2003 hlm 19).

(2) Punya mesin fotokopi di rumah? Canon (Kompas, 25 Februari 2003 hlm 2).

Contoh (1) dan (2) mengandung iklan niaga, yaitu iklan yang berisi tentang penawaran barang. Iklan niaga tersebut dapat dilihat dengan barang yang ditawarkan, yaitu *Marie France Bodyline* dan *Canon*

Gaya bahasa dalam wacana iklan pada harian *Kompas* dijadikan topik penelitian ini didasarkan empat alasan. Alasan pertama, gaya bahasa dalam wacana iklan niaga dalam *Kompas* mengandung dua permasalahan yang harus dipecahkan. Masalah pertama berkenaan dengan gaya bahasa yang digunakan dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Berikut ini contohnya

(3) Beli ELF Microbus

Bikin untung terus (Kompas, 21 Februari 2003 hlm 20)

(4) Memperkenalkan lensa plastik tertipis di dunia dari Nikon (Kompas, 19 Februari 2003 hlm 10).

Contoh (3) mengandung gaya bahasa hiperbola, yaitu gaya bahasa yang berisi pernyataan melebih-lebihkan jumlah, ukuran atau sifatnya dengan maksud memberi penekanan pada suatu pernyataan untuk memperhebat. Gaya bahasa hiperbola tersebut ditunjukkan dengan kata *bikin untung terus*. Selain itu contoh (4) mengandung gaya bahasa aliterasi, yaitu gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi konsonan yang sama. Gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan *b* pada kata *beli* dan *bikin* dan perulangan konsonan *s* pada kata *microbus* dan *terus*. Contoh (2) mengandung gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh afiks *ter-* yang bersenyawa dengan kata sifat, yaitu kata *tertipis*

Masalah kedua berkenaan dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP. Dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK, 2001:11-26) kelas I Cawu 2 terdapat materi pokok pembelajaran majas perbandingan, pertentangan, dan pertautan dengan kompetensi dasar menguasai dan menggunakan majas. Indikator pencapaian hasil belajarnya adalah siswa dapat menemukan dan menggunakan majas perbandingan, pertentangan, dan pertautan dalam berbagi teks baik lisan maupun tulis. Pada kelas III Cawu 2 terdapat materi pokok pembelajaran informasi dari isi brosur, iklan, leaflet, bulctin dengan kompetensi dasar menyampaikan pesan atau informasi. Indikator pencapaian hasil belajarnya adalah siswa dapat menyampaikan informasi dari berbagai media yang sudah diringkas dengan menggunakan kalimat yang tidak berbelit-belit (singkat, padat) dan mudah dipahami. Selain itu, terdapat materi pokok lain, yaitu iklan dengan kompetensi dasar menulis iklan. Indikator pencapaian hasil belajarnya siswa dapat menulis berbagi iklan secara kreatif dengan menggunakan pilihan kata dan kalimat yang menarik dan persuasif sehingga dapat meyakinkan konsumen atau orang lain.

Pada Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK, 2003 : 11-23) kelas III terdapat aspek membaca dengan materi pokok iklan baris di surat kabar. Kompetensi dasarnya adalah membaca intensif dan memahami teks. Indikator hasil belajarnya adalah siswa dapat menggolongkan jenis iklan baris (rumah, tanah, mobil, elektronik). Dalam aspek menulis, materi pokok yang diajarkan adalah iklan baris dengan kompetensi dasarnya adalah menulis iklan baris. Indikator hasil belajarnya adalah (i) siswa dapat merancang permuatan isi iklan

baris di surat kabar, (ii) siswa dapat mengisi format isian permuatan iklan baris dengan bahasa yang hemat.

Alasan kedua sepengetahuan peneliti belum ada tulisan yang secara khusus yang membahas gaya bahasa khususnya gaya bahasa yang digunakan dalam iklan niaga pada harian *Kompas*.

Alasan ketiga dipilihnya gaya bahasa dalam wacana iklan pada harian *Kompas* sebagai topik skripsi ini adalah hasilnya memberikan khasanah kajian bahasa Indonesia khususnya deskripsi gaya bahasa. Deskripsi gaya bahasa itu mencakup jenis gaya bahasa baik dari segi nonbahasa maupun segi bahasa. Di samping itu, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pembelajaran bahasa Indonesia di SLTP. Hasil penelitian tentang gaya bahasa ini akan memberikan masukan dan bahan pembelajaran tentang gaya bahasa yang digunakan dalam iklan.

Alasan keempat adalah dari sekian banyak iklan yang terdapat di media cetak yang menarik perhatian penulis adalah iklan untuk barang-barang yang diperdagangkan atau iklan niaga. Iklan niaga sebagai bahan kajian penelitian ini karena bahasa yang digunakan dalam iklan niaga sangat menarik, yaitu dengan gaya bahasa yang bervariasi.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah pokok yang dipecahkan melalui penelitian ini adalah gaya bahasa dalam wacana iklan pada harian *Kompas* dan relevansinya dengan

pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP. Masalah tersebut dapat dirinci sebagai berikut :

- 1.2.1 Jenis gaya bahasa apa yang digunakan dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas* ?
- 1.2.2 Apakah relevansi hasil penelitian ini terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk memerikan gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas* dan relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP. Tujuan tersebut dapat dirinci sebagai berikut :

- 1.3.1 Mendeskripsikan jenis gaya bahasa yang digunakan dalam wacana iklan pada harian *Kompas*.
- 1.3.2 Menjelaskan relevansi hasil penelitian terhadap pembelajaran gaya bahasa di SLTP.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis. Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat dalam bidang stilistika, sosiolinguistik, dan semantik. Dalam bidang stilistika, hasil penelitian ini bermanfaat dalam penggunaan gaya bahasa yang nyata, khususnya dalam iklan niaga. Dalam bidang sosiolinguistik, hasil penelitian ini bermanfaat memberi

informasi tentang ragam bahasa iklan. Dalam bidang semantik hasil penelitian ini bermanfaat bahwa makna kalimat dapat diungkapkan dengan berbagai cara yang terwujud dalam gaya bahasa.

Secara praktis hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengajaran dan pembuat iklan. Bagi pengajaran hasil penelitian ini dapat memberi contoh konkrit penggunaan gaya bahasa dalam iklan niaga. Bagi pembuat iklan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan tentang keaneragaman gaya bahasa yang digunakan dalam iklan.

1.5. Batasan Istilah

Gaya Bahasa adalah bahasa yang indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum (Dale dalam Tarigan, 1985:5).

Wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hierarki gramatikal yang merupakan satuan tertinggi atau terbesar; direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh (novel, buku, seri ensiklopedia), paragraf, kalimat atau kata yang membawa amanat yang lengkap (Kridalaksana, 1982:179).

Iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual yang dipasang dalam media massa seperti surat kabar atau majalah (KBBI, 1989:322).

Pembelajaran adalah pemerolehan suatu mata pelajaran atau pemerolehan keterampilan melalui pelajaran, pengalaman, atau pengajaran (Rombepajung, 1988:25)

Relevansi adalah hubungan atau kaitan (KBBI, 1989 : 738). Dari pengertian itu dapat ditarik kesimpulan bahwa relevansi adalah keterkaitan hasil analisis gaya bahasa dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Pengantar

Pada bab ini diuraikan tinjauan pustaka dan landasan teori yang akan digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka meliputi pembahasan tentang gaya bahasa dan pembahasan tentang analisis wacana. Landasan teori meliputi pengertian gaya bahasa, jenis-jenis gaya bahasa, pengertian wacana, jenis-jenis wacana, pengertian iklan, jenis-jenis iklan, dan pembelajaran.

2.2 Tinjauan Pustaka

Gaya Bahasa telah disinggung oleh para ahli bahasa, yaitu Tarigan (1985: 8-203) dalam bukunya yang berjudul *Pengajaran Gaya Bahasa*, Tarigan (1986: 179-197) dalam bukunya yang berjudul *Pengajaran Kosakata*, Gorys Keraf (2002: 112-145) dalam bukunya yang berjudul *Diksi dan Gaya Bahasa*.

Tarigan (1985:8-203) dalam bukunya yang berjudul *Pengajaran Gaya Bahasa* membahas pengertian gaya bahasa, yaitu bahasa yang indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda lain yang lebih umum. Dengan kata lain, gaya bahasa adalah penggunaan bahasa tertentu yang dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu. Tarigan membagi enam puluh gaya bahasa. Gaya bahasa itu meliputi gaya bahasa perbandingan, gaya

bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan, dan gaya bahasa perulangan. Gaya bahasa perbandingan meliputi perumpamaan, metafora, personifikasi, depersonifikasi, alegori, antitesis, pleonasme, periphrasis, prolepsis, koreksio. Gaya bahasa pertentangan meliputi hiperbola, litotes, ironi, oksimoron, paromasi, paralipsis, zeugma, silipsis, satire, invendo, antiphrasis, paradoks, klimaks, antilklimaks, apostrof, anastrophe, apofasis, hysteron, proteron, hipalase, sinisme dan sarkasme. Gaya bahasa pertautan meliputi metonymia, sinekdoke, alusi, eufisme, eponim, epitet, antonomasia, erotesis, paralelisme, elipsis, gradasi, asidenton, polisindenton. Gaya bahasa perulangan meliputi asonansi, antanaklasis, kiasmus, epizekhis, tautotes, anafora, epistrophe, simplek, mesodiplosis, epanalepis, anadiplosis.

Tarigan (1986:179-197) dalam bukunya yang berjudul *Pengajaran Kosakata* membahas gaya bahasa sebagai bahasa kias atau majas. Majas, kiasan, atau *figure of speech* adalah bahasa kias, bahasa yang indah dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda lain yang lebih umum. Selain itu, majas juga berarti bahasa yang dipergunakan secara imajinatif, bukan dalam pengertian yang benar secara alamiah saja. Pembagian majas dibagi menjadi empat, yaitu majas perbandingan, majas pertentangan, majas pertautan, dan majas perulangan. Majas perbandingan meliputi perumpamaan, kiasan, penginsanian, sindiran dan antitesis. Majas pertentangan meliputi hiperbola, litotes, ironi, oksimoron, paronomasia, paralipsis, zeugma. Majas pertautan meliputi metonymia, sinekdoke, alusi, eufisme, elipsis, inversi dan gradasi. Majas perulangan meliputi aliterasi,

antaklasis, kiasmus, dan repetisi. Tarigan membagi gaya bahasa menjadi empat, yaitu gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, perulangan. Penjelasan tentang jenis-jenis gaya bahasa tidak sedetail dalam bukunya yang pertama *Pengajaran Gaya Bahasa*.

Keraf (2002 : 112-145) dalam bukunya yang berjudul *Diksi dan Gaya Bahasa* membahas gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Keraf membagi jenis gaya bahasa menjadi dua, yaitu dari segi non bahasa dan dari segi bahasa. Dari segi nonbahasa gaya dapat dibagi menjadi tujuh yaitu, (i) pengarang, (ii) masa, (iii) media, (iv) subyek, (v) tempat, (vi) hadirin, (vii) tujuan. Dari segi bahasa dapat dibedakan menjadi empat, yaitu (i) gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, (ii) gaya bahasa berdasarkan nada yang terkandung dalam wacana, (iii) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, (iv) gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata terdiri dari tiga, yaitu (i) gaya bahasa resmi, (ii) gaya bahasa tak resmi dan (iii) gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa berdasarkan nada terdiri dari tiga, yaitu (i) gaya sederhana, (ii) gaya mulia, (iii) gaya menengah. Gaya bahasa berdasar struktur kalimat terdiri atas lima, yaitu (i) klimaks, (ii) antiklimaks, (iii) paralelisme, (iv) antitesis, (v) repetisi. Gaya bahasa berdasar langsung tidaknya makna terdiri atas dua, yaitu (i) gaya bahasa retorik dan (ii) gaya bahasa kiasan.

Yuliastuti (1995) dalam skripsinya yang berjudul “Gaya Tuturan Wacana Iklan Perniagaan pada Majalah Wanita” membahas struktur kalimat wacana iklan pada majalah wanita yang menggunakan gaya bahasa sebagai salah satu

pendukung pesan, retorik yang digunakan dalam wacana iklan yang terdapat dalam majalah wanita, sudut pandang yang digunakan dalam analisis iklan tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah wacana iklan pada majalah wanita, sedangkan sampelnya pemakaian bahasa iklan dalam majalah wanita. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan mengambil 3 majalah wanita. Majalah-majalah tersebut adalah *Femina*, *Kartini* dan *Sarinah*. Data ini diperoleh dengan mencatat iklan yang terdapat dalam majalah kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif dan persentase. Analisis selanjutnya dengan menggunakan metode padan pragmatis dengan teknik pilah unsur penentu dan menggunakan teknik lanjutan yaitu teknik hubung banding menyamakan hal pokok. Temuan dari penelitian tersebut mencakup tiga. Pertama, wacana yang bersifat periodik (klimaks). Kedua, wacana yang kalimatnya mendapat penekanan pada awal kalimat (antiklimaks). Ketiga, wacana yang mengandung dua bagian kalimat atau lebih yang kedudukannya sama tinggi dan berimbang termasuk paralelisme, antitesis, reperiisi, anafora, dan epistofora. Retorik yang ditonjolkan dalam penelitian wacana iklan pada majalah wanita adalah retorik berdasarkan informasi dan retorik berdasarkan maknanya. Sudut pandang yang ditonjolkan dalam wacana iklan tersebut meliputi sudut pandang orang pertama, sudut pandang orang kedua dan sudut pandang orang pertama, kedua dan ketiga (campuran).

Pembahasan tentang analisis wacana telah disinggung oleh beberapa ahli yaitu Tarigan (1987:23) dalam bukunya yang berjudul *Pengajaran Wacana*, Baryadi (2002:3-4) dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Analisis Wacana*

Dalam Ilmu Bahasa, dan Eriyanto (2001:2) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Analisis Teks Media*. Tarigan (1987:23) dalam bukunya yang berjudul *Pengajaran Wacana* membahas wacana adalah (i) komunikasi pikiran dengan kata-kata, ekspresi ide-ide atau gagasan, konversasi atau percakapan, (ii) komunikasi secara umum, terutama sebagai suatu subjek studi atau pokok telaah, (iii) risalat tulis seperti disertasi formal, kuliah, ceramah, khotbah.

Baryadi (2002 : 3) dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Analisis Wacana dalam Ilmu Bahasa* membahas analisis wacana merupakan salah satu cabang linguistik yang mengkaji satuan lingual yang berada di atas kalimat. Objek kajian analisis wacana, yaitu mencakup kalimat, gugus kalimat, alinea, paragraf, penggalan wacana (pasal, subbab, bab atau episode), dan wacana utuh. Analisis wacana mengkaji wacana, baik dari segi internal maupun eksternal. Dari segi internal wacana dikaji dari jenis, struktur, hubungan bagian-bagiannya. Dari segi eksternal wacana dikaji dari keterkaitan wacana itu dengan pembicara, hal yang dibicarakan dan mitra bicara. Dengan kata lain tujuan analisis wacana adalah untuk memerikan wacana (sebagai salah satu eksponen bahasa) dalam fungsinya sebagai alat komunikasi.

Eriyanto (2001:2) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Analisis Teks Media* mengemukakan bahwa wacana merupakan (i) rentetan kalimat yang berkaitan dan menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain, membentuk satu kesatuan sehingga terbentuk makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu., (ii) kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang tinggi yang

berkesinambungan mempunyai awal dan akhir yang nyata dan disampaikan secara lisan dan tertulis.

2.3 Landasan Teori

Pada bab ini diuraikan kerangka teori yang akan digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini, yaitu (i) pengertian gaya bahasa (ii) jenis-jenis gaya bahasa, (iii) pengertian wacana, (iv), jenis-jenis wacana, (v) pengertian iklan, (vi) jenis-jenis iklan, dan (vii) pembelajaran.

2.3.1 Pengertian Gaya Bahasa

Manusia menggunakan bahasa untuk menyampaikan sesuatu yang ada dalam pikiran. Pemasang iklan juga menggunakan bahasa untuk menunjukkan kepada pembaca tentang barang yang dijual. Dengan kata lain, bahasa adalah media utama bagi pemasang iklan untuk menyampaikan pesan-pesan berhubungan dengan produknya.

Gaya merupakan cara mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, maupun tingkah laku dan sebagainya. Gaya bahasa adalah bahasa yang indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Penggunaan bahasa dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu. Gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca (Dale, 1970 : 220 dalam Tarigan 1985: 5). Menurut Kridalaksana

(1983:49), gaya bahasa adalah suatu pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseorang dalam bertutur atau menulis. Menurut Keraf (2002:113) *style* atau gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa).

2.3.2 Jenis-Jenis Gaya Bahasa.

Keraf (2002:115-116) membedakan gaya bahasa dari segi nonbahasa dan segi bahasa. Gaya bahasa dari segi non bahasa dapat dibagi tujuh, yaitu

a) Berdasarkan Pengarang

Gaya bahasa ini sesuai dengan nama pengarang, dikenal berdasarkan ciri pengenalnya yang digunakan pengarang dalam atau penulis karangannya, misalnya gaya Chairil Anwar.

b) Berdasarkan Masa

Gaya bahasa yang didasarkan pada masa dikenal karena ciri-ciri tertentu yang berlangsung dalam suatu kurun waktu tertentu, misalnya gaya lama, gaya klasik.

c) Berdasarkan Media

Bahasa adalah media atau alat komunikasi. Bahasa memiliki corak tersendiri karena struktur dan situasi sosial pemakainya, misalnya sebuah karya yang ditulis dalam bahasa Jerman akan memiliki gaya yang berbeda bila ditulis dalam bahasa Indonesia.

d) Berdasarkan Subjek

Subyek yang menjadi pokok pembicaraan dalam sebuah karangan dapat mempengaruhi gaya bahasa dalam sebuah karangan. Berdasar hal ini kita mengenal gaya filsafat, ilmiah (hukum, teknik, sastra).

e) Berdasarkan Tempat

Gaya ini mendapat nama dari lokasi geografis, karena ciri-ciri kedaerahan mempengaruhi ungkapan atau ekspresi bahasanya, misalnya gaya Jakarta, gaya Yogya.

f) Berdasarkan Hadirin

Jenis pembaca mempengaruhi gaya yang digunakan seorang pengarang. Ada gaya populer untuk rakyat banyak, gaya sopan untuk lingkungan istana dan gaya familiar untuk lingkungan keluarga atau untuk orang yang akrab.

g) Berdasarkan Tujuan

Gaya berdasarkan tujuan memperoleh namanya dari maksud yang ingin disampaikan oleh pengarang, yaitu pengarang ingin mencurahkan gejolak emotifnya, misalnya gaya sentimental, gaya diplomatis, gaya humor.

Keraf (2002: 116-124) membedakan gaya bahasa menjadi empat, yaitu

(1) gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, (2) gaya bahasa berdasarkan nada yang terkandung dalam wacana, (3) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, (4) gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna.

(1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata adalah gaya bahasa yang mempersoalkan kata yang paling tepat dan sesuai untuk posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat atau tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat. Bahasa standar (bahasa baku) dapat dibedakan menjadi gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan gaya bahasa percakapan.

a. Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya lengkap, dan dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan yang resmi. Gaya bahasa ini biasanya dipergunakan dalam pidato-pidato, tajuk rencana, khotbah. Misalnya, Pemahaman krisis Irak bukanlah persoalan agama, kembali diperkuat oleh misi perdamaian tokoh lintas agama Indonesia ke mancanegara pekan ini. Misi itu sekaligus memperlihatkan keseriusan sikap Indonesia yang menentang perang.

b. Gaya bahasa tidak resmi

Gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Gaya bahasa ini biasanya dipergunakan dalam karya tulis, buku pegangan, artikel-artikel mingguan. Misalnya, Sumpah Pemuda yang dicetuskan pada tanggal 28 Oktober adalah peristiwa nasional, yang mengandung benih nasionalisme. Nasionalisme pada zaman penjajahan mempunyai watak khusus yaitu anti penjajahan.

c. Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa yang pilihan katanya berupa kata-kata percakapan. Misalnya, ketika meluncurkan buku di Bali awal Januari 2003 menandai Ulang tahun ke-60, kepada TV Anda serius berucap, Mba mega itu harus dibebaskan dari aturan yang mengekang untuk bisa ketemu langsung dengan rakyat. Supaya apa? Supaya presiden bisa langsung dengar suara hati rakyat. Dengan mendengar langsung, setiap kebijakan kepala negara bisa mencerminkan harapan rakyat.

(2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti (pengaruh) yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sugesti akan lebih nyata jika diikuti dengan suara dari pembicara dalam bahasa lisan. Gaya bahasa berdasarkan nada dapat dibagi menjadi tiga, yaitu (a) gaya sederhana, (b) gaya mulia dan bertenaga, (c) gaya menengah.

(a) Gaya sederhana

Gaya sederhana dipergunakan untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan. Penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup sehingga dapat menggunakan gaya ini secara efektif.

(b) Gaya mulia dan bertenaga

Gaya mulia dan bertenaga dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak hanya dengan menggunakan tenaga pembicara tetapi juga dapat menggunakan nada kemuliaan. Gaya bahasa ini biasanya digunakan oleh ahli-ahli pidato dengan menggerakkan emosi masyarakat.

(c) Gaya menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nada yang digunakan bersifat lemah lembut, dan mengandung humor. Gaya ini biasanya digunakan dalam kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, dan rekreasi.

(3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat adalah bagian unsur kalimat yang dipentingkan dalam kalimat tersebut. Kalimat yang bersifat periodik, yaitu bagian kalimat yang terpenting atau gagasan mendapat penekanan ditempatkan pada akhir kalimat. Kalimat yang bersifat kendur, yaitu bagian kalimat yang mendapat penekanan ditempatkan pada awal kalimat. Kalimat berimbang adalah kalimat yang mengandung dua kalimat atau lebih yang kedudukannya sama tinggi atau sederajat. Menurut Keraf (2002:124-129) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dapat dibagi menjadi lima, yaitu

a. Gaya Bahasa Klimaks

Gaya bahasa klimaks adalah gaya bahasa yang mengandung urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Berikut ini contohnya

- (1) Dengan sistem pemupukan ini kita harapkan tanaman tumbuh, subur, hasilnya berlipat ganda, dan penghidupan petani kian meningkat.
- (2) Seorang guru yang berdiri di muka kelas haruslah mengetahui, memahami, serta menguasai bahan yang diajarkannya.

Kalimat (1) dan (2) merupakan klimaks yang tingkat gagasannya semakin meningkat. Kalimat (1) ditandai *dengan sistem pemupukan maka diharapkan tanaman dapat tumbuh dengan subur, hasilnya dapat berlipat ganda dan penghasilan petani dapat meningkat*. Kalimat (2) ditandai dengan tugas seorang guru dalam mengajar diharapkan dapat mengetahui, memahami serta menguasai bahan yang diajarkan.

b. Gaya Bahasa Antiklimaks

Gaya bahasa antiklimaks adalah gaya bahasa yang tingkat gagasannya berurutan dari yang terpenting ke gagasan yang kurang penting. Berikut ini contohnya

- (3) Pembangunan lima tahun telah dilancarkan serentak di Ibu kota negara, ibu kota propinsi, kabupaten, kecamatan, dan semua desa di seluruh Indonesia.

Pada kalimat (3) antiklimaks ditunjukkan dengan gagasan utama yang penting *pembangunan lima tahun telah dilancarkan serentak di Ibu kota negara*

sedangkan gagasan yang dianggap kurang penting adalah *ibu kota propinsi, kabupaten, kecamatan, dan semua desa di seluruh Indonesia*.

c. Gaya Bahasa Pararelisme

Gaya bahasa pararelisme adalah gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frase-frase yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Berikut ini contohnya

- (4) Baik kaum pria maupun kaum wanita mempunyai hak dan kewajiban yang sama secara hukum.
- (5) Guru bertanggung jawab atas pendidikan para siswa di sekolah tetapi harus ditunjang oleh para orang tua dengan cara mengawasi pelajaran anak-anak di rumah.

Pada kalimat (4) kesejajaran kata ditunjukkan *dengan baik kaum pria maupun kaum wanita, hak dan kewajiban*. Fungsi kedua kata baik pria maupun wanita mempunyai fungsi yang sama yaitu subyek, sedangkan hak dan kewajiban mempunyai fungsi objek. Kalimat (5) ditunjukkan dengan kata *guru dan orang tua*. Fungsi kedua kata guru dan orang tua sama-sama menduduki fungsi subjek.

d. Gaya Bahasa Antitesis

Gaya bahasa antitesis adalah gaya bahasa yang mengandung gagasan yang bertentangan dengan menggunakan kelompok kata yang berlawanan. Berikut ini contohnya

- (6) Gadis secantik Ida diperistri oleh Dedi yang jelek itu.

(7) Kelulusan anak mereka dalam ujian itu sangat menggembirakan tetapi kesanggupan mereka membiayainya di perguruan tinggi justru menyedihkannya.

Pada kalimat (6) menggunakan kata yang berlawanan, yaitu kata *cantik* yang berlawanan dengan kata *jelek*. Kalimat (7) kata *menggembirakan* yang berlawanan dengan kata *menyedihkan*.

e. Gaya Bahasa Repetisi

Gaya bahasa repetisi adalah gaya bahasa perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Berikut ini contohnya

(8) Selamat datang pahlawanku, selamat datang kekasihku, selamat datang buah hatiku, selamat datang, selamat datang!

Pada kalimat (8) perulangan ditunjukkan dengan kata *selamat datang* untuk memberi penekanan. Gaya bahasa repetisi dapat dibagi menjadi tujuh macam sebagai berikut

1. Gaya Bahasa Epizeuksis

Gaya bahasa Epizeuksis adalah gaya bahasa repetisi yang bersifat langsung artinya kata yang dipentingkan diulang beberapa kali berturut-turut, misalnya Kita harus *bekerja, bekerja, sekali lagi bekerja* untuk mengejar semua ketinggalan kita.

2. Gaya Bahasa Tautotes

Gaya bahasa tautotes adalah gaya bahasa repetisi yang berulang-ulang pada sebuah konstruksi, misalnya *kau memuding aku, aku memuding kau, kau dan aku* menjadi seteru.

3. Gaya Bahasa Anafora

Gaya bahasa anafora adalah gaya bahasa repetisi yang berwujud perulangan kata pertama pada tiap baris atau kalimat berikutnya, misalnya *bahasa yang baku* pertama-tama berperan sebagai pemersatu dalam pembentukan suatu masyarakat bahasa yang bermacam-macam. *Bahasa yang baku* akan mengurangi perbedaan variasi dialek Indonesia secara geografis, yang tumbuh karena kekuatan bawah sadar pemakai bahasa Indonesia yang bahasa pertamanya bahasa Nusantara.

4. Gaya Bahasa Epistrofa

Gaya bahasa epistrofa adalah gaya bahasa repetisi yang berwujud perulangan kata atau frase pada akhir baris atau kalimat berurutan, misalnya *bumi yang kaudiامي, laut yang kaulayari adalah puisi. Kebun yang kautanami, bukit yang kaugundhili adalah puisi.*

5. Gaya Bahasa Simploke

Gaya bahasa simploke adalah gaya bahasa repetisi pada awal dan akhir beberapa baris atau kalimat berturut-turut, misalnya *kamu bilang hidup ini tidak mempunyai arti, aku bilang biarin. Kamu bilang hidup ini seperti panggung sandiwara, aku bilang biarin.*

6. Gaya Bahasa Epanalepsis

Gaya bahasa epanalepsis adalah gaya bahasa pengulangan yang berwujud kata terakhir dari baris, klausa atau kalimat, mengulang kata pertama, misalnya *Kita* gunakan pikiran dan perasaan *kita*.

7. Gaya Bahasa Anadiplosis

Gaya bahasa Anadiplosis adalah gaya bahasa pengulangan kata atau frase terakhir dari suatu klausa atau kalimat menjadi kata atau frase pertama dari klausa atau kalimat berikutnya, misalnya *dalam laut ada tiram, dalam tiram ada mutiara. Dalam mutiara tidak ada apa-apa*.

(4) Gaya Bahasa Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna

Gaya bahasa berdasarkan makna diukur dari langsung tidaknya makna, yaitu apakah acuan yang dipakai masih mempertahankan makna denotatifnya atau sudah terdapat penyimpangan. Gaya bahasa ini dibagi menjadi dua, yaitu gaya bahasa retorik dan gaya bahasa kiasan (Keraf, 2002:129-145)

3.1 Gaya Bahasa Retorik

Gaya bahasa retorik ada beberapa macam sebagai berikut

a. Gaya Bahasa Aliterasi

Gaya bahasa aliterasi adalah gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi konsonan yang sama. Gaya bahasa ini dipergunakan dalam puisi, prosa untuk penekanan. Berikut ini contohnya

(9) Datang dari danau

(10) Takut titik lalu tumpah

Pada kalimat (9) perulangan bunyi konsonan *d* pada kata *datang dari danau* dan kalimat (10) konsonan *t* pada kata *takut titik lalu rumpah*.

b. Gaya Bahasa Asonansi

Gaya bahasa asonansi adalah gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi vokal yang sama. Gaya bahasa ini digunakan dalam puisi atau prosa untuk memperoleh efek penekanan atau sekedar keindahan. Berikut ini contohnya

(11) *Tiada siaga tiada biasa*

(12) *Muka muda mudah muram*

Pada kalimat (11) perulangan bunyi vokal *i, a*, pada kata *tiada siaga tiada biasa* dan kalimat (12) perulangan bunyi vokal *u, a* pada kata *muka muda mudah muram*.

c. Gaya Bahasa Anastrof

Gaya bahasa anastrof adalah gaya bahasa yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat. Berikut ini contohnya

(13) *Pergilah ia meninggalkan kami*

(14) *Keheranan kami melihat perangnya*

Pada kalimat (13) dan (14) susunan kata yang terbalik *pergilah ia meninggalkan kami* dapat disusun sehingga menjadi kalimat yang baik *ia pergi meninggalkan kami*. *Keheranan kami melihat perangnya* dapat disusun menjadi kalimat yang baik *kami heran melihat perangnya*.



d. Gaya Bahasa Apofasis atau Preterisio

Gaya bahasa apofasis atau preterisio adalah gaya bahasa dimana penulis atau pengarang menegaskan sesuatu tetapi dengan menyangkal. Berikut ini contohnya

(15) Saya tidak mau mengungkapkan dalam forum ini bahwa saudara telah menggelapkan ratusan juta rupiah uang negara.

Pada kalimat (15) berisi penegasan *bahwa saya tidak mau mengungkapkan dalam forum ini* tetapi kemudian menyangkal orang itu *menggelapkan ratusan juta rupiah uang negara*.

e. Gaya Bahasa Apostrof

Gaya bahasa apostrof adalah gaya bahasa berbentuk pengalihan amanat dari para hadirin kepada sesuatu yang tidak hadir. Berikut ini contohnya

(16) Hai kamu dewa-dewa yang berada di surga, datanglah dan bebaskanlah kami dari belenggu penindasan ini.

Pada kalimat (16) pengalihan pembicaraan langsung pada sesuatu yang tidak ada atau tidak hadir seperti pada kata *dewa-dewa yang berada di surga*. Kata tersebut menunjuk langsung pada malaikat yang ada di surga.

f. Gaya Bahasa Asidenton

Gaya bahasa asidenton adalah gaya bahasa yang berupa acuan yang bersifat padat dimana beberapa kata, frase atau klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung. Berikut ini contohnya

- (17) Keberhasilan proses belajar mengajar ditentukan oleh adanya faktor tujuan instruksional, materi pengajaran, kualitas guru, metode yang serasi, media pengajaran, pengelolaan kelas, evaluasi yang cocok.
- (18) Dan kesesakan, kepedihan, kesakitan, seribu derita detik-detik penghabisan orang melepaskan nyawa.

Pada kalimat (17) ditunjukkan dengan tanda koma seperti *tujuan insruksional, materi pengajaran, kualitas guru, metode yang serasi, media pengajaran, pengelolaan kelas, evaluasi yang cocok*. Pada kalimat (18) juga ditandai dengan tanda koma seperti *dan kesesakan, kepedihan, kesakitan, seribu derita detik-detik penghabisan orang melepaskan nyawa*.

g. Gaya Bahasa Polisindeton

Gaya bahasa polisindeton adalah gaya bahasa yang berupa kata, frase, atau klausa yang berurutan dihubungkan dengan kata sambung. Berikut ini contohnya

- (19) Harga padi dan jagung dan sayur mayur sangat menggembirakan para petani itu.

Kalimat (19) ditunjukkan dengan kata sambung seperti harga padi *dan jagung dan sayur mayur* sangat menggembirakan para petani itu.

h. Gaya Bahasa Kiasmus

Gaya bahasa kiasmus adalah gaya bahasa perulangan dan inversi (perubahan urutan S-P menjadi P-S) hubungan antara dua kata dalam satu kalimat. Berikut ini contohnya

(20) Yang kaya merasa dirinya miskin, sedangkan yang miskin merasa dirinya kaya.

Pada kalimat (20) perulangan terdapat pada yang *kaya* merasa dirinya *miskin*, sedangkan yang *miskin* merasa dirinya *kaya*.

i. Gaya Bahasa Elipsis

Gaya bahasa elipsis adalah gaya bahasa yang berwujud penghilangan suatu unsur kalimat dengan mudah dapat diisi atau ditafsirkan sendiri oleh pembaca atau pendengar sehingga struktur gramatikal atau kalimatnya memenuhi pola yang berlaku. Berikut ini contohnya

(21) Pada waktu pulang membawa banyak barang berharga serta perabot rumah tangga.

(22) Dia dan istrinya ke Jakarta minggu lalu.

(23) Orang itu memukul dengan sekuat tenaga.

Kalimat (21) unsur yang dihilangkan adalah subyek seperti mereka, dia, saya, atau kami. Kalimat (22) penghilangan predikat pergi atau berangkat. Kalimat (23) penghilangan objek saya, istrinya, atau ular.

j. Gaya Bahasa Eufemismus

Gaya bahasa Eufemismus adalah gaya bahasa yang berupa ungkapan-ungkapan yang tidak menyinggung perasaan orang atau ungkapan yang halus untuk menggantikan ungkapan yang dirasakan menghina. Berikut ini contohnya

(24) Anak saudara memang tidak terlalu cepat mengikuti pelajaran seperti anak lainnya.

Pada kalimat (24), ungkapan yang tidak menyinggung perasaan orang ditunjukkan *tidak terlau cepat mengikuti pelajaran* menggantikan kata bodoh yang dianggap menyinggung.

k. Gaya Bahasa Litotes

Gaya bahasa litotes adalah gaya bahasa yang dipakai untuk menyatakan sesuatu dengan tujuan merendahkan diri. Berikut ini contohnya

(25) Saya tidak akan merasa bahagia bila mendapat warisan satu milyar rupiah.

(26) Rumah yang buruk inilah yang merupakan hasil usaha kami bertahun-tahun lamanya.

Kalimat (25) dan (26) merupakan litotes atau merendahkan diri yaitu, dari kalimat *saya tidak merasa bahagia jika mendapat warisan* dan *rumah yang buruk merupakan hasil usaha kami bertahun-tahun*.

l. Gaya Bahasa Histeron Proteron

Gaya Bahasa Histeron Proteron adalah gaya bahasa yang merupakan kebalikan dari sesuatu yang wajar, misalnya menempatkan sesuatu yang terjadi kemudian pada awal peristiwa. Berikut ini contohnya

(27) Jendela ini telah memberi sebuah kamar padamu untuk dapat berteduh dengan tenang.

Pada kalimat (27) kata *jendela* merupakan kebalikan dari sesuatu yang wajar.

m. Gaya Bahasa Pleonasme dan Tautologi

Gaya bahasa Pleonasme adalah gaya bahasa yang mengacu pada pemakaian kata yang mubazir atau tidak perlu. Gaya bahasa tautologi adalah

gaya bahasa yang menggunakan kata berlebihan dan mengandung perulangan dari sebuah kata yang lain. Berikut ini contohnya

(28) Saya telah mencatat kejadian itu dengan tangan saya sendiri.

(29) Orang meninggal itu menutup mata buat selama-lamanya.

Kalimat (28) tetap utuh maknanya jika dihilangkan kata-kata yang tidak perlu seperti *dengan tangan saya sendiri*. Sedangkan pada kalimat (29) merupakan tautologi yang pada dasarnya mengandung perulangan seperti kata *meninggal dengan menutup mata*.

n. Gaya Bahasa Perifrasis

Gaya bahasa perifrasis adalah gaya bahasa yang tidak menggunakan kata-kata berlebihan tetapi dapat digantikan dengan satu kata. Berikut ini contohnya

(30) Saya menerima segala saran, petuah, petunjuk yang sangat berharga dari Bapak Lurah.

(31) Ia telah beristirahat dengan damai.

Pada kalimat (30) dan (31) menggunakan kata yang berlebihan seperti *segala saran, petuah, petunjuk* dapat diganti dengan kata *nasihat*. Sedangkan kata *beristirahat dengan damai* dapat diganti dengan *meninggal dunia*.

o. Gaya Bahasa Prolepsis atau Antisipasi

Gaya Bahasa Prolepsis atau Antisipasi adalah gaya bahasa yang menggunakan lebih dahulu kata-kata atau sebuah kata sebelum peristiwa atau gagasan yang sebenarnya terjadi. Berikut ini contohnya

(32) Pada pagi yang naas itu ia mengendarai sebuah sedan biru.

(33) Kedua orang itu bersama calon pembunuhnya segera meninggalkan tempat itu.

Kalimat (32) dan (33) mendeskripsikan kecelakaan dan pembunuhan yang ditunjukkan dengan kata *pada pagi yang naas* itu dan *calon pembunuhnya*.

p. Gaya Bahasa Retoris

Gaya Bahasa Retoris adalah gaya bahasa yang berupa pertanyaan dan tidak menghendaki adanya suatu jawaban. Berikut ini contohnya

(34)Apakah rakyat yang harus menanggung akibat semua korupsi dan manipulasi di negara ini?

Kalimat (34) merupakan retorik atau pertanyaan yang ditunjukkan dengan menggunakan *kata tanya apa dan tanda tanya (?)*.

q. Gaya Bahasa Silepsis dan Zeugma

Gaya Bahasa Silepsis dan Zeugma adalah gaya bahasa yang menggunakan dua konstruksi rapatan dengan menghubungkan sebuah kata dengan dua atau kata lain yang pada hakekatnya hanya sebuah kata yang mempunyai hubungan dengan kata pertama. Dalam zeugma terdapat gabungan gramatikal dua buah kata yang mengandung ciri semantik yang bertentangan. Berikut ini contohnya

(35)Anak itu memang rajin dan malas sekolah.

(36)Wanita itu kehilangan harta dan kehormatannya.

Kalimat (35) dan (36) dihubungkan dengan kata sambung tetapi maknanya berbeda. Kalimat (35) merupakan silepsis, konstruksi yang digunakan secara gramatikal benar tetapi secara semantik salah yaitu *rajin dan malas*.

Pada kalimat (36) merupakan zeugma kontruksi yang lengkap adalah kehilangan *harta dan kehilangan kehormatan*. Kehilangan harta bersifat denotasi sedangkan kehilangan kehormatan adalah konotasi.

r. Gaya Bahasa Koreksio atau Epanortosis

Gaya bahasa koreksio atau epanortosis adalah gaya bahasa yang berwujud menegaskan sesuatu tetapi kemudian memeriksa dan memperbaikinya. Berikut ini contohnya

(37) Pak Tarigan memang orang Bali, ah bukan, orang Batak.

Kalimat (37) adalah penegasan bahwa Pak Tarigan adalah orang Bali tetapi kemudian diperbaiki bahwa *Pak Tarigan adalah orang Batak*.

s. Gaya Bahasa Hiperbola

Gaya bahasa hiperbola adalah gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan dengan membesar-besarkan sesuatu hal. Berikut ini contohnya

(38) Tabungannya berjuta-juta, emasnya berkilo-kilo.

(39) Kemarahanku sudah menjadi-jadi hingga hampir meledak aku

(40) Saya terkejut setengah mati menyaksikan peristiwa kecelakaan itu

Kalimat (38), (39), dan (40) melebihkan dari keadaan yang sebenarnya yaitu *berjuta-juta, berkilo-kilo, menjadi-jadi, meledak dan setengah mati*.

t. Gaya Bahasa Paradoks

Gaya bahasa paradoks adalah gaya bahasa yang mengandung pertentangan yang nyata dengan fakta-fakta yang ada. Berikut ini contohnya

(41) Dia kedinginan di kota Jakarta.

(42) Ia mati kelaparan di tengah-tengah kekayaannya yang berlimpah-limpah.

Pada kalimat (41) kata *keinginan* yang tidak sesuai dengan fakta bahwa *Jakarta* adalah kota yang panas, sedangkan kalimat (42) *mati kelaparan* tidak sesuai dengan *kekayaan yang berlimpah-limpah*.

u. Gaya Bahasa Oksimoron

Gaya bahasa oksimoron adalah gaya bahasa yang mengandung pertentangan dengan menggunakan kata-kata yang berlawanan dalam frase yang sama. Berikut ini contohnya

(43) Olahraga mendaki gunung sangat menarik walaupun sangat berbahaya.

Pada kalimat (43) ditunjukkan dengan kata *sangat menarik* dan kata yang berlawanan adalah *sangat berbahaya*.

3.2 Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa kiasan dibentuk berdasarkan perbandingan atau persamaan. Perbandingan yang dimaksud adalah gaya bahasa langsung, dan gaya bahasa kiasan. Gaya bahasa tersebut dapat dilihat dengan contoh, yaitu

1. Dia sama pintar dengan kakaknya
2. Matanya seperti bintang timur

Perbandingan gaya bahasa tersebut diuraikan sebagai berikut

a. Gaya Bahasa Persamaan atau Simile

Gaya bahasa perumpamaan atau simile adalah gaya bahasa perbandingan yang bersifat eksplisit, maksudnya adalah bahwa ia menyatakan sesuatu sama dengan hal lain. Untuk itu diperlukan usaha yang eksplisit menunjukkan kesamaan seperti dengan kata-kata seperti, sebagai, bagaikan dan sebagainya. Berikut ini contohnya

(44) Matanya seperti bintang timur

(45) Kedua orang itu bagaikan pinang dibelah dua

Pada kalimat (44) dan (45) perumpamaan ditunjukkan dengan kata *seperti*, *bagaikan*.

b. Gaya Bahasa Metafora

Gaya bahasa metafora adalah gaya bahasa yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat. Berikut ini contohnya

(46) Kapten kesebelasan itu mendapat kartu merah.

(47) Gadis itu menjadi buah bibir desa.

Pada kalimat (46) perbandingan dua hal terdapat pada kata *kapten kesebelasan* dengan *kartu merah* sedangkan, pada kalimat (47) ditunjukkan dengan kata *gadis* dengan *buah bibir*.

c. Gaya Bahasa Personifikasi

Gaya bahasa personifikasi adalah gaya bahasa yang melekatkan sifat-sifat insani kepada barang yang tidak bernyawa dan ide yang abstrak. Berikut ini contohnya

(48) Burung murai berkicau gembira di pagi hari.

(49) Angin yang meraung di tengah malam yang gelap itu menambah lagi ketakutan kami.

Pada kalimat (48) personifikasi menunjuk pada kata *berkicau gembira*, sedangkan kalimat (49) ditunjukkan dengan kata *meraung*.

d. Gaya Bahasa Alusi

Gaya bahasa alusi adalah gaya bahasa yang menunjuk secara tidak langsung suatu peristiwa atau tokoh berdasarkan pranggapan adanya pengetahuan bersama yang dimiliki pengarang dan pembaca. Berikut ini contohnya

(50) Saya takut membayangkan kembali peristiwa Westerling di Sulawesi Selatan.

Pada kalimat (50) *Westerling* adalah orang yang memprakarsai kerja paksa dan membunuh banyak rakyat Indonesia yang terjadi di *Sulawesi Selatan*.

e. Gaya Bahasa Eponim

Gaya bahasa eponim adalah gaya bahasa yang mengandung nama seseorang dan dihubungkan dengan sifat tertentu. Berikut ini contohnya

(51) Kita tidak menyangka sedikit pun bahwa dewi fortuna berada di pihak tim mereka pada pertandingan itu.

Kalimat (51) *dewi fortuna* digunakan untuk menyebutkan keberuntungan.

f. Gaya Bahasa Epitet

Gaya bahasa epitet adalah gaya bahasa yang mengandung acuan dengan menyatakan suatu sifat atau ciri yang khas dari seseorang atau suatu hal. Berikut ini contohnya

(52) Putri malam menyambut kedatangan para remaja yang sedang di mabuk asmara.

(53) Lonceng pagi bersahut-sahutan di desa terpencil ini untuk menyongsong mentari bersinar.

Pada kalimat (52) *putri malam* digunakan untuk menyatakan bulan, sedangkan kalimat (53) *lonceng pagi bersahut-sahutan* digunakan untuk menyatakan ayam jantan yang berkokok.

g. Gaya Bahasa Sinekdoke

Gaya bahasa sinekdoke adalah gaya bahasa yang menyatakan sebagian untuk pengganti keseluruhan. Berikut ini contohnya

(54) Paman saya telah mempunyai dua atap di Jakarta

(55) Setiap tahun banyak mulut yang harus diberi makan di Tanah air kita ini

Pada kalimat (54), *dua atap* digunakan untuk menyatakan keseluruhan, sedangkan pada kalimat (55) *banyak mulut* digunakan untuk menyatakan masyarakat.

h. Gaya Bahasa Metonomia

Gaya bahasa metonomia adalah gaya bahasa yang mempergunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain, karena mempunyai pertalian yang sangat dekat. Berikut ini contohnya

(56) Parker jauh lebih mahal daripada pilot, karena kualitasnya lebih tinggi.

(57) Mahasiswa di kampus itu sedang membaca Ayu Utami.

Pada kalimat (56) *parker* disebutkan karena berkaitan dengan *pilot*, sedangkan kalimat (57) menyebut *Ayu Utami* untuk menyebut bukunya.

i. Gaya Bahasa Antonomasia

Gaya bahasa antonomasia adalah gaya bahasa yang merupakan penggunaan gelar resmi atau jabatan sebagai pengganti nama diri. Berikut ini contohnya

(58) Gubernur Sumatera Utara akan meresmikan pembukaan Seminar Adat Karo bulan depan.

(59) Rektor mewisuda tiga ratus lima puluh sarjana dari berbagai jurusan pada perayaan Dies Natalis IKIP Bandung yang ke XXX di lapangan Terbuka Bumi Siliwangi.

Pada kalimat (58) dan (59) *Gubernur Sumatera Utara* dan *Rektor* merupakan jabatan resmi yang digunakan sebagai pengganti nama diri.

j. Gaya Bahasa Hipalase

Gaya Bahasa Hipalase adalah gaya bahasa yang merupakan kebalikan dari suatu hubungan alamiah antara dua gagasan. Berikut ini contohnya

(60) Kami akan tetap menagih orang tuamu utang pinjaman kepada pamanmu.

(61) Nenek tidur di atas bantal kasur yang nyenyak.

Kalimat (60) merupakan kalimat terbalik. Kalimat tersebut dapat diuraikan dengan jelas, yaitu *kami akan tetap menagih utang pinjaman orang tuamu kepada pamanmu*. Kalimat (61) *nenek tidur dengan nyenyak di atas bantal kasurnya*.

k. Gaya Bahasa Ironi, Sinisme dan Sarkasme

Gaya bahasa ironi adalah gaya bahasa yang menyatakan makna bertentangan dengan maksud mengejek. Gaya bahasa Sinisme adalah gaya bahasa yang berupa sindiran dan mengandung ejekan terhadap ketulusan hati. Gaya bahasa sarkasme

adalah gaya bahasa yang mengandung ekekan atau sindiran pedas dan menyakitkan hati. Berikut ini contohnya

(62) Bagusnya rapor si Andi, banyak angka merahnya

(63) Tidak dapat disangkal bapaklah orangnya, sehingga keamanan dan ketenteraman di daerah ini akan ludes.

(64) Tingkah lakumu mempermalukan kami.

Kalimat (62) merupakan ironi yang ditunjukkan dengan *bagusnya rapor, dan banyaknya angka merah*. Kalimat (63) merupakan sinisme atau ejekan yang ditunjukkan dengan *bapaklah orangnya yang membuat keamanan di daerah ini akan ludes*. Kalimat (64) merupakan sarkasme bersifat menyakitkan hati yang ditunjukkan dengan *tingkah lakumu mempermalukan kami*.

k. Gaya Bahasa Inuendo

Gaya bahasa inuendo adalah gaya bahasa yang berupa sindiran dengan mengecilkan kenyataan yang sebenarnya. Berikut ini contohnya

(65) Setiap UMPTN dia gagal karena sedikit kurang membaca buku pelajaran

Pada kalimat (65) merupakan sindiran yang ditunjukkan dengan *dia gagal lulus ujian karena sedikit kurang membaca*.

m. Gaya Bahasa Antifrasis

Gaya bahasa antifrasis adalah gaya bahasa yang berupa penggunaan sebuah kata dengan maksud kebalikannya. Berikut ini contohnya

(66) Hadirin diharapkan berdiri, mahasiswa teladan memasuki ruangan.

Pada kalimat (66) mahasiswa pemalas adalah kebalikan *mahasiswa teladan*.

n. Gaya Bahasa Paronomasia

Gaya bahasa paronomasia adalah gaya bahasa yang berisi penjajaran kata-kata yang berbunyi sama tetapi bermakna lain (kata yang sama bunyi tetapi berbeda artinya). Berikut ini contohnya

(67)Pada pohon paku di muka rumah kami tetancap beberapa buah paku tempat menyangkutkan pot bunga.

(68)Kami menerima ban tuan ini segala bantuan yang berharga sehingga kami dapat meneruskan perjalanan.

Pada kalimat (67) kata *paku* pertama berarti pohon, sedangkan kata *paku* kedua berarti benda yang digunakan di dinding. Pada kalimat (68) *ban Tuan* atau sebutan seseorang sedangkan *bantuan* merupakan pertolongan.

Dalam penelitian ini hal yang dikaji adalah gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dan gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna.

2.3.3 Pengertian Wacana

Kata *discourse* berasal dari bahasa latin yaitu *discursus* yang berarti lari kian kemari (yang diturunkan dari kata *dis*'dari, dalam arah yang berbeda dan *curre*'lari), yang berarti komunikasi pikiran dengan kata-kata ekspresi ide-ide atau gagasan konversasi atau percakapan, komunikasi secara umum terutama sebagai suatu subjek studi atau pokok telaah, dan risalat tulis, disertasi formal; kuliah, ceramah, khotbah (Webster,1983:522 dalam Tarigan 1987:23).

Dalam pengertian luas wacana adalah rentangan ujaran yang berkesinambungan (urutan kalimat-kalimat individual). Wacana tidak hanya

terdiri dari untaian ujaran/kalimat yang secara gramatikal teratur rapi (Carlson 1983:XIII-XIV dalam Tarigan 1987:24).

Kridalaksana (1982:179) berpendapat bahwa wacana merupakan satuan bahasa terlengkap yang merupakan satuan gramatikal tertinggi dan direalisasikan dalam karangan utuh (novel, seri ensiklopedia), paragraf, kalimat atau kata yang membawa amanat yang lengkap. Dari batasan tersebut terdapat empat arti wacana yaitu: (i) wacana merupakan satuan bahasa terlengkap yang berarti wacana mengandung satuan kebahasaan yang meliputi fonem, morfem, kata, frase, klausa dan kalimat, (ii) wacana merupakan satuan gramatikal tertinggi yang berarti wacana berada di atas tataran kalimat, (iii) wacana direalisasikan dalam karangan utuh (novel, buku seri ensiklopedia) paragraf, kalimat, atau kata, (iv) wacana membawa amanat lengkap yang berarti wacana mengandung keutuhan informasi dan maksud.

Menurut Keraf (1995:4-7 dalam Sobur 2001:11) pengertian wacana dapat dibatasi dari dua sudut yang berlainan, yaitu sudut bentuk bahasa, dan sudut tujuan umum sebuah karangan utuh atau sebagai bentuk komposisi. Dari sudut bentuk bahasa, wacana adalah bentuk bahasa di atas kalimat yang mengandung sebuah tema. Satuan bentuk yang mengandung tema terdiri atas alinea, anak-anak bab, bab-bab, karangan utuh baik yang terdiri dari bab maupun tidak. Dari sudut tujuan umum sebuah karangan utuh atau komposisi, wacana dibedakan menjadi empat. Pertama, wacana memberi informasi pada orang lain dan memperoleh informasi dari orang lain mengenai suatu hal. Kedua, wacana meyakinkan seseorang mengenai suatu kebenaran atau suatu hal dan lebih jauh mempengaruhi

sikap dan pendapat orang lain. Ketiga, wacana menggambarkan atau menceritakan bagaimana bentuk, wujud suatu barang atau objek atau mendeskripsikan cita rasa suatu benda, hal bunyi. Keempat, wacana menceritakan pada orang lain kejadian atau peristiwa yang terjadi baik yang dialami sendiri maupun yang didengarnya dari orang lain.

Eriyanto (2001:2) berpendapat bahwa wacana adalah (1) rentetan kalimat yang berkaitan dan menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain, membentuk satu kesatuan sehingga terbentuk makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu, (2) kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang tinggi yang berkesinambungan mempunyai awal dan akhir yang nyata dan disampaikan secara lisan dan tertulis.

2.3.4 Pengertian Wacana Iklan

Wacana iklan adalah wacana yang bertujuan untuk mendorong atau membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Dari batasan tersebut terdapat dua ciri wacana iklan, yaitu (i) wacana iklan bertujuan untuk mendorong atau membujuk khalayak ramai, (ii) wacana iklan bertujuan agar khalayak ramai tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1995:369).

2.3.5 Jenis-Jenis Wacana

Jenis wacana dapat diklasifikasikan dengan dasar-dasar tertentu. Dasar itu meliputi media yang dipakai untuk mewujudkannya, keaktifan partisipan komunikasi, tujuan pembuatan wacana, bentuk wacana, langsung tidaknya pengungkapan, genre sastra, dan isi wacana.

Berdasarkan media yang digunakan wacana dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu wacana lisan (*spoken discourse*) dan wacana tulis (*written discourse*) (Tarigan, 1987 :52). Wacana lisan adalah wacana yang diwujudkan melalui bahasa lisan. Proses komunikasi yang terjadi antarpartisipan adalah komunikasi menyampaikan pesan verbal lisan dan partisipan menerima dengan menyimak dan mendengarkan (Tarigan, 1987:55). Wacana tulis adalah wacana yang diwujudkan dalam bahasa tulis. Untuk memahami dan menangkap isi penerima harus membacanya.

Berdasarkan keaktifan partisipan dalam komunikasi, wacana dibedakan menjadi wacana monolog (*monologue discourse*), wacana dialog (*dialogue discourse*), dan wacana polilog (*polylogue discourse*). Wacana monolog merupakan wacana yang tidak melibatkan pihak pembicara. Wacana dialog melibatkan dua pihak bergantian peran sebagai pembicara dan pendengar. Wacana polilog melalui pertukaran tiga jalur atau lebih. Wacana ini pada dasarnya sama dengan wacana dialog karena keduanya melibatkan pihak-pihak yang berganti peran sebagai pembicara dan pendengar (Baryadi, 2002:11).

Berdasarkan tujuan pembuatan wacana dapat dibedakan menjadi sebelas yaitu wacana naratif, wacana deskriptif, wacana eksposisi, wacana argumentatif,

wacana persuasif, wacana informatif, wacana prosedural, wacana hortatori, wacana regulatif, wacana humor, dan wacana jurnalistik. Wacana tersebut bertujuan untuk menceritakan sesuatu, memerikan sesuatu, menerangkan sesuatu, memberikan argumentasi, membujuk, menyampaikan informasi, menyajikan langkah-langkah pembuatan, memberikan nasehat, mengatur sesuatu, melucu dan melaporkan sesuatu (Baryadi, 2002:12).

Berdasarkan bentuknya, wacana dapat dibedakan menjadi wacana epistolari (*epistolary discourse*), wacana kartun (*cartoon discourse*), wacana komik (*comic discourse*), dan wacana mantra (*magic discourse*) (Baryadi, 2002:13).

Berdasarkan langsung tidaknya pengungkapan, wacana dapat dibedakan dua jenis, yaitu wacana langsung (*direct discourse*) dan wacana tidak langsung (*indirect discourse*). Wacana langsung adalah kutipan wacana yang sebenarnya dibatasi oleh intonasi dan pengucapan (Kridalaksana via Baryadi:13). Wacana tidak langsung adalah pengungkapan kembali wacana-wacana tanpa mengutip harafiah kata-kata yang dipakai oleh pembicara dan menggunakan konstruksi gramatikal atau kata tertentu.

Berdasarkan genre sastra, wacana dibedakan menjadi wacana prosa, wacana puisi, dan wacana drama. Berdasarkan isinya, wacana dapat dibedakan menjadi wacana politik, wacana olahraga, wacana ekonomi, wacana ilmiah, wacana filsafat dan wacana pendidikan.

2.3.6 Pengertian Iklan

Kata *iklan* berasal dari bahasa Arab yaitu *l'lan* yang artinya “khabar yang disiarkan” (Omar, 1984:1). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia iklan adalah

- 1) berita pesanan untuk mendorong, membujuk kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang ditawarkan,
- 2) pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar dan majalah (KBBI, 1989:322).

Menurut Wright (dalam Liliweri 1992:20) iklan adalah proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif. Pengertian ini mempunyai dua makna yaitu iklan dipandang sebagai alat pemasaran dan iklan sebagai proses komunikasi yang bersifat persuasif. Namun demikian keduanya mengandung pengertian sama yaitu kegiatan menjual barang, jasa, ide kepada khalayak.

Dalam *Ensiklopedia Nasional Indonesia jilid 7* (1989:26), iklan merupakan suatu bentuk pernyataan yang memuat pesan mengenai gagasan, produk, atau jasa yang ditawarkan oleh perorangan atau perusahaan dan lembaga baik swasta maupun pemerintah. Menurut Kasali (1992:9), iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat luas lewat suatu media. Iklan ini lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli. Berdasarkan beberapa pengertian iklan di atas, maka dapat disimpulkan iklan

adalah suatu pemberitahuan yang disampaikan kepada masyarakat luas mengenai barang atau jasa atas dasar kontrak pembayaran yang dilakukan oleh perorangan, perusahaan atau pemerintah.

2.3.7 Jenis-Jenis Iklan

Secara umum iklan terdiri dari dua jenis, yaitu iklan standar, dan iklan layanan masyarakat. Iklan standar adalah iklan yang ditata secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang, jasa pelayanan untuk konsumen melalui sebuah media. Iklan niaga merupakan salah satu contoh iklan standar. Tujuan iklan standar adalah merangsang motif dan minat pembeli. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang tidak mencari keuntungan kepada khalayak. Iklan layanan masyarakat bertujuan memberikan informasi dan penerangan pendidikan serta pendidikan kepada masyarakat. Pembagian iklan secara umum sebagai berikut

1) Iklan tanggung jawab sosial

Iklan tanggung jawab sosial adalah iklan yang bertujuan untuk menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, penerangan, pendidikan, agar membentuk sikap warga masyarakat sehingga mereka bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan kemasyarakatan tertentu. Golongan iklan ini meliputi iklan anjuran dan iklan penggambaran sosial. Tema-tema iklan anjuran yang patut dilakukan misalnya patuhilah peraturan lalu lintas, bayarlah listrik pada waktunya, sedangkan anjuran yang tidak patut dilakukan, misalnya hindarilah calo di stasiun, dilarang memberi tip pada petugas.

Iklan penggambaran sosial adalah iklan yang pesan-pesannya jelas memberikan gambaran tentang peristiwa, kejadian, yang berakibat pada suatu keadaan tertentu, misalnya untuk mencegah masa depan anak cucu dari kesulitan air. Anda akan memberikan gambaran keyakinan tentang betapa pentingnya pemeliharaan hutan, tanah dan air sejak sekarang.

2) Iklan Bantahan

Iklan ini diajukan melalui media massa untuk membantah dan memperbaiki citra suatu produk yang namanya sudah tercemar di kalangan masyarakat akibat suatu informasi yang tidak benar. Misalnya di kalangan masyarakat beredar suatu isu bahwa kalau pria mengisap rokok A akan menyebabkan impotensi, akibatnya pasaran rokok A lesu, produsen rokok mengalami kerugian. Untuk mencegah hal tersebut berlanjut pihak pabrik rokok A melalui pengacara mengajukan iklan untuk membantah informasi. Hal ini bertujuan untuk mengembalikan citra produk rokok A.

3) Iklan Pembelaan

Iklan pembelaan adalah iklan yang diajukan untuk membela keberadaan suatu barang, jasa, ide, atau gagasan tertentu dari pengajuan atau klaim dari pihak yang lain terhadap suatu produk tertentu. Misalnya pembelaan terhadap hak patent suatu produk tertentu.

4) Iklan Perbaikan

Iklan perbaikan adalah iklan yang memperbaiki pesan-pesan tentang suatu produk tertentu yang terlanjur salah dan disebarluaskan melalui media massa. Misalnya harian Pos Kota tanggal 23 September 1991 memuat iklan tentang

produk susu A. Pengiklan merasa bahwa pesan-pesan yang disebarkan itu mempunyai kekeliruan yang menyesatkan. Pengiklan dapat membuat iklan perbaikan terhadap iklan sebelumnya sehingga iklan sebelumnya dianggap tidak ada.

5) Iklan Keluarga

Iklan keluarga adalah iklan yang pesan-pesannya merupakan pemberitahuan tentang terjadinya suatu peristiwa kekeluargaan kepada keluarga atau khalayak lainnya. Misalnya iklan perkawinan, iklan ucapan selamat sukses, iklan kematian.

2.3.7.2 Pembagian Iklan Secara Khusus

Selain pembagian iklan secara umum terdapat pula pembagian iklan secara khusus menurut Bovee (1986) dalam Liliweri (1999:36), yaitu

1) Iklan Berdasarkan Khalayak Sasaran Psikografis

Khalayak sasaran iklan dapat digolongkan atas khalayak demografis (usia, jenis kelamin, status sosial, pekerjaan) dan psikografis (gaya hidup, motif membeli). Iklan berdasarkan khalayak sasaran berupa khalayak yang berstatus konsumen dan bisnis.

- a. iklan untuk konsumen, disebarluaskan melalui media massa tertentu untuk para pemakai suatu produk baik barang atau jasa. Misalnya iklan sabun Lux, iklan rokok Jarum Super yang ditayangkan di TV atau di surat kabar.
- b. iklan untuk bisnis, diarahkan khusus kepada mereka yang mempunyai bisnis, usaha dagang yang berkaitan dengan produk tersebut. Misalnya

pamflet, poster, pameran dagang. Iklan bisnis terdiri dari iklan bisnis industri, bisnis dagang dan iklan bisnis profesional.

2) Iklan Berdasarkan Khalayak Sasaran Geografis

Iklan berdasarkan khalayak sasaran geografis, iklan terdiri atas iklan internasional, iklan regional, dan iklan lokal. Iklan internasional mempunyai tujuan untuk menjangkau khalayak apakah pembeli atau konsumen yang terletak dalam wilayah negara lain, misalnya iklan penerbangan internasional, belajar dan bisnis di negara lain.

Iklan nasional mempunyai tujuan mencapai khalayak dalam suatu wilayah negara, misalnya iklan perguruan tinggi, bank-bank nasional. Iklan regional mempunyai tujuan menyebarkan pesan tentang produk tertentu yang lebih cocok diterima oleh warga masyarakat dalam satu wilayah regional tertentu, misalnya produk khusus untuk suatu provinsi atau beberapa provinsi yang berdekatan. Iklan lokal mempunyai tujuan menyebarkan pesan tentang suatu produk terhadap khalayak dalam suatu wilayah yang lebih kecil, misalnya iklan pusat perbelanjaan, informasi tentang perumahan.

3) Iklan Berdasarkan Penggunaan Media

Pilihan terhadap media yang digunakan sebagai penyebar pesan iklan yaitu melalui media cetak, media elektronik. Media cetak adalah media massa misalnya surat kabar, majalah, tabloid sedangkan media elektronik seperti radio, tv, video.

4) Iklan Berdasarkan Fungsi dan Tujuan

Iklan mempunyai fungsi dan tujuan tertentu. Jenis iklan tersebut terdiri atas iklan produk dengan bukan produk, iklan komersil dengan bukan komersil dan iklan berdampak langsung dengan tidak langsung. Iklan produk adalah iklan yang bertujuan memperkenalkan suatu produk tertentu yang benar-benar dihasilkan. Iklan bukan produk adalah iklan yang pesannya berisi ide atau gagasan yang ditawarkan pada pemakai atau pembeli informasi, misalnya iklan asuransi, iklan tentang bank. Iklan komersil adalah iklan yang pemasangnya membayar uang dan waktu pada pemilik media. Iklan bukan komersil adalah iklan yang dipasang meskipun dibayarkan pada media namun pemasangnya tidak mengharapkan keuntungan komersil melainkan keuntungan sosial, misalnya iklan donor darah, iklan anti narkotik. Iklan berdampak langsung bertujuan mempengaruhi khalayak dengan suatu tindakan yang segera, misalnya iklan tentang penyimpanan uang di bank dengan mewajibkan konsumen menggunting kupon berhadiah. Iklan berdampak tidak langsung adalah iklan yang memberikan gambaran tentang satu informasi yang membentuk sikap khalayak supaya lebih familiar. Iklan ini terlihat pada bungkus barang, logo, motto yang memberikan kesan yang khas pada konsumen (Liliweri, 1992:33-45)

2.3.8 Pembelajaran

Pembelajaran adalah pemerolehan suatu mata pelajaran atau pemerolehan keterampilan melalui pelajaran, pengalaman, atau pengajaran. Pengajaran adalah

usaha membantu seseorang dalam mempelajari bagaimana mengerjakan sesuatu melalui intruksi sambil memimpinnya bagaimana mempelajari sesuatu, membekalinya dengan pengetahuan serta mendorongnya untuk mengetahui (Rombepajung, 1988:25).

Proses kegiatan belajar mengajar selalu mengacu pada kurikulum. Di dalam kurikulum terdapat materi-materi pembelajaran. Menurut pandangan lama, sebagaimana terdapat dalam Webster's New International Dictionary (1953:648 dalam Wiryokusumo, 1988:2) kurikulum terdiri dari sejumlah mata pelajaran tertentu yang harus dikuasai untuk mencapai suatu tingkat pendidikan. Oemar Hamalik (1978:2 dalam Wiryokusumo 1988:3) mengungkapkan bahwa kurikulum merupakan sejumlah mata pelajaran yang harus ditempuh oleh murid untuk memperoleh ijazah. Menurut pandangan baru, kurikulum merupakan program pendidikan yang disediakan oleh sekolah untuk siswa (Wiryokusumo, 1988:6).

Kurikulum dikembangkan dengan pendekatan berbasis kompetensi agar lulusan pendidikan nasional memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif sesuai dengan standar mutu nasional dan internasional. Kurikulum nasional mata pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia berorientasi bahwa belajar bahasa adalah belajar berkomunikasi dan belajar sastra adalah belajar menghargai manusia dan nilai-nilai kemanusiannya. Oleh karena itu pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia diarahkan untuk meningkatkan kemampuan siswa untuk berkomunikasi dalam Bahasa dan Sastra Indonesia, baik secara lisan maupun tertulis serta menimbulkan penghargaan terhadap hasil cipta manusia Indonesia.



Pada Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK, 2001: 11-26) Mata Pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia untuk SLTP, kelas I Cawu 2 dan kelas III Cawu 2. Kelas I Cawu 2 terdapat materi pokok pembelajaran majas perbandingan, pertentangan, dan pertautan dengan kompetensi dasar menguasai dan menggunakan majas. Indikator pencapaian hasil belajar yaitu siswa dapat menemukan dan menggunakan majas perbandingan, pertentangan, dan pertautan dalam berbagi teks baik lisan maupun tulis. Kelas III Cawu 2, materi pokok pembelajaran informasi dari isi brosur, iklan, leafet, buletin dengan kompetensi dasar menyampaikan pesan atau informasi. Indikator pencapaian hasil belajar siswa dapat menyampaikan informasi dari berbagai media yang sudah diringkas dengan menggunakan kalimat yang tidak berbelit-belit (singkat, padat) dan mudah dipahami. Selain itu terdapat materi pokok lain yaitu iklan dengan kompetensi dasar menulis iklan. Indikator pencapaian hasil belajarnya adalah siswa dapat menulis berbagai iklan secara kreatif dengan menggunakan pilihan kata dan kalimat yang menarik dan persuasif sehingga dapat meyakinkan konsumen atau orang lain.

Pada Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK, 2003 : 11-23) kelas III terdapat aspek membaca dengan materi pokok iklan baris di surat kabar. Kompetensi dasarnya adalah membaca intensif dan memahami teks. Indikator hasil belajarnya adalah siswa dapat menggolongkan jenis iklan baris (rumah, tanah, mobil, elektronik). Dalam aspek menulis, materi pokok yang diajarkan adalah iklan baris dengan kompetensi dasarnya adalah menulis iklan baris. Indikator hasil belajarnya adalah (i) siswa dapat merancang permuatan isi iklan

baris di surat kabar, (ii) siswa dapat mengisi format isian permuatan iklan baris dengan bahasa yang hemat.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan melalui empat tahap, yaitu tahap jenis penelitian, tahap pengumpulan data, tahap analisis data, tahap penyajian hasil analisis dan sistematika penyajian. Setiap tahap penelitian dilakukan dengan metode tertentu.

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan perpaduan antara penelitian dasar dan penelitian terapan. Menurut Hasan (1990:12 melalui Suyati 2002: 20) penelitian dasar adalah penelitian yang hasilnya menyumbangkan ilmu untuk dasar linguistik. Penelitian dasar yang pertama adalah gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Penelitian ini disebut penelitian dasar karena temuan yang diharapkan berupa pengungkapan jenis-jenis gaya bahasa yang terdapat dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Penelitian lanjutannya adalah penelitian terapan, yaitu penelitian tentang relevansi pembelajaran gaya bahasa di tingkat SLTP Kelas I Cawu 2 dan Kelas III Cawu I. Penelitian lanjutan dilakukan untuk menyumbangkan teknik pelatihan gaya bahasa dalam wacana iklan niaga. Teknik pelatihan tersebut meliputi empat hal, yaitu (i) mengidentifikasi, (ii) membuat kalimat sendiri dengan stimulus, (iii) membuat kalimat sendiri tanpa stimulus, dan (iv) membuat iklan niaga sendiri.

Berdasarkan analisis datanya, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, yaitu data dari penelitian dinyatakan dalam bentuk verbal (bahasa). Berdasarkan tingkat kedalaman analisisnya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang

memerikan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada. Dalam hal ini yang dideskripsikan adalah jenis-jenis gaya bahasa dalam iklan niaga pada harian *Kompas*. Pendeskripsiannya meliputi pengertian gaya bahasa, jenis-jenis gaya bahasa, pengertian wacana, jenis-jenis wacana, pengertian iklan, jenis-jenis iklan, dan relevansi pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini adalah gaya bahasa dalam iklan niaga yang diambil dari surat kabar harian *Kompas* tanggal 1 sampai dengan 28 Februari 2003. Harian *Kompas* sebagai sumber data karena *Kompas* merupakan surat kabar harian yang bersifat nasional, ragam bahasanya lebih bervariasi, dan kualitas bahasanya dipandang baik.

Populasi data penelitian ini adalah wacana iklan pada harian *Kompas*. Sampel data penelitian ini adalah wacana iklan niaga yang terdapat pada harian *Kompas* tanggal 1 sampai dengan 28 Februari 2003 (Sudaryanto, 1988:2-3). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik sampel bertujuan (*purposive sampling technique*). Penetapan sampel purposif dilakukan setelah membaca semua wacana iklan yang terdapat dalam harian *Kompas*. Hasilnya peneliti menetapkan iklan niaga sebagai wacana yang diteliti. Penetapan ini didasarkan atas pertimbangan bahwa wacana iklan niaga lebih berpotensi untuk diteliti gaya bahasanya.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan teknik pencatatan. metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati dan membaca gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga pada *Kompas* tanggal 1 sampai dengan 28 Februari 2003. Teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik catat. Teknik catat

dilakukan dengan mencatat data yang diperoleh dari sumber tertulis ke dalam kartu data, yaitu gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga. Pencatatan ke kartu data dimaksudkan untuk mempermudah dalam menganalisisnya.

3.3 Metode Analisis Data

Data yang telah terklasifikasi dianalisis dengan metode agih. Metode agih dan metode padan. Metode agih adalah metode analisis data yang menggunakan bahasa itu sendiri sebagai alat penentunya (Sudaryanto, 1993:15). Metode agih digunakan untuk menganalisis jenis gaya bahasa yang terdapat dalam wacana iklan niaga. Metode agih dapat dijelaskan dalam kalimat berikut ini

- (1) Kini anda dapat memiliki keindahan yang diungkapkan dari dasar bunyi yang gemerlap bagaikan bintang.

Kalimat (1) mengandung gaya bahasa simile, yang tampak dalam kini anda dapat memiliki keindahan yang diungkapkan dari dasar bunyi yang gemerlap *bagaikan* bintang.

Metode lain yang digunakan adalah metode padan. Metode padan adalah metode penelitian yang alat penentunya di luar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan. Metode padan yang digunakan adalah metode padan ortogarfis, yaitu alat penentunya berupa tulisan (Sudaryanto, 1993:16). Berikut ini contohnya

- (2) Sanaflu mengatasi gejala flu, sehingga dalam waktu dekat Anda dapat beraktivitas lagi.

Kalimat (2) secara ortogarafis ditandai dengan huruf besar pada bagain awal, tanda koma (,) dan tanda titik (.) (Djajasudarma, 1993:39). Selain kedua metode di atas, analisis data

dapat dilakukan dengan menggunakan teknik baca markah. Teknik baca markah adalah teknik dengan melihat langsung pemarkah yang bersangkutan (Sudaryanto, 1993:95).

Berikut ini contohnya

- (3) Jerawat, kulit kasar, kotor, berminyak, hingga noda-noda hitam pada kulit wajah merupakan pengaruh buruk dari sinar matahari yang berlebihan.

Kalimat (3) mengandung gaya bahasa klimaks yang menunjuk pada peningkatan. Pada kalimat awal tentang kulit wajah bermula dari keluhan yang paling ringan hingga keluhan yang terberat. Dimulai dari jerawat, kulit, kotor berminyak sampai dengan keluhan terakhir noda-noda hitam pada kulit wajah karena pengaruh buruk sinar matahari. Pemarkah hubungan ditunjukkan dengan kata *hingga*. Pemarkah hubungan yang lain adalah bahkan.

3.4 Metode Penyajian Hasil Analisis Data

Hasil analisis data dalam penelitian ini disajikan dengan menggunakan metode informal dan formal. Metode informal adalah metode penyajian hasil analisis data dengan menggunakan bentuk verbal atau kata-kata biasa. Metode formal adalah metode penyajian hasil analisis data dengan menggunakan tanda atau lambang, yaitu tanda kurung (()) (Sudaryanto, 1993:145).

3.5 Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian hasil laporan penelitian sebagai berikut. Bab I berisi pendahuluan, yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan istilah.

Bab II berisi tinjauan pustaka dan landasan teori. Landasan teori, yang mencakup pengertian gaya bahasa, jenis-jenis gaya bahasa, pengertian wacana, jenis-jenis wacana, pengertian iklan, jenis-jenis iklan, dan pembelajaran.

Bab III berisi metodologi penelitian, yang mencakup jenis penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, metode penyajian hasil analisis data, dan sistematika penyajian.

Bab IV berisi hasil dan pembahasan, yang mencakup jenis-jenis gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Jenis-jenis gaya bahasa tersebut meliputi gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.

Bab V berisi relevansi pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga. Relevansi tersebut mencakup tujuan pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, tahap pembelajaran materi gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan niaga sebagai bahannya. Teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan niaga sebagai bahannya dapat diungkapkan menjadi tiga hal, yaitu (i) mengidentifikasi, (ii) membuat kalimat sendiri dengan stimulus, (iii) membuat kalimat sendiri tanpa stimulus, (iv) membuat iklan niaga sendiri dengan menggunakan gaya bahasa.

Bab VI berisi penutup, yang mencakup kesimpulan dan saran.

BAB IV

JENIS-JENIS GAYA BAHASA DALAM WACANA IKLAN NIAGA PADA HARIAN *KOMPAS*

4.1 Pengantar

Pada bab ini diuraikan tentang gaya bahasa pada wacana iklan niaga pada harian *Kompas*. Gaya bahasa tersebut meliputi dua hal, yaitu gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna meliputi (i) gaya bahasa hiperbola, (ii) gaya bahasa elipsis, (iii) gaya bahasa personifikasi, (iv) gaya bahasa retorik, (v) gaya bahasa aliterasi, (vi) gaya bahasa polisindeton, (vii) gaya bahasa asindeton, (viii) gaya bahasa metonimia, (ix) gaya bahasa simile, (x) gaya bahasa asonansi, (xi) gaya bahasa pleonasme, (xii) gaya bahasa epitet. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat meliputi (i) gaya bahasa repetisi, (ii) gaya bahasa klimaks, (iii) gaya bahasa antiklimaks.

Hasil temuan iklan niaga pada harian *Kompas* 1-28 Februari 2003 berjumlah 68 iklan niaga. Gaya bahasa yang ditemukan dalam iklan niaga tersebut berjumlah 90 gaya bahasa. Urutan gaya bahasa tersebut adalah (i) gaya bahasa hiperbola berjumlah 42, (ii) gaya bahasa elipsis berjumlah 10, (iii) gaya bahasa personifikasi berjumlah 7, (iv) gaya bahasa retorik berjumlah 6, (v) gaya bahasa aliterasi berjumlah 6, (vi) gaya bahasa asindeton berjumlah 4, (vii) gaya bahasa polisindeton berjumlah 4, (viii) gaya bahasa metonimia berjumlah 2, (ix) gaya

bahasa asonansi berjumlah 2, (x) gaya bahasa repetisi berjumlah 2, (xi) gaya bahasa simile berjumlah 1, (xii) gaya bahasa epitet berjumlah 1, (xiii) gaya bahasa pleonasme berjumlah 1, (xiv) gaya bahasa klimaks berjumlah 1, dan (xv) gaya bahasa antiklimaks berjumlah 1. Berikut ini uraian dari masing-masing gaya bahasa tersebut

4.2. Gaya Bahasa Hiperbola

Gaya bahasa hiperbola adalah gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan dengan membesar-besarkan sesuatu hal. Dari hasil penelitian ditemukan 42 contoh gaya bahasa hiperbola, yaitu

a. Gaya bahasa hiperbola antara lain ditandai oleh kata paling. Berikut ini contohnya

(1) Bukti Daihatsu paling untung dihitung cara apapun Daihatsu paling untung (Kompas, 3 Februari 2003 hlm. 31).

(2) Belanja HP Hebat. Di saat paling tepat

Tampil memukau dengan harga terjangkau (Kompas, 27 Februari 2003 hlm. 19).

Pada contoh (1) dan (2) mengandung gaya bahasa hiperbola yang ditunjukkan oleh kata paling dalam frase *paling untung* dan frase *paling tepat*.

- b. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh afiks ter-yang bersenyawa dengan kata sifat. Berikut ini contohnya
- (3) Gebyar Hadiah Terbesar
- Siapa yang nggak senang... tanpa diduga aku dapat BMW dari Tahapan BCA (Kompas, 10 Februari 2003 hlm. 3).
- (4) Canon. Teknologi cetak tercanggih di dunia (Kompas, 23 Februari 2003 hlm. 13).
- (5) Hanya printer Hp Laser Jet yang mempunyai pangsa pasar terbesar (Kompas 28 Februari 2003 hlm. 17).
- (6) Si kecil dengan kualitas besar. National baterai terkemuka di dunia (Kompas, 17 Februari 2003 hlm. 21).
- (7) Untuk perampingan tubuh secara efektif dan sehat hanya satu pilihan terbaik di Asia. Marie France Bodyline (Kompas, 17 Februari 2003 hlm. 19).
- (8) Konsisten pada komitmen untuk tetap menjadi yang terbaik GS Battery terus berinovasi menciptakan produk berkualitas (Kompas, 17 Februari 2003 hlm. 9).
- (9) Kepuasan bersantap tersaji bersama Nokia 3530 (Kompas, 4 Februari 2003 hlm. 10).
- (10) Memperkenalkan lensa plastik tipis di dunia Nikon (Kompas, 19 Februari 2003 hlm. 10).
- (11) Toshiba, Gambar Fantastis, suara bombastis

Produk terbaru TV Toshiba Bomba V Series hadir dengan harga yang lebih ekonomis (Kompas, 13 Februari 2003 hlm. 5).

(12) Kepingin motor canggih, harga terjangkau, bisa ngangsur 4 tahun, irit bensin lagi. Beli aja Karisma !!! (Kompas, 7 Februari 2003 hlm 31)

Pada contoh (3) sampai dengan (12) mengandung gaya bahasa hiperbola yang ditunjukkan oleh afiks ter, yaitu *terbesar, tercanggih, terkemuka, terbaik, tersaji, tertipis, dan terbaru, terjangkau*.

c. Gaya bahasa hiperbola juga ditandai oleh kata super dan segala. Berikut ini contohnya

(13) Super Washer memang serba super! Toshiba (Kompas, 23 Februari 2003 hlm 20).

(14) The Slim T100 cantik dari segala sudut (Kompas, 23 Februari 2003 hlm 10).

Pada contoh (13) dan (14) mengandung gaya bahasa hiperbola yang ditunjukkan oleh kata super pada frase serba super dan kata segala pada frase segala sudut.

d. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh frase negatif. Berikut ini contohnya

(15) Casio. Rasakan permainan musik yang tak terbayangkan sebelumnya (Kompas, 10 Februari 2003 hlm. 2).

(16) Turbo SWING tak terkalahkan! (Kompas, 27 Februari 2003 hlm 15).

Pada contoh (15) dan (16) gaya bahasa hiperbola ditunjukkan oleh frase negatif, yaitu *tak terbayangkan* dan *tak terkalahkan*.

e. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh kata-kata yang menyatakan kemampuan yang luar biasa. Berikut ini contohnya

- (17) Besar, Tangguh, Mewah. Penampilan Musso sebagai SUV multi guna memang setangguh kinerjanya di segala cuaca dan segala medan (Kompas, 25 Februari 2003 hlm. 20).
- (18) Nikmati sensasi lezat santap ber-3 gratis. Citibank (Kompas, 21 Februari 2003 hlm. 13).
- (19) Mungkin inilah salah satu karya seni dari Itali yang sanggup menandingi kehebatan Monalisa (Kompas, 20 Februari 2003 hlm. 20).
- (20) Layar besarnya menghanyutkan Anda. Sanyo (Kompas, 26 Februari 2003 hlm 9).
- (21) Gatsby. Penampilan trendi dan mendunia Merapikan dan menyehatkan rambut tanpa rasa lengket (Kompas, 17 Februari 2003 hlm 37).
- (22) LCD Home Cinema Projector Hadirkan bioskop di rumah Anda (kompas, 19 Februari 2003 hlm 20).
- (23) Cool gayanya, Cool Acnya, Cool musiknya. Daihatsu Zebra (Kompas, 17 Februari 2003 hlm 44).
- (24) Gosok dan pasti menang. Epson Stylus C415a (Kompas, 5 Februari 2003 hlm 9).
- (25) Beli ceria banyak bonusnya. Buktikan sendiri bonus ceria spektakuler Daihatsu (Kompas, 24 Februari 2003 hlm 18).

(26) Intello Washer. Lembut getarannya....halus suaranya (Kompas 21 Februari 2003 hlm 19).

(27) Pilih chevrolet yang jelas lebih banyak untungnya (Kompas, 4 Februari 2003 hlm. 32).

(28) Di sana-sini harga naik!

Disana harga furniture semakin ringan...julan besar furniture

Dapat hadiah Daihatsu ceria pula!! (Kompas, 10 Februari 2003 hlm.31).

(29) Beli ELF microbus, bikin untung terus (Kompas, 21 Februari 2003 hlm 20).

(30) Toyota merawat toyota lebih awet dan tetap perkasa (Kompas, 14 Februari 2003 hlm. 23).

(31) Muatan makin besar, usaha makin lancar. Daihatsu (Kompas, 28 Februari 2003 hlm.43).

(32) Plasma Gold dengan plasma air furing system

Bersih, sehat, tahan lama (Kompas, 3 Februari 2003 hlm. 27)

(33) Lebih kuat dan ekonomis

Panasonic single line telephone lebih tahan lama, lebih jernih dan mudah dalam penggunaannya. Terbukti menjadi preferensi utama baik untuk perumahan maupun perkantoran. Panasonic (Kompas, 16 Februari 2003 hlm 38).

e. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh kata pertama dan satu-satunya. Berikut ini contohnya

(34) Pertama di Indonesia !

TV dilengkapi DVD Player (Kompas, 14 Februari 2003 hlm. 5).

(35) Plasma Cluster. Pertama dan satu-satunya di Dunia (Kompas, 20 Februari 2003 hlm. 10).

(36) Satu-satunya MVP dengan sistem telex yang bisa mengubah konfigurasi tempat duduk hingga 39 posisi Chevrolet (Kompas, 18 Februari 2003 hlm 21).

(37) Pertama di dunia

160 Volt tetap OK! Tegangan listrik tetap dingin. Sharp (Kompas, 10 Februari 2003 hlm 30).

f. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh kata rajanya. Berikut ini contohnya

(38) Rajanya VCD Combo Karaoke. Sanken (Kompas, 15 Februari 2003 hlm. 10).

(39) Quantum, Rajanya Kompor Gas (Kompas, 13 Februari 2003 hlm. 6).

(40) Isuzu, Rajanya Diesel (Kompas, 4 Februari 2003 hlm. 12).

g. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh afiks se-. Berikut ini contohnya

(41) Corola Altis. Penampilannya seistimewa Anda (Kompas, 18 Februari 2003 hlm 8).

(42) Catylac, cat berdaya tutup sempurna menutup seluas apapun ukuran ruangan dan eksterior rumah Anda. Selain itu daya sebar Catylac yang lebih luas dengan rangkaian ragam warna yang menawan menjadikannya cat pilihan yang memungkinkan Anda untuk berhemat tanpa harus mengesampingkan kualitas dan keindahan rumah Anda (Kompas, 10 Februari 2003 hlm. 11).

Pada contoh (41) dan (42) gaya bahasa hiperbola ditunjukkan oleh afiks *se-* pada kata *seistimewa* dan *seluas*.

4.2 Gaya Bahasa Elipsis

Gaya bahasa elipsis adalah gaya bahasa yang berwujud penghilangan suatu unsur kalimat dengan mudah dapat diisi atau ditafsirkan sendiri oleh pembaca atau pendengar sehingga struktur gramatikal atau kalimatnya memenuhi pola yang berlaku. Pembaca mengetahui penghilangan unsur kata dengan melihat gambar iklan niaga. Berikut ini gaya bahasa elipsis yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

(43) Mencegah lebih baik daripada mengobati., membantu tingkatkan daya tahan tubuh (Kompas, 22 Februari 2003 hlm. 16)

Pada kalimat (43) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur subyek. Maka kalimat (43) dikenai teknik balik, menjadi kalimat

(43a) *Hemaviton* mencegah lebih baik daripada mengobati., membantu tingkatkan daya tahan tubuh.

- (44) Ungkapkan cinta dengan sajian istimewa penuh kasih (Kompas, 9 Februari 2003 hlm. 13)

Pada kalimat (44) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur objek. Maka kalimat (44) dikenai teknik balik, menjadi kalimat

- (44a) Ungkapkan cinta dengan *bogasari* sajian istimewa penuh kasih

- (45) Gaya Anda, sukses Anda (Kompas, 4 Februari 2003 hlm. 5)

Pada kalimat (45) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur subyek. Maka kalimat (45) dikenai teknik balik menjadi kalimat

- (45a) *Nokia* gaya Anda, sukses Anda

- (46) Saat Anda butuh bicara lebih banyak, jalan yang lebih ringan dari yang lain (Kompas, 24 Februari 2003 hlm. 3).

Pada kalimat (46) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur objek. Maka kalimat (46) dikenai teknik balik menjadi kalimat

- (46a) Saat Anda butuh bicara lebih banyak, *Telkomsel* jalan yang lebih ringan dari yang lain.

- (47) Ini salah satu cara mengembangkan daya pikirnya

Ini salah satu cara membantu perkembangan (Kompas, 2 Februari 2003 hlm. 30).

Pada kalimat (47) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur subyek.

Maka kalimat (47) dikenai teknik balik menjadi kalimat

(47a) *Dancow* ini salah satu cara mengembangkan daya pikirnya

Dancow ini salah satu cara membantu perkembangan.

(48) Pacu Adrenalinmu (Kompas, 17 Februari 2003 hlm 5).

Pada kalimat (48) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur subyek.

Maka kalimat (48) dikenai teknik balik menjadi kalimat

(46a) *Nokia*, pacu adrenalinmu

(49) Bagus, Tak Perlu Mahal. (Kompas, 4 Februari 2003 hlm 29).

Pada kalimat (49) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur subyek.

Maka kalimat (49) dikenai teknik balik menjadi kalimat

(49a) *Extron* bagus tak perlu mahal.

(50) Senang disiksa (Kompas, 2 Februari 2003 hlm. 30).

Pada kalimat (50) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur subyek.

Maka kalimat (50) dikenai teknik balik menjadi kalimat

(50a) *Helix*, Senang disiksa

(51) Banyak hal telah berubah kecuali kebersamaan kita, terutama di hari Lebaran (Kompas, 10 Februari 2003 hlm 3).

Pada kalimat (51) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur keterangan.

Maka kalimat (51) dikenai teknik balik menjadi kalimat

(51a) Banyak hal telah berubah kecuali kebersamaan kita, terutama di hari Lebaran, *Suriwangi*.

(52) Sampaikan pesan manis Anda di hari penuh kasih sayang
(Kompas, 24 Februari 2003 hlm. 37).

Pada kalimat (52) gaya bahasa elipsis ditunjukkan dengan penghilangan unsur kata. Unsur kata yang dihilangkan dalam kalimat tersebut adalah unsur keterangan.

Maka kalimat (52) dikenai teknik balik menjadi kalimat

(52a) Sampaikan pesan manis Anda di hari penuh kasih sayang dengan *Nokia*

4.3 Gaya Bahasa Personifikasi

Gaya bahasa personifikasi adalah gaya bahasa yang melekatkan sifat-sifat insani kepada barang yang tidak bernyawa dan ide yang abstrak. Berikut ini gaya bahasa personifikasi yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

(53) Kepuasan bersantap tersaji bersama Nokia 3530 (Kompas, 4 Februari 2003 hlm. 10).

Pada kalimat (53) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata *bersantap*. Kata *bersantap* mengacu pada makanan, sedangkan *Nokia* diandaikan sebagai makanan yang dapat dinikmati oleh manusia.

(54) Corola Altis. Penampilannya seistimewa Anda (Kompas, 18 Februari 2003 hlm 8).

Pada kalimat (54) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata *penampilan seistimewa* Anda. *Corola Altis* dianggap sebagai pribadi yang mempunyai penampilan seperti halnya manusia.

(55) Beli ceria banyak bonusnya. Buktikan sendiri bonus ceria spektakuler Daihatsu (Kompas, 24 Februari 2003 hlm. 18).

Pada kalimat (55) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata beli *ceria*. Kata *ceria* merupakan sifat manusia.

(56) Nikmati sensasi lezat santap ber-3 gratis. Citibank (Kompas, 21 Februari 2003 hlm. 13).

Pada kalimat (56) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata *nikmati sensasi lezat santap*, sedangkan *Citibank* mengacu pada makanan yang dapat dinikmati oleh manusia.

(57) Intello Washer. Lembut getarannya...Halus suaranya (Kompas, 21 Februari 2003 hlm.19).

Pada kalimat (57) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata *lembut getarannya halus suaranya*. *Intello Washer* diandaikan mempunyai indra perasa yang dapat merasakan getaran dan mendengar suaranya.

(58) Toyota merawat toyota lebih awet dan tetap perkasa (Kompas, 14 Februari 2003 hlm. 23).

Pada kalimat (58) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata *merawat*. *Toyota* diandaikan manusia yang dapat melakukan kegiatan, yaitu *merawat*.

(59) Super Washer memang serba super! Toshiba (Kompas, 23 Februari 2003 hlm 20)

Pada kalimat (59) gaya bahasa personifikasi ditunjukkan dengan kata *cantik* dari segala sudut. Kata *cantik* yang digunakan menunjuk pada sifat yang dimiliki manusia pada umumnya.

4.4 Gaya Bahasa Retoris

Gaya bahasa retorik adalah gaya bahasa yang berupa pertanyaan dan tidak menghendaki adanya suatu jawaban. Berikut ini gaya bahasa retorik yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

(60) Masih ingatkah kapan terakhir kali anda seramping ini? Masa remaja...? Ketika masih kuliah...? Sebelum melahirkan...atau beberapa belas tahun yang lalu...? Impressions (Kompas, 25 Februari 2003 hlm. 19).

Gaya bahasa retorik yang ditunjukkan dengan pertanyaan. Sifat kalimat retorik adalah kesangsian, dapat juga pernyataan yang tidak perlu dijawab bahkan bernada mengejek. Gaya bahasa ini digunakan untuk menimbulkan efek-efek tertentu pada pembaca seperti rasa penasaran, rasa tertarik, dan terpengaruh. Kalimat (60) adalah kalimat yang sulit dicari jawaban yang tepat karena begitu banyaknya kemungkinan jawaban yang bisa diajukan.

(61) Punya mesin fotokopi di rumah? Canon (Kompas, 25 Februari 2003 hlm. 2).

(62) Siapa yang tidak kenal Hp Deksjet ??? (Kompas, 28 Februari 2003 hlm 38).

(63) Kini eranya Digital !

Siapkah TV Anda? (Kompas, 21 Februari 2003 hlm. 10).

Pada kalimat (61), (62), (63) gaya bahasa yang ditunjukkan bersifat kesangsian karena kalimat tersebut mempunyai kemungkinan jawaban dua yaitu ya dan tidak.

(64) Melar ? Ya dimeritin (Kompas, 25 Februari 2003 hlm. 9).

(65) I am Slim ! Am Slim I ?? WRP(Kompas, 2 Februari 2003 hlm 24).

Pada kalimat (64), (65) gaya bahasa retorik ditunjukkan dengan ejekan. Gaya bahasa ini digunakan untuk menegaskan bahwa produk tersebut bisa menjadi solusi yang baik.

4.5 Gaya Bahasa Aliterasi

Gaya bahasa aliterasi adalah gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama. Berikut ini gaya bahasa aliterasi yang ditemukan dalam iklan niaga pada harian *Kompas*.

(66) Muatan makin besar, usaha makin lancar. Daihatsu (Kompas, 28 Februari 2003 hlm.43).

Pada kalimat (66) gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan. Perulangan konsonan yang sama bertujuan untuk memberi tekanan pada bagian-bagian kalimat tersebut sehingga memberi kesan keindahan, enak dibaca, dan

pada akhirnya dapat menimbulkan kesan khas yang diingat pembaca. Kalimat (66) konsonan (m) pada kata *muatan* dan *makin*, konsonan (r) pada kata *besar* dan *lancar*

(67) Merk sama beken, harga sama paten. Carrefour DVD “SHARP”

(Kompas, 6 Februari 2003 hlm. 21)

Pada kalimat (67) gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan (r) pada kata merk dan harga, konsonan (m) pada kata sama, konsonan (n) pada kata beken dan paten.

(68) Beli Panther sekarang. Berhemat pinter ala panther. Isuzu rajanya

diesel (Kompas, 21 Februari 2003 hlm. 39).

Pada kalimat (68) gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan (b) yang sama pada kata *beli* dan *berhemat*, konsonan (p) pada kata *panther* dan *pinter*, konsonan (r) pada kata *panther* dan *pinter*.

(69) Yang tua merongrong, tukar tambah yang baru duooong!

(Kompas, 24 Februari 2003 hlm. 37).

Pada kalimat (69) gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan (t) pada kata /ua, /ukar dan /ambah. Konsonan (g) pada kata merongrong dan duooong.

(70) Belanja HP hebat di saat yang paling tepat (Kompas, 27 2003 hlm.

19)

Pada kalimat (70) gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan (t) pada kata heba/ dan tepa/.

- (71) Toshiba, Gambar fantastis, suara bombastis (Kompas, 13 Februari 2003 hlm. 5)

Pada kalimat (71) gaya bahasa aliterasi ditunjukkan dengan perulangan konsonan (s) fantastis, suara bombastis. Perulangan konsonan (t) pada fantastis dan bombastis.

4.6 Gaya Bahasa Asidenton

Gaya bahasa asidenton adalah gaya bahasa berupa kata atau frase yang tidak dihubungkan dengan kata sambung melainkan dipisahkan dengan tanda koma.

- (72) Plasma Gold dengan plasma air furing system

Bersih, sehat, tahan lama (Kompas, 3 Februari 2003 hlm. 27)

- (73) Cool gayanya, cool AC-nya, cool musiknya. Daihatsu Zebra (Kompas, 17 Februari 2003 hlm. 44).

- (74) Kepingin motor canggih, harga terjangkau, bisa ngangsur 4 tahun, irit bensin lagi. Beli aja Karisma (Kompas, 7 Februari hlm 31).

Pada kalimat (72), (73), (74) gaya bahasa asidenton ditunjukkan dengan tanda koma. Pesan yang disampaikan menjadi ringkas dan padat sehingga perhatian tertuju pada pokok-pokok yang diuraikan. Pada umumnya gaya bahasa asidenton digunakan untuk mengungkapkan pesan-pesan kualitas atau keunggulan produk tersebut. Kalimat (72) menunjukkan hasil yang ditimbulkan bila memakai produk tersebut adalah produk plasma gold dengan plasma air furing system, bersih, sehat, tahan lama. Kalimat (73) menunjukkan hal-hal yang bisa diatasi bila

produk tersebut digunakan., Daihatsu Zebra *cool gayanya, cool AC-nya, cool musiknya*. Kalimat (74) keunggulan produk Karisma, yaitu *motor canggih, harga terjangkau, bisa ngangsur 4 tahun, irit bensin lagi*.

(75) Pace Tea

Segar, sehat, berkhasiat

Selain nikmat, juga sehat ! (Kompas, 3 Februari 2003 hlm. 1).

Pada kalimat (75) gaya bahasa asidenton ditunjukkan dengan menegaskan khasiat produk tersebut, *Pace Tea segar, sehat, berkhasiat selain nikmat, juga sehat*.

4.7 Gaya Bahasa Polisindeton

Gaya bahasa polisindeton adalah gaya bahasa berwujud kata atau frase yang berurutan satu sama lain yang dihubungkan dengan kata sambung. Berikut ini temuan gaya bahasa polisindeton dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

(76) Satu-satunya MVP dengan sistem telex yang bisa mengubah konfigurasi tempat duduk hingga 39 posisi Chevrolet (Kompas, 18 Februari 2003 hlm 21).

Pada kalimat (76) gaya bahasa polisindeton ditunjukkan dengan kata penghubung. Kata penghubung tersebut dapat berupa *dan, yang, sehingga, karena* dll. Kalimat (76) kata penghubungnya berupa *dengan, yang, dan hingga*.

(77) Partner bisnis sejati yang siap berkompetisi kapanpun anda butuhkan. Intel inside (Kompas, 25 Februari 2003 hlm 31).

Pada kalimat (77) gaya bahasa polisidenton yang ditunjukkan dengan adanya kata penghubung. Kalimat (77) kata penghubungnya berupa *yang*.

- (78) Kemewahan dan keamanan Eropa sehingga 199 juta (Kompas, 3 Februari 2003 hlm 37).

Pada kalimat (78) gaya bahasa polisidenton yang ditunjukkan dengan adanya kata penghubung. Kalimat (78) kata penghubungnya berupa *dan* dan *sehingga*.

- (79) Lebih kuat dan ekonomis

Panasonic single line telephone lebih tahan lama, lebih jernih dan mudah dalam penggunaannya. Terbukti menjadi preferensi utama baik untuk perumahan maupun perkantoran. Panasonic (Kompas, 16 Februari 2003 hlm 38).

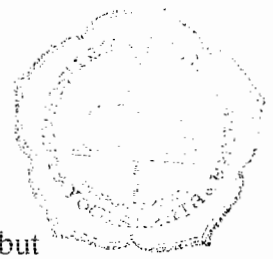
Pada kalimat (79) gaya bahasa polisidenton yang ditunjukkan dengan adanya kata penghubung. Kalimat (79) kata penghubungnya berupa *dan*.

4.8 Gaya Bahasa Metonimia

Gaya bahasa metonimia adalah gaya bahasa yang mempergunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain, karena mempunyai pertalian yang sangat dekat. Berikut ini gaya bahasa metonimia yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

- (80) Temukan kemewahan dan kepuasan dalam berkomunikasi.
(Kompas, 26 Februari 2003 hlm. 1).

- (81) Pilih chevrolet yang jelas lebih banyak untungnya (Kompas, 4 Februari 2003 hlm. 32).



Pada kalimat (80) dan (81) gaya bahasa metonimia ditunjukkan dengan menyebut produknya. Penyebutan ini dilakukan seolah-olah pembaca mempunyai pertalian yang begitu dekat dengan barang yang diiklankan. Pembaca seolah-olah ikut merasakan, menggunakan atau menempatkan produk ini atau dengan kata lain pembaca memiliki produk tersebut. Pada kalimat (80) gaya bahasa metonimia pada kata kemewahan dan kepuasan dalam berkomunikasi. Hubungan ini berupa penemu untuk hasil temuannya. Pada kalimat (81) gaya bahasa metonimia pada kata chevrolet. Hubungan ini berupa pemilik untuk barang yang dimiliki.

4.9 Gaya Bahasa Asonansi

Gaya bahasa asonansi adalah gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi vokal yang sama. Berikut ini gaya bahasa asonansi yang ditemukan dalam iklan niaga pada harian *Kompas*.

(82) Pas Foto cepat

Hemat bervariasi

Belum puas? Jepret lagi ! (Kompas, 2 Februari 2003 hlm. 16).

Pada kalimat (82) gaya bahasa asonansi ditunjukkan dengan perulangan vokal (a) *Pas Foto cepat Pas Foto cepat* Belum puas? Jepret lagi. Perulangan vokal (e) pada *Pas Foto cepat Pas Foto cepat* Belum puas? Jepret lagi. Perulangan vokal (i) pada kata *bervariasi* dan *jepret lagi*.

(83) Toshiba, gambar fantastis, suara bombastis (Kompas, 13 Februari 2003 hlm. 5).

Pada kalimat (83) gaya bahasa asonansi ditunjukkan dengan perulangan vokal (a) pada gambar *fantastis*, suara *bombastis*. Perulangan vokal (i) pada kata *fantastis* dan *bombastis*.

4.10 Gaya Bahasa Repetisi

Gaya bahasa repetisi adalah gaya bahasa yang berupa perulangan bunyi, suku kata, atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks. Berikut ini ditemukan gaya bahasa repetisi yang ditemukan dari iklan niaga pada harian Kompas.

(84) Di sana-sini harga naik!

Disana harga furniture semakin ringan...

Dapat hadiah Daihatsu ceria pula!! (Kompas, 10 Februari 2003 hlm.31)

Pada kalimat (84) gaya bahasa repetisi ditunjukkan dengan perulangan bunyi. Jenis gaya bahasa repetisi yang digunakan adalah anafora terlihat pada kata di sana. Perulangan tersebut terletak pada kata pertama kalimat.

(85) Bukti Daihatsu paling untung dihitung cara apapun. Daihatsu paling untung (Kompas, 3 Februari 2003 hlm. 31).

Pada kalimat (85) gaya bahasa repetisi ditunjukkan dengan perulangan bunyi. Jenis gaya bahasa repetisi yang digunakan adalah mesidiplosis terlihat pada kata paling untung. Perulangan tersebut terletak di tengah-tengah kata atau kalimat.

4.11 Gaya Bahasa Simile

Gaya bahasa simile adalah gaya bahasa perbandingan yang bersifat eksplisit, maksudnya adalah bahwa ia menyatakan sesuatu sama dengan hal lain. Untuk itu diperlukan usaha yang eksplisit menunjukkan kesamaan seperti dengan kata-kata seperti, sebagai, bagaikan dan sebagainya. Berikut ini gaya bahasa simile yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

- (86) Tumbuh bagaikan anak yang sehat dan cerdas. Bank BTN
(*Kompas*, 28 Februari 2003 hlm. 33).

Pada kalimat (86) gaya bahasa simile ditunjukkan dengan kata-kata kiasan seperti, bagaikan, bak dll. Kalimat (86) gaya bahasa simile pada kata bagaikan.

4.12 Gaya Bahasa Epitet

Gaya bahasa epitet adalah gaya bahasa yang mengandung acuan dengan menyatakan suatu sifat atau ciri yang khas dari seseorang atau suatu hal. Berikut ini gaya bahasa epitet yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

- (87) Isuzu, Rajanya Diesel (*Kompas*, 4 Februari 2003 hlm. 12)

Pada kalimat (87) gaya bahasa epitet ditunjukkan dengan adanya penjelasan atau keterangan nama seseorang atau suatu barang. Kalimat (84) rajanya diesel menyatakan mobil yang paling kuat di antara mobil-mobil lain yang menggunakan mesin diesel.

4.13 Gaya Bahasa Pleonasme

Gaya bahasa pleonasme adalah gaya bahasa yang mengacu pada pemakaian kata yang mubazir atau tidak perlu. Berikut ini gaya bahasa pleonasme yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

- (88) Saya memilih server Pro Liant ML karena server ini berkembang bersama bisnis saya. (Kompas, 3 Februari 2003 hlm 35).

Pada kalimat (88) gaya bahasa pleonasme ditunjukkan dengan penghilangan kata yang berlebihan. Kalimat (88) kata yang berlebihan adalah karena server ini berkembang bersama bisnis saya. Bila kata tersebut dihilangkan acuan itu tetap utuh dengan makna yang sama.

4.14 Gaya Bahasa Klimaks

Sebagaimana sudah dijelaskan pada Bab II bahwa gaya bahasa klimaks adalah gaya bahasa yang mengandung urutan pikiran yang semakin meningkat dari gagasan sebelumnya. Berikut ini ditemukan gaya bahasa klimaks yang ditemukan dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

- (89) Konsisten pada komitmen untuk tetap menjadi yang terbaik. GS Battery terus berinovasi menciptakan produk berkualitas (Kompas, 17 Februari 2003 hlm. 9).

Pada kalimat (89) gaya bahasa klimaks ditunjukkan dengan gagasan yang semakin meningkat. Kalimat (89) bermula dari perjanjian untuk melakukan sesuatu yang terbaik sehingga untuk meningkatkan GS battery terus berinovasi.

4.15 Gaya Bahasa Antiklimaks

Gaya bahasa antiklimaks adalah gaya bahasa yang tingkat gagasannya berurutan dari yang terpenting ke gagasan yang kurang penting. Berikut ini temuan gaya bahasa antiklimaks dari iklan niaga pada harian *Kompas*.

(90) Catylac, cat berdaya tutup sempurna menutup seluas apapun ukuran ruangan dan eksterior rumah Anda. Selain itu daya sebar Catylac yang lebih luas dengan rangkaian ragam warna yang menawan menjadikannya cat pilihan yang memungkinkan Anda untuk berhemat tanpa harus mengesampingkan kualitas dan keindahan rumah Anda (Kompas, 10 Februari 2003 him. 11).

Pada kalimat (90) gaya bahasa antiklimaks ditunjukkan dengan gagasan yang semakin mengendur. Gagasan utamanya adalah Catylac, cat berdaya tutup sempurna menutup seluas apapun ukuran ruangan dan eksterior rumah Anda. Sedangkan gagasan yang kurang penting adalah selain itu daya sebar Catylac yang lebih luas dengan rangkaian ragam warna yang menawan menjadikannya cat pilihan yang memungkinkan Anda untuk berhemat tanpa harus mengesampingkan kualitas dan keindahan rumah Anda.

BAB V

RELEVANSI GAYA BAHASA DALAM WACANA IKLAN NIAGA PADA HARIAN KOMPAS DENGAN PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SLTP

5.1 Pengantar

Pada bab ini akan diuraikan tentang relevansi pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga. Relevansi pembelajaran yang akan diuraikan meliputi (i) tujuan pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, (ii) tahap-tahap pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, (iii) teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan sebagai bahannya. Teknik ini meliputi mengidentifikasi, membuat kalimat sendiri dengan stimulus dan membuat kalimat sendiri tanpa stimulus, (iv) teknik pembelajaran membuat iklan niaga.

5.2 Tujuan Pembelajaran Gaya Bahasa Dalam Wacana Iklan Niaga

Pembelajaran yang relevan dengan gaya bahasa dalam wacana iklan niaga sesuai dengan Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK, 2001 : 11-26) adalah majas perbandingan, pertentangan, dan pertautan sebagai materi pokoknya dan Indikator Pencapaian Hasil Belajar (IPHB) adalah siswa dapat menemukan dan menggunakan majas perbandingan, pertentangan dan pertautan dalam berbagai teks lisan maupun tulis. Pembelajaran iklan diisyaratkan dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK, 2003, 11-23). Aspek yang ditekankan adalah membaca dengan materi pokok iklan baris di surat kabar. Kompetensi dasarnya

adalah membaca intensif dan memahami teks. Indikator hasil belajarnya adalah siswa dapat menggolongkan jenis iklan baris (rumah, tanah, mobil, elektronik). Dalam aspek menulis, materi pokok yang diajarkan adalah iklan baris dengan kompetensi dasarnya adalah menulis iklan baris. Indikator hasil belajarnya adalah (i) siswa dapat merancang permuatian isi iklan baris di surat kabar, (ii) siswa dapat mengisi format isian permuatian iklan baris dengan bahasa yang hemat.

Indikator Pencapaian Hasil Belajar yang akan dicapai melalui pembelajaran adalah :

- (a) siswa dapat menemukan gaya bahasa yang terdapat dalam wacana iklan niaga
- (b) siswa dapat mengidentifikasi gaya bahasa yang digunakan dalam wacana iklan niaga
- (c) siswa dapat membuat kalimat dengan menggunakan gaya bahasa
- (d) siswa dapat membuat iklan niaga

5.3 Tahap-Tahap Pembelajaran Gaya Bahasa dalam Wacana Iklan Niaga

Dalam pembelajaran bahasa berdasarkan pendekatan komunikatif, guru berperan penting sebagai fasilitator, motivator, penasehat dan penganalisa kebutuhan siswa. Pendekatan komunikatif dalam pembelajaran bahasa terwujud dalam kurikulum berbasis kompetensi (KBK). Kurikulum Berbasis Kompetensi berasumsi bahwa bahasa memungkinkan manusia untuk saling berhubungan (berkomunikasi) saling berbagi pengalaman, saling belajar dari yang lain, dan untuk meningkatkan kemampuan intelektual dan kesusastraan merupakan salah satu untuk menuju pemahaman tersebut. Mata pelajaran Bahasa dan Sastra

Indonesia berdasarkan Kurikulum Berbasis Kompetensi adalah program untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan berbahasa, dan sikap positif terhadap Bahasa dan Sastra Indonesia (Depdikbud, 2003:3).

Kerangka mata pelajaran Bahasa Indonesia disajikan dalam 4 komponen utama. Komponen utama tersebut adalah standar kompetensi, kompetensi dasar, indikator dan materi pokok. Standar kompetensi adalah kemampuan yang dapat dilakukan atau ditampilkan untuk suatu mata pelajaran; kompetensi dalam mata pelajaran tertentu yang harus dimiliki seorang siswa atau kemampuan yang harus dimiliki oleh lulusan dalam suatu mata pelajaran.

Kompetensi dasar merupakan uraian yang memadai atas kemampuan yang harus dikuasai siswa dalam berkomunikasi lisan (mendengarkan dan berbicara) dan tulis (membaca dan menulis) sesuai dengan kaidah Bahasa dan Sastra Indonesia serta mengapresiasi karya sastra. Keempat aspek keterampilan berbahasa tersebut dilaksanakan kepada siswa secara terpadu.

Indikator pencapaian hasil belajar merupakan uraian yang harus dikuasai siswa dalam berkomunikasi secara spesifik yang dapat dijadikan ukuran untuk menilai ketercapaian hasil pembelajaran.

Materi pokok merupakan struktur keilmuan Bahasa dan Sastra Indonesia sebagai alat komunikasi yang dapat berupa keterampilan berbahasa penguasaan bahasa secara praktis untuk berbagai keperluan, konteks, dan pengertian konseptual yang dimiliki dan dikembangkan pada diri siswa.

Berkaitan dengan hal di atas, pada bab ini akan menguraikan pembelajaran gaya bahasa untuk siswa SLTP kelas III, khususnya latihan pembelajaran

membaca dan menulis. Gaya bahasa dalam wacana iklan niaga sebagai bahan pembelajaran digunakan dalam keterampilan membaca, siswa diminta untuk memahami isi dari iklan niaga dan gaya bahasa yang digunakan dalam iklan tersebut. Dalam keterampilan menulis siswa diminta berlatih menulis dengan membuat kalimat yang menggunakan gaya bahasa atau siswa diminta untuk membuat iklan niaga.

Berikut ini diuraikan silabus pembelajaran gaya bahasa

Mata Pelajaran	: Bahasa dan Sastra Indonesia
Satuan Pelajaran	: SLTP
Materi Pokok	: Majas Perbandingan, Pertentangan dan Pertautan
Kelas	: I
Tema	: Hobi
Cawu	: II
Waktu	: 2 x45 menit

- I. Kompetensi Dasar
Menguasai dan menggunakan majas
- II. Materi Pokok
2.1 Majas perbandingan, pertentangan dan pertautan
- III. Indikator Pencapaian Hasil Belajar
3.1 Siswa mampu menyebutkan jenis-jenis gaya bahasa
3.2 Siswa mampu menyebutkan contoh-contoh gaya bahasa tersebut
3.3 Siswa mampu mengidentifikasi gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga.
3.4 Siswa mampu membuat kalimat dengan menggunakan gaya bahasa tersebut.

IV. Materi

4.1 Gaya bahasa atau majas adalah bahasa kias, bahasa yang indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Gaya bahasa tersebut meliputi gaya bahasa perbandingan (simile, metafora, personifikasi, alegori, antitesis), gaya bahasa pertentangan (hiperbola, litotes, ironi, oksimoron, paralipsis, zeugma), gaya bahasa pertautan (metonimia, sinekdoke, alusi, eufemisme, clipsis, inversi, gradasi).

4.2 Jenis-jenis gaya bahasa

1. gaya bahasa metafora, adalah gaya bahasa yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat.
contoh : Saya adalah *tumpuan harapan* keluarga saya.
2. gaya bahasa personifikasi, adalah gaya bahasa yang melekatkan sifat-sifat insani kepada barang yang tidak bernyawa dan ide yang abstrak.
contoh : Bunyi kereta api *menjerit-jerit* sepanjang lereng gunung memecah kesunyian.
3. gaya bahasa litotes, adalah gaya bahasa yang digunakan untuk menyatakan sesuatu dengan tujuan merendahkan diri.
contoh : Kami berharap agar Anda mau menerima *pemberian kami yang tidak berharga ini*.
4. gaya bahasa clipsis, adalah gaya bahasa yang berwujud penghilangan unsur kalimat dengan mudah ditafsirkan sendiri oleh pembaca sehingga struktur gramatikalnya memenuhi pola yang berlaku.
contoh : Semua siswa diizinkan untuk mengadakan rekreasi ke puncak gunung (penghilangan keterangan waktu)
kalimat yang utuh : Semua siswa diizinkan untuk mengadakan rekreasi ke puncak gunung *minggu depan*.
5. gaya bahasa metonimia, adalah gaya bahasa yang mempergunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain, karena mempunyai pertalian yang dekat.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

contoh : Saya tidak dapat membaca sekarang karena *kontak lensa* saya jatuh dan pecah.

6. gaya bahasa hiperbola, adalah gaya bahasa yang mengandung sebuah pernyataan yang berlebihan dan membesar-besarkan sesuatu hal.

contoh : Gadis kecil *itu sempurna sekali, tiada kekurangan suatu apapun.*

7. gaya bahasa asidenton, adalah gaya bahasa yang berupa acuan yang bersifat pada dimana beberapa kata, frase atau klausa yang sederhana tidak dihubungkan dengan kata penghubung.

contoh : Mata pelajaran yang disenanginya adalah *Sejarah, Bahasa Indonesia, Matematika.*

8. gaya bahasa polisindeton, gaya bahasa yang berupa frase atau klausa yang berurutan dihubungkan dengan kata penghubung.

contoh : Banyak pengusaha telah berjanji untuk mematuhi syarat-syarat upah minimum regional *yang* ditetapkan pemerintah.

9. gaya bahasa retorik, adalah gaya bahasa yang berupa pertanyaan dan tidak menghendaki adanya suatu jawaban.

contoh : *Buat apa cari yang lain kalau ada IITS ?*

10. gaya bahasa ironi, adalah gaya bahasa yang menyatakan makna bertentangan, dengan maksud mengolok-olok.

contoh : Kamarmu bersih dan rapi sekali, seperti kapal pecah.

11. gaya bahasa sinekdoke, adalah gaya bahasa yang menyebutkan nama bagian sebagai pengganti nama keseluruhan.

contoh : Dalam pertandingan bulutangkis antara *Indonesia* melawan Thailand di Batam, *tuan rumah* menderita kekalahan 8-15.

12. gaya bahasa klimaks, adalah gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan gagasan yang semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.

contoh : Kami selalu mengharapkan *agar kamu berhasil menyelesaikan sekolahmu, mendapat pekerjaan, memperoleh kedudukan yang tinggi di tempat kerja, dan akhirnya menemukan pasangan untuk membentuk keluarga yang bahagia.*

13. gaya bahasa antiklimaks, adalah gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan yang dimulai dari yang paling penting berturut-turut ke gagasan yang kurang penting

contoh : *Baik pengusaha besar, menengah, maupun kecil semuanya sepakat untuk menghilangkan jurang ekonomi yang ada sekarang di tanah air ini.*

14. gaya bahasa antitesis, adalah gaya bahasa yang menyatakan gagasan yang bertentangan dengan menggunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan.

contoh : Pada saat kami *berduka* atas kematian ayahku, mereka menyambutnya dengan *kegembiraan*.

15. gaya bahasa repetisi, adalah gaya bahasa yang berupa perulangan bunyi, suku kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

contoh : *Siswa menulis* mengerjakan karya tulis mengenai pembangunan di daerahnya masing-masing. *Siswa menulis* sebuah puisi mengenai keindahan sebuah tempat wisata di daerahnya.

- 4.2 Menemukan atau mengidentifikasi gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga.

contoh latihan

Keunggulan motor canggih, harga terjangkau, bisa anggur 4 tahun, irit bensin lagi...

Beli aja KARISMA !!!

Produk unggulan Honda. Peluang Bebas 125 cc.

14%

TYPE	SEBELUM	SEKUDAH	HEMAT
KARISMA 125	3.77.000	3.220.000	550.000
KARISMA 125 i	3.95.000	3.400.000	550.000

ASTRA MOTOR

JL. MAGELANG KM. 7,2 YOGYAKARTA

TELP. (0274) 888551

1. Amatilah iklan niaga di atas?
2. Temukan gaya bahasa apa yang digunakan dalam iklan niaga di atas dan jelaskan gaya bahasa tersebut?

Jawab : gaya bahasa yang digunakan adalah : gaya bahasa asidenton, yaitu gaya bahasa yang berupa acuan yang bersifat pada dimana beberapa kata, frase atau klausa yang sedecrajat tidak dihubungkan dengan kata penghubung (*Kepingin motor canggih, harga terjangkau, bisa ngirit 4 tahun, irit bensin lagi*).

5 Kegiatan Belajar Siswa

Pendekatan : Komunikatif dengan keterampilan proses

Metode : ceramah, tanya jawab, diskusi

Langkah-langkah

No	Indikator Pencapaian Hasil Belajar	Kegiatan		Tugas	
		Guru	Siswa	P	K
1	Siswa dapat menyebutkan jenis-gaya bahasa.	Apersepsi. Guru menjelaskan pengertian tentang gaya bahasa Guru bertanya pada siswa tentang jenis-jenis gaya bahasa. Guru memberi kesempatan siswa untuk bertanya.	Siswa mendengarkan penjelasan guru dan mencatat hal-hal penting. Siswa menyebutkan jenis-jenis gaya bahasa	✓	

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2	Siswa dapat menyebutkan contoh kalimat dengan menggunakan gaya bahasa	Guru bertanya pada siswa tentang contoh kalimat yang menggunakan gaya bahasa.	Siswa berdiskusi masing-masing 2 orang untuk membuat contoh kalimat dengan menggunakan gaya bahasa. Siswa melaporkan hasil diskusinya.	✓
3	Siswa dapat mengidentifikasi gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga	Guru membagikan teks iklan niaga pada siswa untuk dibaca. Guru memberi tugas pribadi untuk menemukan gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga. Guru meminta siswa untuk menuliskan hasilnya di papan tulis. Guru membetulkan jawaban siswa yang salah dan memberi kesempatan siswa untuk bertanya	Siswa membaca teks iklan niaga. Siswa mengerjakan tugas untuk menemukan gaya bahasa dalam iklan niaga. Siswa melaporkan dan menuliskan hasilnya di papan tulis, siswa lain menanggapi.	✓
4	Siswa dapat membuat kalimat dengan menggunakan gaya bahasa	Guru memberi tugas untuk membuat kalimat dengan menggunakan gaya bahasa.	Siswa mengerjakan tugas dari guru.	✓

6 Alat dan Sumber Pembelajaran

- a. Alat : papan tulis, kapur
- b. Sumber : *Harian Kompas*, Februari 2003

Keraf, Gorys. 2002. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia

Tarigan, H.G. 1986. *Pengajaran Kosakata*. Bandung: Angkasa

7 Evaluasi

7.1 Prosedur

- 1. Penilaian proses belajar dilakukan di dalam kelas
- 2. Penilaian hasil belajar dengan menggunakan tes essay

7.2 Alat penilaian

Bentuk tes : tertulis

Soal-soal

- 1. Temukan gaya bahasa yang terdapat dalam iklan niaga pada gambar di bawah ini ? (bobot 5)
- 2. Buatlah 2 kalimat berdasarkan gambar tersebut dengan menggunakan gaya bahasa retorik dan hiperbola ? (bobot 10)
- 3. Carilah iklan niaga yang terdapat dalam surat kabar yang menggunakan gaya bahasa antiklimaks, aliterasi, dan sinckdoke ? (masing-masing gaya bahasa 1 iklan) (bobot 5)
- 4. Buatlah 1 iklan niaga dengan menggunakan gaya bahasa? (bobot 10)

Skor seluruh 30

8 Kunci Jawaban

1. Gaya bahasa yang terdapat dalam gambar adalah gaya bahasa hiperbola, yaitu gaya bahasa yang mengandung sebuah pernyataan yang berlebihan dan membesar-besarkan sesuatu hal.

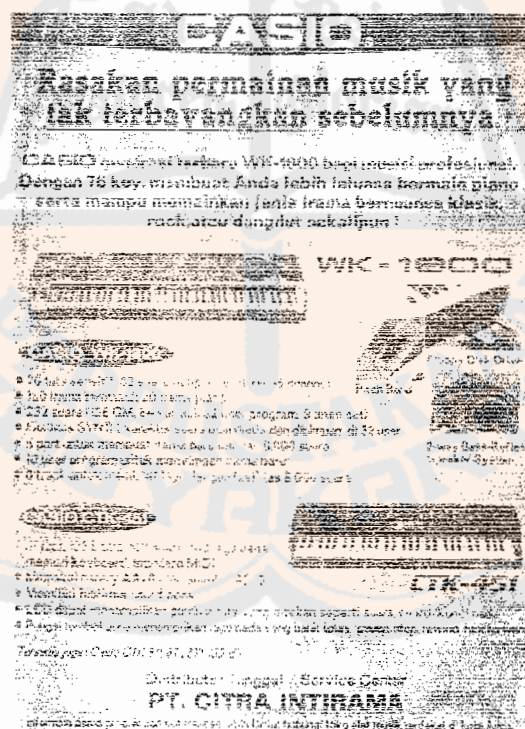
(rasakan permainan musik yang tak terbayangkan sebelumnya)

2. Kalimat dengan menggunakan gaya bahasa retororis

Sudahkah Anda memiliki CASIO di rumah ?

Kalimat dengan menggunakan gaya bahasa hiperbola

Dapatkan hadiah sebesar-besarnya dengan membeli CASIO jaminan mutu terbaik di Asia.

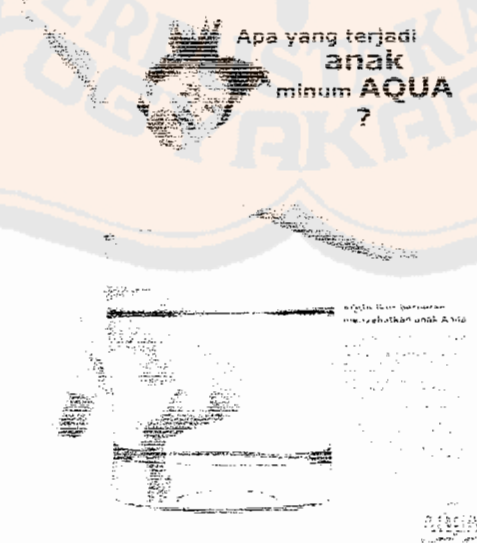


5.4 Teknik Pembelajaran Gaya Bahasa yang Menggunakan Iklan Niaga sebagai bahannya.

Dalam uraian ini diuraikan model pembelajaran yang dilakukan siswa dalam melakukan pembelajaran gaya bahasa yang terdapat dalam wacana iklan niaga. Adapun model tersebut meliputi (i) mengidentifikasi, (ii) membuat kalimat sendiri dengan stimulus, (iii) membuat kalimat sendiri tanpa stimulus, (iv) membuat iklan niaga sendiri. Teknik itu digunakan untuk memudahkan siswa yang bertujuan meningkatkan motivasi siswa untuk mengembangkan kreatifitasnya.

(i) Teknik pembelajaran gaya bahasa dengan mengidentifikasi

Dalam model ini siswa berlatih mengidentifikasi gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, yaitu (i) mengidentifikasi jenis gaya bahasa yang terdapat dalam kalimat, (ii) mengidentifikasi gaya bahasa yang digunakan dalam iklan niaga. Berikut ini contohnya



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jenis gaya bahasa : Gaya bahasa retoris

Kalimat : (Apa yang terjadi jika anak Anda minum Aqua ?)

Latihan

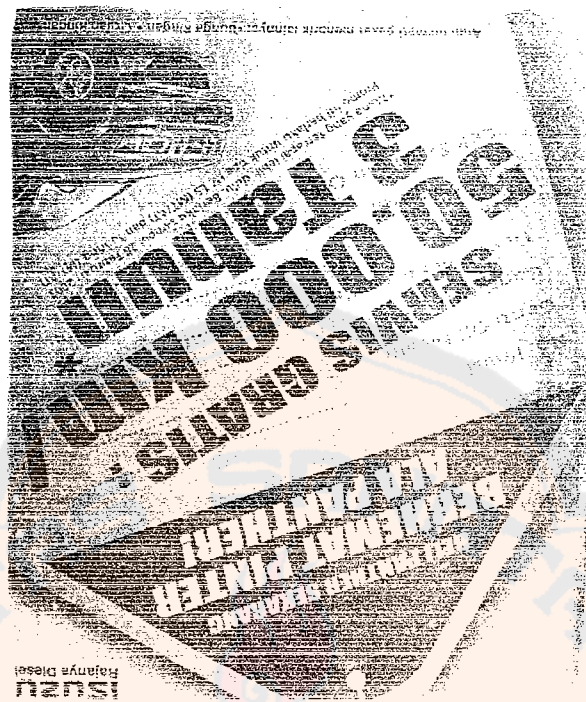
Latihan ini diintegrasikan dengan keterampilan menulis. Latihan ini disajikan dalam 2x45 menit.

Bacalah kalimat di bawah ini, kemudian kerjakanlah soal-soal di bawah ini?

kalimat	gaya bahasa
1. Tiada kemilau teras sangat berlebihan karena seolah-olah tidak ada lagi kemungkinan adanya kemilau selain kemilau sunsilk.	
2. Dunlopillo, tidur sehat, tidur nyaman.	
3. Kalau ada matahari buat apa pakai listrik?	
4. Indocafe, tepat, cepat, dan nikmat.	
5. Kini Anda dapat memiliki keindahan yang diungkapkan dari dasar bunyi, gemerlap bagaikan bintang.	

Amatilah gambar di bawah ini, kemudian kerjakan soal-soal di bawah ini!

1. Gaya bahasa apa yang digunakan dalam gambar tersebut?
2. Makna apa yang terkandung dalam gaya bahasa tersebut?



Gambar 2



Gambar 1

Gambar 3

COOL GAYANYA, COOL AC-NYA, COOL MUSIKNYA.

Beli Neo Zebra GRATIS AC dan Radio Tape!

Desain A2 dan hatch back yang sporty, serta pendingin hawa Zebra AC dan pendingin udara yang nyaman dan dingin merupakan dua hal yang membuat Neo Zebra jadi pilihan.

- 4 pintu, 2 pintu depan & 2 pintu belakang
- 4 Melewati, pendingin dan AC
- 4 Melewati, pendingin dan AC
- 4 Melewati, pendingin dan AC
- 4 Melewati, pendingin dan AC

Memberikan kenyamanan berpetak ini, sehingga dapat anda nikmati dengan santai dan jadikan anda anggota baru keluarga Anda.

ZEBRA
Modern Family Van

Jawab

(Gambar 1)

Gaya bahasa :

Makna :

(Gambar 2)

Gaya bahasa :

Makna :

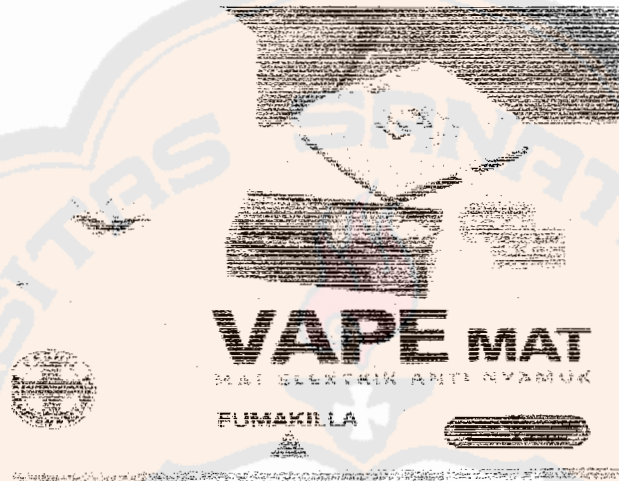
(Gambar 3)

Gaya bahasa :

Makna :

(ii) Teknik pembelajaran dengan cara membuat kalimat sendiri dengan stimulus

Dalam model ini siswa disediakan gambar dalam hal ini iklan niaga. Kegiatan siswa mengamati, memahami gambar yang telah disediakan, kemudian siswa diminta membuat kalimat berdasar gambar tersebut. Berikut ini contohnya



Contoh hasil pengamatan gambar

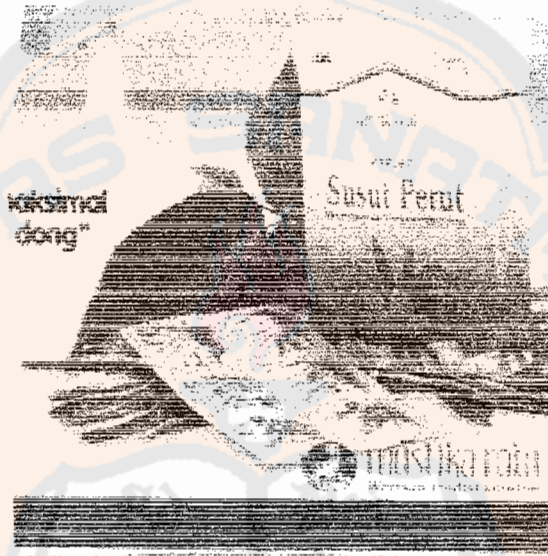
1. Saya selalu melindungi keluarga dengan VAPE (gaya bahasa metonimia).
2. VAPE lebih aman, praktis, hemat biaya, bebas nyamuk, bebas asap (gaya bahasa asidenton).

Kerjakan latihan berikut !



1. Buatlah kalimat dengan menggunakan gaya bahasa hiperbola berdasarkan gambar di atas?

.....



2. Buatlah kalimat dengan menggunakan gaya bahasa retorik dan gaya bahasa klimaks berdasarkan gambar di atas? (masing-masing gaya bahasa 1 kalimat).

1

2



3. Buatlah 2 kalimat dengan menggunakan gaya bahasa personifikasi berdasarkan gambar di atas?

1.

2.

- (iii) Teknik pembelajaran dengan cara membuat kalimat sendiri tanpa stimulus.

Dalam teknik ini siswa diminta membuat kalimat dengan menggunakan gaya bahasa tanpa bantuan gambar.

Kerjakan latihan berikut !

1. Buatlah 2 kalimat dengan menggunakan gaya bahasa repetisi ?
2. Buatlah 1 kalimat dengan menggunakan gaya bahasa klimaks ?
3. Buatlah 2 kalimat dengan menggunakan gaya bahasa simile ?

.....

.....

.....

.....

.....

5.5 Teknik Pembelajaran dengan Membuat Iklan Niaga.

Dalam teknik ini siswa disediakan gambar, kemudian siswa bertukar gambar dengan siswa lain. Kegiatan siswa adalah membuat iklan berdasarkan gambar tersebut yang isinya menawarkan produk atau barang kepada konsumen.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat iklan adalah sebagai berikut :

- Menentukan ide yang akan disampaikan
- Mencari kata-kata yang efektif dan menarik
- Kata-kata iklan harus singkat, mudah dibaca dalam waktu singkat
- Hindari penulisan kata-kata yang diukir atau kata-kata tersebut sulit untuk dipahami dan iklan menjadi tidak menarik.

Berikut ini contohnya



Adapun keuntungan dari teknik pembelajaran iklan adalah

- pembelajaran dapat dilakukan di kelas besar atau kecil
- memberi banyak latihan menulis dan berbicara.
- sesuai bagi semua tingkatan siswa.
- kegiatan dapat dilakukan secara berkelompok atau individu.
- siswa dapat mengembangkan kreatifitasnya.

Sedangkan kelemahan dari teknik pembelajaran iklan ini adalah

- dibutuhkan guru yang terampil dan kreatif dalam membuat bahan.
- kegiatan membutuhkan waktu yang banyak
- sukar membuat kalimat iklan yang tepat tanpa adanya contoh terlebih dahulu.



BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut. Gaya bahasa dalam wacana iklan niaga pada harian *Kompas* mengandung dua hal. Dua hal tersebut meliputi gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna meliputi, (i) gaya bahasa hiperbola, (ii) gaya bahasa elipsis, (iii) gaya bahasa personifikasi, (iv) gaya bahasa retorik, (v) gaya bahasa aliterasi, (vi) gaya bahasa polisindeton, (vii) gaya bahasa asindeton, (viii) gaya bahasa metonimia, (ix) gaya bahasa asonansi, (x) gaya bahasa simile, (xi) gaya bahasa epitet, (xii) gaya bahasa pleonasme. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat meliputi (i) gaya bahasa repetisi, (ii) gaya bahasa klimaks, (iii) gaya bahasa antiklimaks.

Gaya bahasa hiperbola paling menonjol dan menduduki urutan teratas dibanding gaya bahasa lainnya. Hal itu tampak dari besarnya jumlah gaya bahasa hiperbola yang ditemukan. Gaya bahasa hiperbola dapat diungkapkan menjadi tujuh macam, yaitu (i) gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh kata paling, (ii) gaya bahasa hiperbola ditandai oleh afiks ter-, (iii) gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh kata serba dan segala, (iv) gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh frase negatif, (v) gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh kata-kata yang menyatakan kemampuan luar biasa, (vi) gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh

kata pertama dan satu-satunya, (vii) gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh afiks se-.

Relevansi pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga mencakup tiga hal, yaitu (i) tujuan pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, (ii) tahap materi pembelajaran gaya bahasa dalam wacana iklan niaga, (iii) teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan sebagai bahannya.

Teknik pembelajaran gaya bahasa yang menggunakan iklan sebagai bahannya mencakup tiga hal, yaitu (1) mengidentifikasi, (2) membuat kalimat sendiri dengan stimulus, (3) membuat kalimat sendiri tanpa stimulus, dan (iv) teknik pembelajaran membuat iklan niaga sendiri .

6.2 Saran

Bagi pengajaran bahasa , materi tentang gaya bahasa dalam wacana iklan perlu dipertimbangkan untuk dimasukkan sebagai materi pelajaran pokok bahasan membaca dan menulis bagi siswa SLTP.

Bagi peneliti lain, permasalahan yang berkaitan dengan gaya bahasa masih banyak yang belum dikaji, maka perlu dipertimbangkan adanya penelitian lebih lanjut dengan permasalahan yang terkait dengan penelitian lain.

Bagi pemasang iklan, gaya bahasa yang digunakan untuk iklan adalah gaya bahasa hiperbola dengan mempertimbangkan gaya bahasa pendukung, seperti gaya bahasa elipsis, personifikasi, retorika, aliterasi, asidenton, polisindeton, metonimia, asonansi, repetisi, simile, pleonasme, klimaks dan antiklimaks.

DAFTAR PUSTAKA

- Baryadi, Praptomo. 2002. *Dasar-Dasar Analisis Wacana Dalam Ilmu Bahasa*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Gondo Suli.
- Depdiknas. 2001. *Kurikulum Berbasis Kompetensi Mata Pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama*. Jakarta.
- Djajasudarma, T. Fatimah. 1993. *Metode Linguistik : Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: Penerbit Eresco.
- Echols, John. M dan Shadily, Hasan. 1992. *Kamus Indonesia Inggris*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Effendi, Djohan. 1989. *Ensiklopedia Nasional Indonesia Jilid 7*. Jakarta : Penerbit Cipta Adi Pustaka.
- Eriyanto. 2001. *Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : Penerbit LKIS.
- Keraf, Gorys. 1986. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Keraf, Gorys. 2002. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Kridalaksana, Harimurti. 1982. *Kamus Linguistik*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Penerbit Pustaka Utama Grafiti.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung : Penerbit Citra Aditya Bakti.
- Moeliono, Anton. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Departemen P & K: Penerbit Balai Pustaka.
- Nababan, P.W.J. 1984. *Sosiolinguistik : Suatu Pengantar*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Omar, Asmah Binti Haji. 1984. *Bahasa Iklan Perniagaan: Satu Kajian Bahasa Retorik*. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pelajaran Malaysia.
- Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Penerbit Balai Pustaka.

- Rombepajung, J.P. 1988. *Pengajaran dan Pembelajaran Bahasa Asing : Sebuah Kumpulan Artikel*. Jakarta: Penerbit Depdikbud.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta : Duta Wacana University Press.
- Sudaryanto. 1988. *Metode Linguistik : Bagian Kedua. Metode dan Aneka Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Suyati, C. Sri. 2002. *Kalimat Majemuk Kausalitas dalam Bahasa Indonesia dan Strategi Pembelajarannya*. Yogyakarta : Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma.
- Tarigan, Henry Guntur. 1985. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung : Penerbit Angkasa
- Tarigan, Henry Guntur. 1985. *Pengajaran Semantik*. Bandung : Penerbit Angkasa.
- Tarigan, Henry Guntur. 1986. *Pengajaran Kosakata*. Bandung : Penerbit Angkasa.
- Tarigan, Henry Guntur. 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung : Penerbit Angkasa.
- Yuliasuti, Retno. 1995. *Gaya Tuturan Wacana Iklan Perniagaan pada Majalah Wanita*. Yogyakarta : Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wiryokusumo, Iskandar dan Mulyadi, Usman. 1988. *Dasar-Dasar Pengembangan Kurikulum*. Jakarta : Penerbit Bina Aksara.

LAMPIRAN

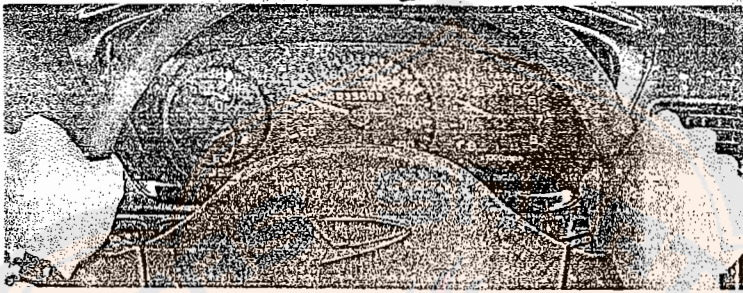


A. GAYA BAHASA HIPERBOLA

a. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh kata paling

(1)

Bukti DAIHATSU Paling Untung!



35.000 km
atau
2 TAHUN
GRATIS
SERVIS &
SUKU CADANG

Memilih DAIHATSU TAVORA adalah pilihan yang paling menguntungkan. Anda akan mendapatkan layanan servis gratis 35.000 km pertama. Selain itu, DAIHATSU juga menawarkan suku cadang gratis selama 2 tahun pertama. Semua ini adalah keuntungan yang tidak dapat Anda dapatkan dari merek lain.

Dihitung Cara Apapun Daihatsu Paling Untung!

ASTRA INTERNATIONAL asia world DAI/CARE DAIHATSU FINANCIAL DAIHATSU RENTAL



Nilai jual kembali DAIHATSU setiap 40%

(Kompas, 3 Februari 2003 hlm 31)

(2)

BELANJA SAMSUNG DIGITAL

HP HEBAT
dipakai PALING TEPAT



SGH - R220
SLIM & GEMILAS
Rp 825.000,-



SGH - N500
SLIM & GEMILAS
Rp 995.000,-



SGH - A800
SLIM & GEMILAS
Rp 2.500.000,-



SGH - N520
SLIM & GEMILAS
Rp 1.650.000,-



SGH - A800
SLIM & GEMILAS
Rp 2.595.000,-

Tampil Memukau
dengan HARGA TERJANGKAU

(Kompas, 27 Februari 2003 hlm 19)

b. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh afiks ter-

(3)

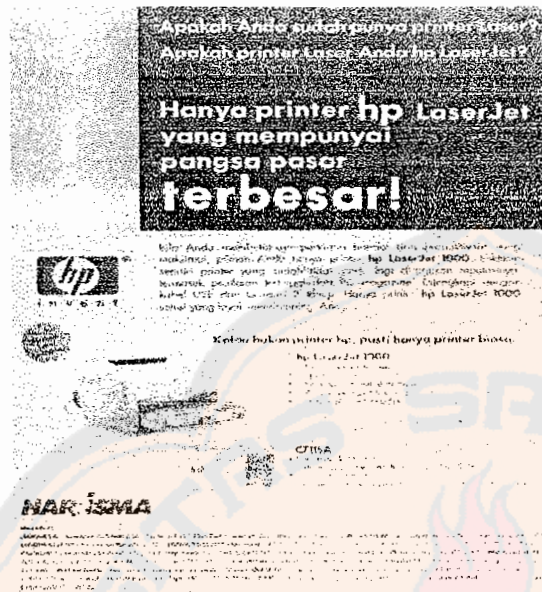


(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 3)

(4)

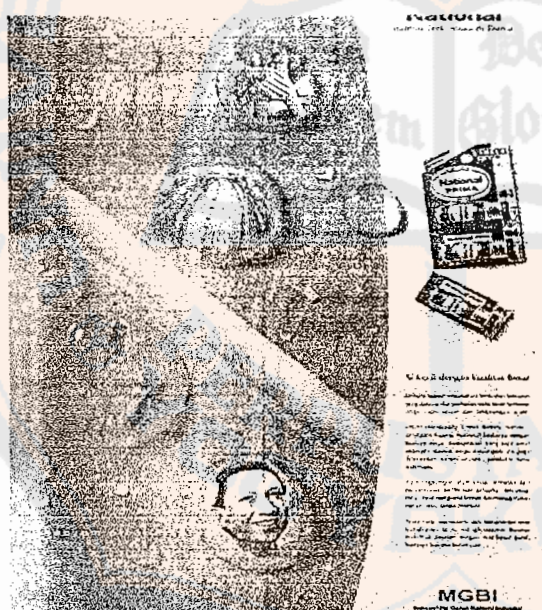
(Kompas, 23 Februari 2003 hlm 13)

(5)



(Kompas,, 28 Februari 2003 hlm 17)

(6)



(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 21)

(7)

**UNTUK PERAMPINGAN TUBUH
SECARA EFEKTIF DAN SEHAT
HANYA SATU PILIHAN TERBAIK
DI ASIA**

Salah satu produk terbaik di Asia untuk membantu proses perampangan tubuh secara efektif dan sehat adalah **Gratitel**. Produk ini telah terbukti efektif dalam membantu proses perampangan tubuh secara efektif dan sehat. Produk ini telah terbukti efektif dalam membantu proses perampangan tubuh secara efektif dan sehat.

Gratitel
Produk ini telah terbukti efektif dalam membantu proses perampangan tubuh secara efektif dan sehat. Produk ini telah terbukti efektif dalam membantu proses perampangan tubuh secara efektif dan sehat.

Wolfe Franco Bodyslim

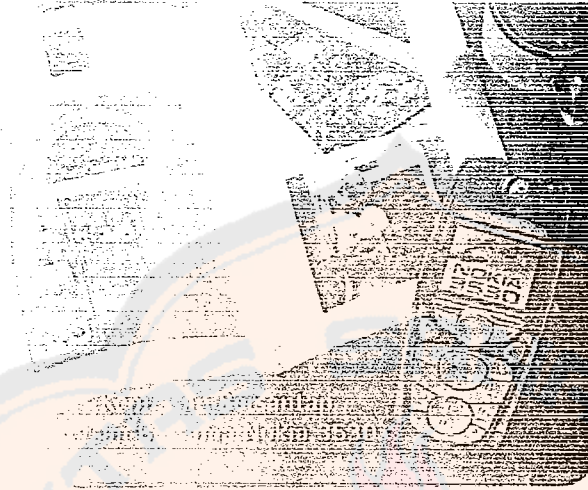
(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 19)

(8)



(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 9)

(9)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 10)

(10)



(Kompas, 19 Februari 2003 hlm 10)

(11)



(Kompas, 13 Februari 2003 hlm 5)

(12)

Kepingih motor ranggih, harga terjangkau, bisa ngangsur 4 tahun, irit bensin lagi...
Belanja KARISMA !!!

Produk unggulan Honda, Pelopor Bebek 125 cc

14% BUNGA

MEMO XTR
Grand Efisiensi
Kapasitas

PANEL INSTRUMENT
Analog speedometer, tachometer, odometer, fuel gauge, water pump, and other instruments.

TYPE	48 X	REBELUM	SESUDAH	HEMAT
KARISMA 125	327.500	241.500	2.200.000	
KARISMA 125 C	355.500	265.500	2.400.000	

ASTRA MOTOR
JL. MAGELANG KM. 7,2 YOGYAKARTA
TEL. (0274) 868551

(Kompas, 7 Februari 2003 hlm 31)

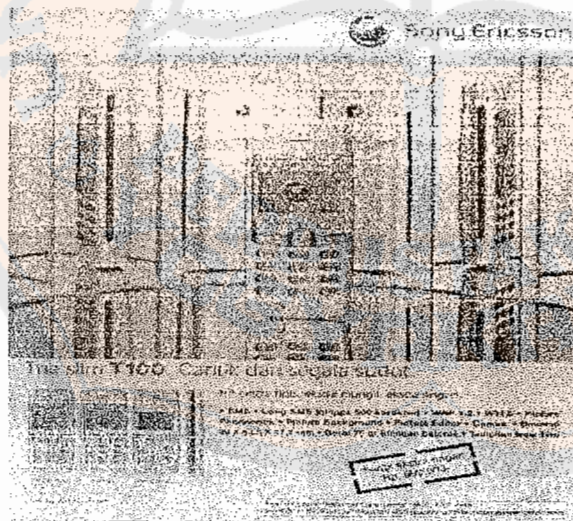
c. Gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh kata super dan segala

(13)



(Kompas, 23 Februari 2003 hlm 20)

(14)



(Kompas, 23 Februari 2003 hlm 10)

- d. Gaya bahasa hiperbola yang ditandai oleh frase negatif

(15)



(Kompas, 15 Februari 2003 hlm 2)

(16)



(Kompas, 27 Februari 2003 hlm 15)

- e. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh kata-kata yang menyatakan kemampuan luar biasa

(17)



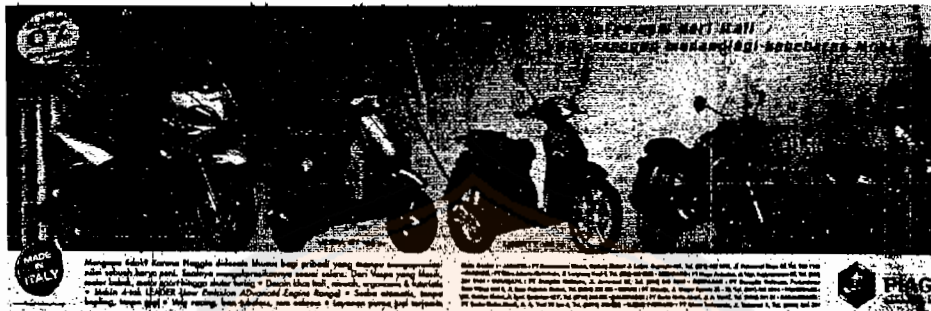
(Kompas, 25 Februari 2003 hlm 20)

(18)



(Kompas, 21 Februari 2003 hlm 13)

(19)



(Kompas, 20 Februari 2003 hlm 20)

(20)



(Kompas, 26 Februari 2003 hlm 9)

(21)



(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 37)

(22)



(Kompas, 19 Februari 2003 hlm 20)

(23)

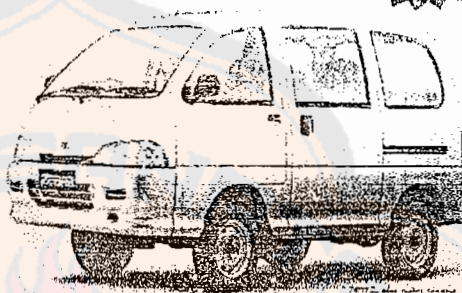
**COOL GAYANYA, COOL AC-NYA,
COOL MUSIKNYA.**

Beli Neo Zebra GRATIS AC dan Radio Tape!

Dengan AC dan Radio Tape gratis, Neo Zebra adalah pilihan yang tepat untuk Anda. Anda akan nyaman dan bahagia dengan mobil ini.

- Penampilannya gagah
- Mesin, bandel dan awet
- Kabin modern dan luas
- 5 pintu dengan 2 pintu geser (sliding door) yang praktis

Mendapatkan kesempatan terbatas ini, kunjungi segera show room Demata, Tangerang dan jadikan dia anggota kera keluarga Anda.



ZEBRA
Modern Family Van

* Harga Rp 14.900.000 (termasuk pajak)
 * Pajak PPN 10% Rp 1.490.000
 * Pajak PPh 10% Rp 1.490.000
 * Pajak PPh 10% Rp 1.490.000
 * Pajak PPh 10% Rp 1.490.000

(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 44)

(24)

EPSON
THE POWER TO EXCEED

EPSON STYLUS C41SX

Gosok, dan pasti menang!

BELI PRINTER C41SX SEKARANG PASTI DAPAT HADIAH!!

Beli printer C41SX gosok kuponnya dan pastikan Anda adalah pemenangnya!

1 Grand Legend
 1 Mini Home Theatre Sony
 1 TV Sony 21"
 10 Handphone Nokia
 30 Discman Sony
 dan ribuan voucher lainnya!

Bawa buku pembelian, kartu garansi, polangan serial number & kardus dan foto kopi identitas diri dan potong hadiah langsungnya di:

EPSON Service center: JAKARTA: 6230-1103 • BANDUNG: 730-9768 • MEDAN: 451-8176 • 451-8174 • SURABAYA: 547-9541 • 547-9-44 • YOGYAKARTA: 505-478

INGAT! HANYA SAMPAI 31 MARET 2003!

(Kompas, 5 Februari 2003 hlm 9)

(27)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 32)

(28)



(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 31)

(29)



(Kompas, 21 Februari 2003 hlm 20)

(30)



(Kompas, 14 Februari 2003 hlm 23)

(31)

DAIHATSU

Extra Jumbo 3 Way

MUATAN MAKIN BESAR, USAHA MAKIN LANCAH

1.672 cc



Zebra Extra Jumbo 3 Way Pick Up hadir dengan kapasitas bak lebih luas sehingga muatan jauh lebih banyak. Rangkaian 3 Way-nya memudahkan Anda memuat dan menurunkan barang. Lebih praktis, lebih cepat. Sudah itu Anda akan lebih tenang karena layanan purna jualnya dilamin DAICARE (Daihatsu Car Care). Hubungi segera dealer Daihatsu terdekat! Pastikan usaha Anda pun kian lancar dan makin untung!

CASH BACK Rp1 juta

(Kompas, 28 Februari 2003 hlm 43)

(32)

PLASMA GOLD

dengan **Plasma Air Purifying System**

Bersih, Sehat, Sederhana dan Tahan Lama

Secara unik menggunakan anoda katoda dengan bahan katoda mikrokondal dan anoda katoda karbon aktif yang dapat membersihkan polutan seperti...

Plasma Catalyst Coated Mesh

Udara Bersih

Mulai 27 Januari - 16 Februari 2003

Rp. 7.099.000

Rp. 3.699.000

Hanya di electronic city

Agis Electronic Store



(Kompas, 3 Februari 2003 hlm 27)

(33)



(Kompas, 16 Februari 2003 hlm 38)

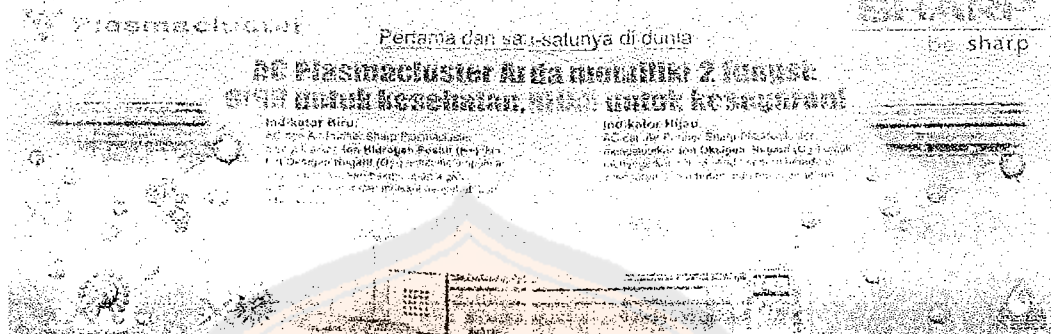
f. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh kata pertama dan satu-satunya

(34)



(Kompas, 14 Februari 2003 hlm 5)

(35)



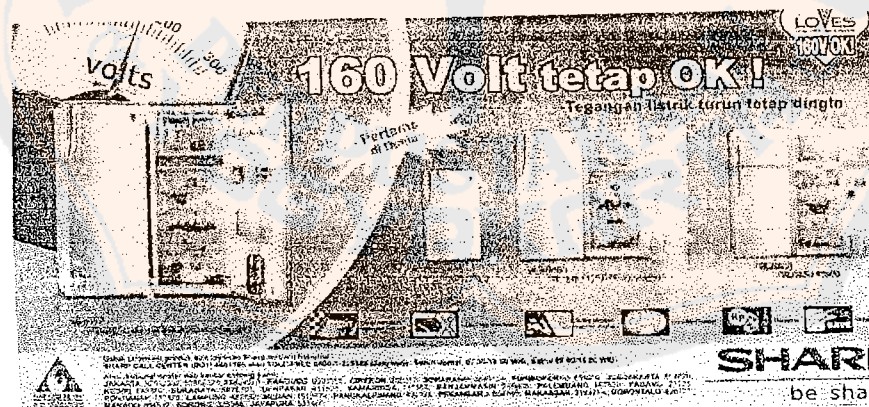
(Kompas, 20 Februari 2003 hlm 10)

(36)



(Kompas, 18 Februari 2003 hlm 21)

(37)



(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 30)

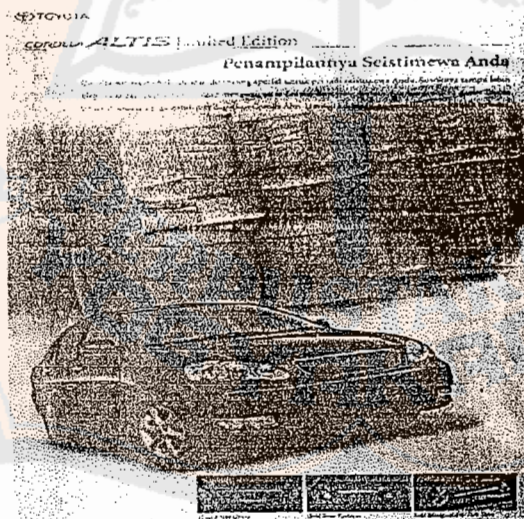
(40)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 12)

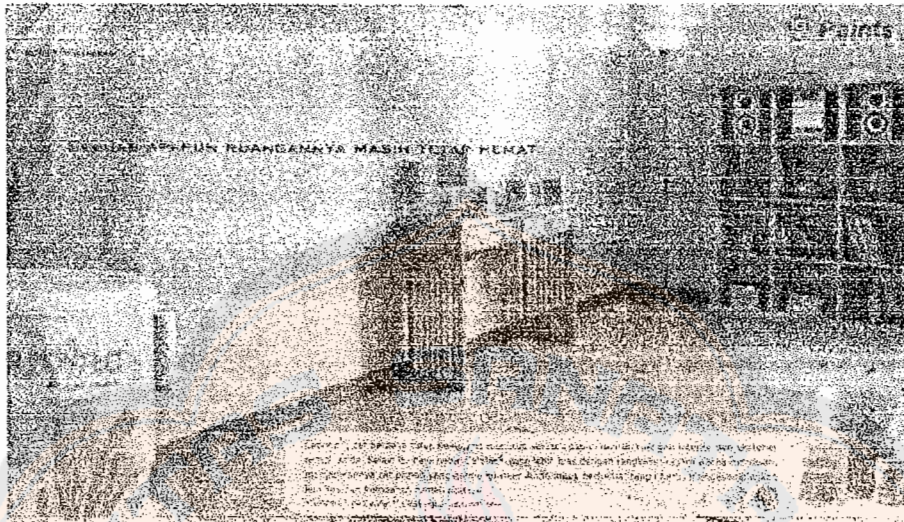
h. Gaya bahasa hiperbola ditandai oleh afiks se-

(41)



(Kompas, 18 Februari 2003 hlm 8)

(42)



(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 11)

B. GAYA BAHASA ELIPSIS

(43)



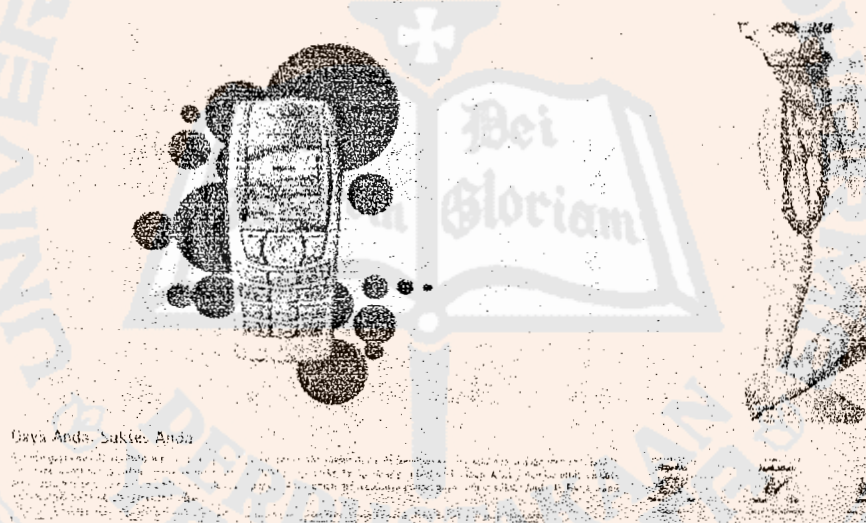
(Kompas, 22 Februari 2003 hlm 16)

(44)



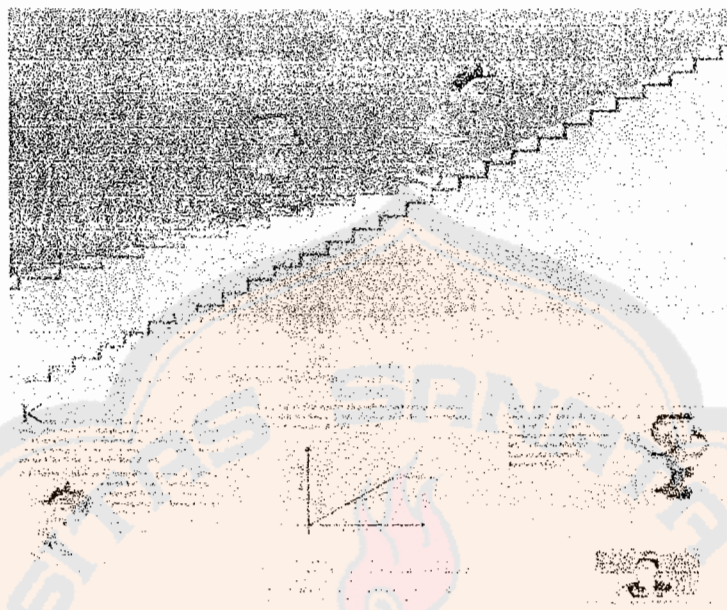
(Kompas, 9 Februari 2003 hlm 13)

(45)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 5)

(46)



(Kompas, 24 Februari 2003 hlm 3)

(47)



(Kompas, 2 Februari 2003 hlm 30)

(48)



(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 5)

(49)

BAGUS, TAK PERLU MAHAL **EXTRON**

EXTRON Desktop Cworks 4105	EXTRON Desktop Cworks 6217C	EXTRON Desktop Oxygen H410C	EXTRON Server NetSystem 7620T
- Prosesor: Intel Celeron 400MHz - Memori: 64MB - Hardisk: 5.1GB - Monitor: 15" - Keyboard: Standar - Mouse: Standar - OS: Windows 98	- Prosesor: Intel Celeron 600MHz - Memori: 128MB - Hardisk: 10GB - Monitor: 15" - Keyboard: Standar - Mouse: Standar - OS: Windows 98	- Prosesor: Intel Pentium III 450MHz - Memori: 128MB - Hardisk: 10GB - Monitor: 15" - Keyboard: Standar - Mouse: Standar - OS: Windows 98	- Prosesor: Intel Pentium III 450MHz - Memori: 128MB - Hardisk: 10GB - Monitor: 15" - Keyboard: Standar - Mouse: Standar - OS: Windows 98
Rp 2.995.000	Rp 3.995.000	Rp 4.995.000	Rp 9.995.000

Tersedia Kredit
Bhinneka.com

(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 29)

(50)



(Kompas, 2 Februari 2003 hlm 30)

(51)



(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 3)

(52)



(Kompas, 24 Februari 2003 hlm 37)

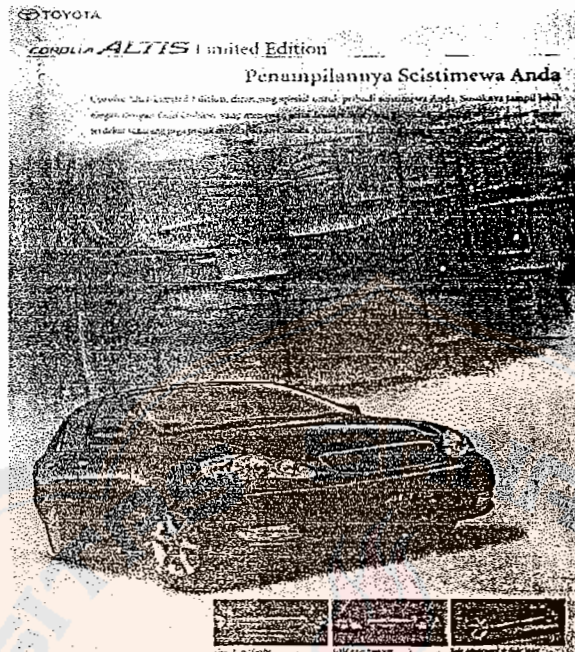
C. GAYA BAHASA PERSONIFIKASI

(53)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 10)

(54)



(Kompas, 18 Februari 2003 hlm 8)

(55)

Beli Ceria Banyak Bonusnya

1 liter bensin untuk 17 Km perjalanan

- Terbukti paling irit
- Mesin tangguh - responsif
- Jago ditanjakan
- Lindahi di segala medan parkir

Dikitung Gara Angapir Dihatiku Paling Untung!

Bonus-bonus Spektakuler*

- GRATIS AC Nippon MX (pembelian 10 liter bensin)
- Bonus langsung: Cash Back Rp 1.000.000 (Rp 100.000/bulan) dan Servis GRATIS 1 tahun (Rp 50.000/bulan) (mana yang dicapai lebih dulu).

PAKET KREDIT
Bergeser
Rp 1.845.000/bln.
Gaji
Rp 11.348.000

* Syarat & ketentuan berlaku

Buktikan sendiri Bonus Ceria Spektakuler!

ASTRA WORLD

(Kompas, 24 Februari 2003 hlm 18)

(56)



Gold Card Food Festival
**Nikmati sensasi lezatnya
santap ber-3 gratis 1**

21 Februari - 30 April 2003

(Kompas, 21 Februari 2003 hlm 13)

(57)



(Kompas, 21 Februari 2003 hlm 19)

(58)



(Kompas, 14 Februari 2003 hlm 23)

(59)



(Kompas, 23 Februari 2003 hlm 20)

D. GAYA BAHASA RETORIS

(60)

MASIH INGATKAH KAPAN TERAKHIR KALI ANDA SERAMPING INI ?

MASA REMAJA...? KETIKA MASIH KULIAH...? SEBELUM MELAHIRKAN... ATAU BEBERAPA BELAS TAHUN YANG LALU ?

Jangan khawatir, segala kenangan manis masa lalu Anda dapat kami hadirkan kembali. Dengan program *Impressions*, Anda dapat kembali menjadi ramping seperti masa remaja Anda.

PERINGATAN: dengan persne begitu saja akan...
Bandingkan dulu dengan yang lain atau mungkin saja, karena...
juga ada...
Bandingkan dulu dengan yang lain atau mungkin saja, karena...
juga ada...

DISKONDIS 50%
Tas kulit asli Etienne Aigner
bila Anda mendaftar
pada minggu ini

Impressions
Ramping Tanpa Efek Ramping

(Kompas, 25 Februari 2003 hlm 19)

(61)

Maka Mesin Foto Copy di Rumah?

Kerana tidak? Jika Anda dapat menggunakan komputer dari rumah, maka Anda dapat menggunakan mesin foto copy di rumah.

MPC200

- Printer: 14 ppm (A4), 18 ppm (A5), Resolution: 3000 x 1200 dpi
- Scanner: Optical Resolution: 1200 x 600 dpi (A4) 6 color
- Copier: 14 ppm (A4), 18 ppm (A5), Resolution: 1200 x 1200 dpi
- Direct Card Printing / Card slot (PROMA Type II)
- Borderless Print & Copy (A4, 4" x 6", 8.5" x 11")
- EasyPhoto which supports Full Print 3.2, the international standard for digital photos.

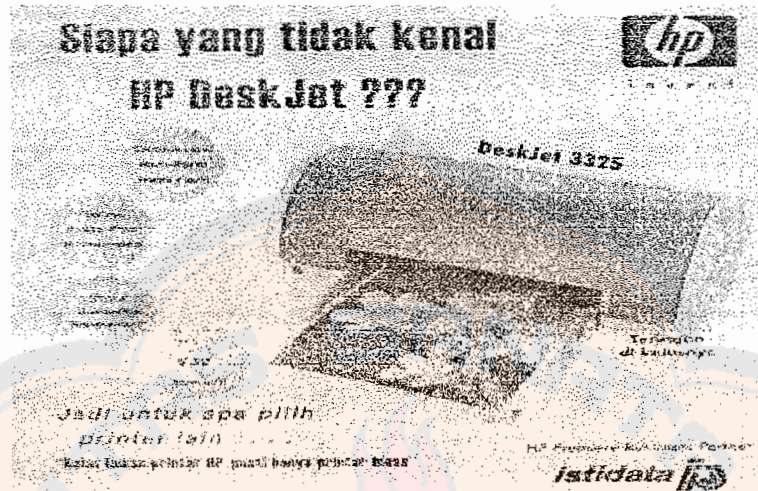
Jika Anda membutuhkan foto pribadi, gunakan mesin MPC200 yang juga berfungsi sebagai scanner, printer dan copier. Jadi tunggu apa lagi? Segera temukan komputer yang paling mudah bagi Anda.

FREE!

Berkas ini menunjukkan cara menggunakan mesin foto copy MPC200. Untuk informasi lebih lanjut, hubungi kami di nomor 1677-1677 atau kunjungi situs kami di www.canon.com/id.

(Kompas, 25 Februari 2003 hlm 2)

(62)



(Kompas, 28 Februari 2003 hlm 38)

(63)



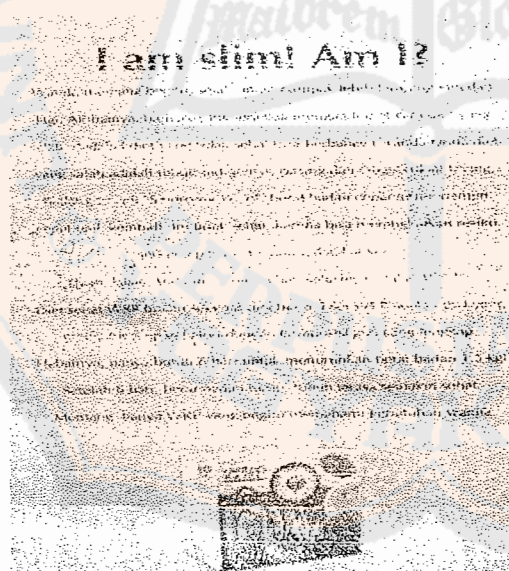
(Kompas, 21 Februari 2003 hlm 10)

(64)



(Kompas, 25 Februari 2003 hlm 9)

(65)



(Kompas, 2 Februari 2003 hlm 9)

E. GAYA BAHASA ALITERASI

(66)



(Kompas, 28 Februari 2003 hlm 43)

(67)



(Kompas, 6 Februari 2003 hlm 21)

(68)



(Kompas, 21 Februari 2003 hlm 39)

(69)

RICOH

Yang tua merongrong, tukar tambah yang baru duoon!

Bawa mesin fotokopi atau fax Anda yang tua, poliknya merek apa saja yang kuno, jelek, rusak, semua dihargai Rp. 3 juta* dan bisa langsung ditukar tambah dengan RICOH. Jelas lebih untung, karena RICOH lebih canggih dan jelas lebih baik!

*Mesin atau fax sudah rusak atau tua, semua bisa Anda tukar tambah dengan harga Rp. 3 juta.

Photocopier FT2613
Rp. 13.940.000,-
• Speed: 13 cpm • Zoom: 61-141%
• Photo Copy Quality

Photocopier FT2613
Rp. 17.440.000,-
• Speed: 21 cpm • Zoom: 50-200%
• Photo Copy Quality

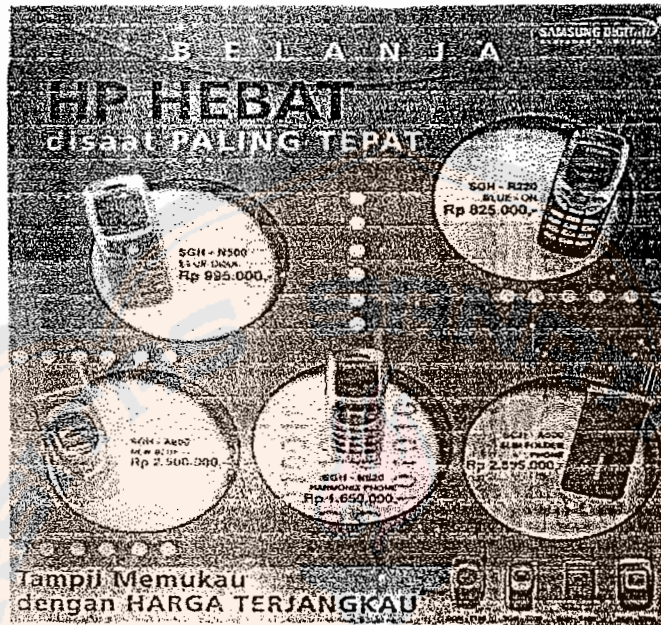
Fax 1400L
Rp. 7.280.000,-
Mesin fax dengan kemampuan modem sangat tinggi untuk fax internet.

Fax 1400L
Rp. 10.380.000,-

Daftar dan buktikan
Imajinasimu RICOH
24 - 28 Februari 2003
08.00 - 17.00 WIB
Lobby Utama Gedung ASTRA 1
Jl. Jend. Sudirman Kav. 44-46
Jakarta Pusat

(Kompas, 24 Februari 2003 hlm 37)

(70)



(Kompas, 27 Februari 2003 hlm 19)

(71)



(Kompas, 13 Februari 2003 hlm 5)

F. GAYA BAHASA ASIDENTON

(72)

LG **PLASMACOOL**
Plasma Air Purifying System
Berdiri sendiri, hemat dan mudah pakai

Socara tidak menghirup debu kapur, asap, serta polutan lainnya mikroorganisme, debu, serta bau busuk, asap rokok dan lain-lain yang dapat menimbulkan penyakit seperti asma.

Photo Catalyst Coated Mesh
Ultraviolet Light

Mulai 27 Januari - 16 Februari 2003
Rp. 3.699.000

Hanya di **electronic city** **Agis**
Electronics Store

(Kompas, 3 Februari 2003 hlm 27)

(73)

COOL GAYANYA, COOL AC-NYA, COOL MUSIKNYA.
Beli Neo Zebra GRATIS AC dan Radio Tape!

Desain AC dan Radio Tape GRATIS untuk semua pembelian Neo Zebra 21 plus. Pastikan Anda semakin nyaman dari hange ingincanda Neo Zebra yang terkenal:

- Penumpangannya gila
- Mesin, bandel dan zuei
- Kabin modern dan lega
- 2 pintu dengan 2 pintu geser (sliding doors) yang praktis.

Manfaatkan kesempatan terbaik ini. Kunjungi segera show room Daihatsu terdekat dan jadikan Neo Zebra baru keluarga Anda!

ZEBRA
Modern Family Van

(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 44)

G. GAYA BAHASA POLISINDETON

(76)

AutoWorld

Satu satunya MPV dengan sistem Flex7 yang bisa mengubah konfigurasi tempat duduk hingga 39 posisi.

Lebih dari 800.000 pelanggan telah membuktikan Zebra sebagai "Smart MPV"

flex7

- ✓ DOHC ECOTEC Engine
- ✓ Traction Control, Dual Airbag, Side Airbag
- ✓ 6-SPEAKER Stereo system with 6 speakers
- ✓ 4 AC blowers
- ✓ Waterproof cabin
- ✓ Height adjuster
- ✓ Power windows

Customer Satisfaction Center: 0800-100-6776, 021-8862-100

(Kompas, 18 Februari 2003 hlm 21)

(77)

Partner bisnis sejati yang siap berkompetisi kapanpun Anda butuhkan

Compaq Evo D380MX desktop yang diperkuat Intel® Pentium® 4 processor, 1.5 GHz untuk kesuksesan bisnis Anda. Kapan pun Anda butuhkan, Anda selalu bergantung pada Compaq Evo D380MX yang siap berkompetisi kapanpun Anda butuhkan. Anda selalu bergantung pada Compaq Evo D380MX yang siap berkompetisi kapanpun Anda butuhkan.

Processor: Intel Pentium 4 processor, 1.5 GHz
Memory: 1 GB
Hard Drive: 40 GB
Operating System: Windows XP Professional
Graphics: NVIDIA GeForce 2 MX
Sound: Realtek AC97
Network: 10/100 Ethernet
Ports: 2x USB, 1x FireWire, 1x Serial
3.5-inch floppy disk drive

Compaq Evo D380MX desktop yang diperkuat Intel® Pentium® 4 processor, 1.5 GHz untuk kesuksesan bisnis Anda. Kapan pun Anda butuhkan, Anda selalu bergantung pada Compaq Evo D380MX yang siap berkompetisi kapanpun Anda butuhkan. Anda selalu bergantung pada Compaq Evo D380MX yang siap berkompetisi kapanpun Anda butuhkan.

HP

(Kompas, 25 Februari 2003 hlm 31)

(78)



(Kompas, 3 Februari 2003 hlm 37)

(79)



(Kompas, 16 Februari 2003 hlm 38)

H. GAYA BAHASA METONIMIA

(80)

Walaupun begitu, saya tetap saja merasa
sangat sedih dan kecewa karena
saya tidak bisa melihat wajah
saudara saya yang sudah meninggal.

Saya hanya bisa melihat foto
saudara saya yang sudah meninggal
dan merasa sangat sedih dan kecewa
karena saya tidak bisa melihat wajah
saudara saya yang sudah meninggal.

Saya hanya bisa melihat foto
saudara saya yang sudah meninggal
dan merasa sangat sedih dan kecewa
karena saya tidak bisa melihat wajah
saudara saya yang sudah meninggal.

Saya hanya bisa melihat foto
saudara saya yang sudah meninggal
dan merasa sangat sedih dan kecewa
karena saya tidak bisa melihat wajah
saudara saya yang sudah meninggal.

Saya hanya bisa melihat foto
saudara saya yang sudah meninggal
dan merasa sangat sedih dan kecewa
karena saya tidak bisa melihat wajah
saudara saya yang sudah meninggal.

Saya hanya bisa melihat foto
saudara saya yang sudah meninggal
dan merasa sangat sedih dan kecewa
karena saya tidak bisa melihat wajah
saudara saya yang sudah meninggal.

(Kompas, 26 Februari 2003 hlm 1)

(81)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 32)

I. GAYA BAHASA ASONANSI

(82)

(Kompas, 2 Februari 2003 hlm 16)

(83)

(Kompas, 13 Februari 2003 hlm 5)

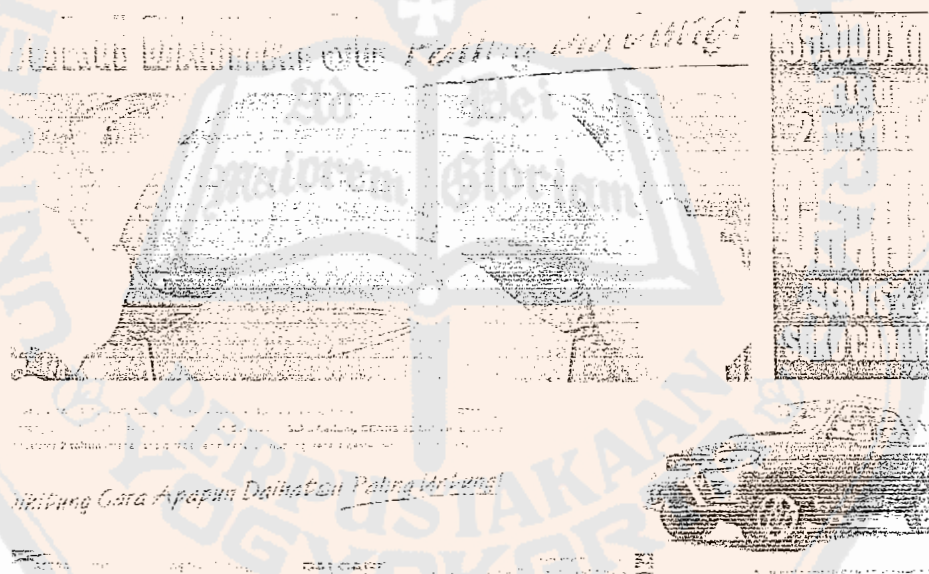
J. GAYA BAHASA REPETISI

(84)



(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 31)

(85)



(Kompas, 3 Februari 2003 hlm 31)

K. GAYA BAHASA SIMILE

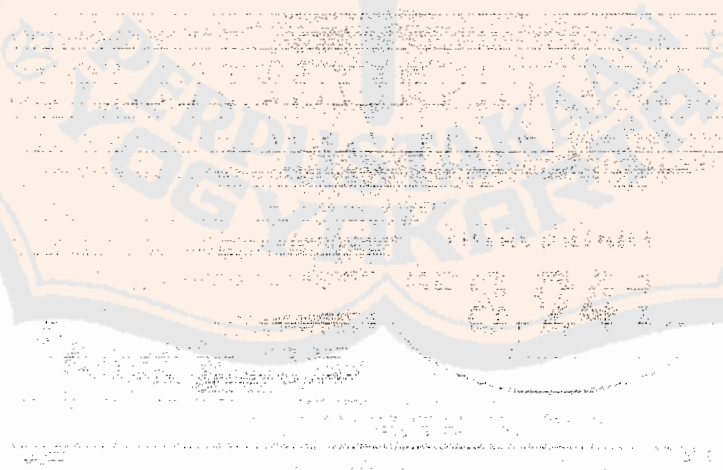
(86)



(Kompas, 28 Februari 2003 hlm 33)

L. GAYA BAHASA EPITET

(87)



(Kompas, 4 Februari 2003 hlm 12)

M. GAYA BAHASA PLEONASME

(88)



(Kompas, 3 Februari 2003 hlm 35)

N. GAYA BAHASA KLIMAKS

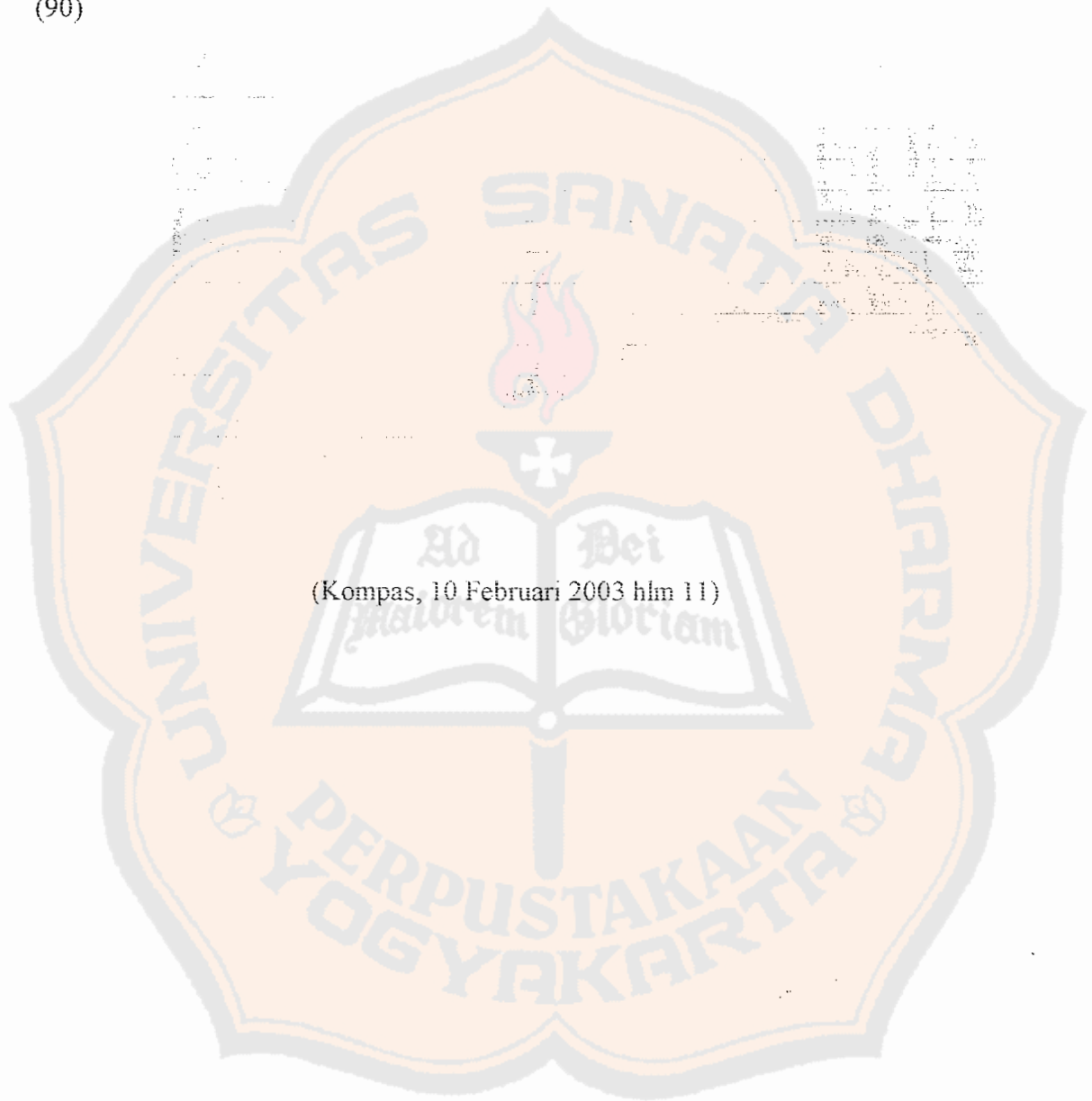
(89)



(Kompas, 17 Februari 2003 hlm 9)

O. GAYA BAHASA ANTIKLIMAKS

(90)



(Kompas, 10 Februari 2003 hlm 11)

BIODATA PENULIS



Zwesty Faj Inggriani, dilahirkan di Yogyakarta pada tanggal 23 Januari 1979. Pendidikan pertama di TK Ngadiwinatan pada tahun 1986. Lulus dari SDN 60 Palembang pada tahun 1991. Lulus dari SLTP Methodist 1 Palembang pada tahun 1994. Lulus dari SMU Methodist 1 Palembang pada tahun 1997. Dan akhirnya menempuh studi di Universitas Sanata Dharma Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Program Studi Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah. Untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan penulis mengadakan penelitian dengan judul "Gaya Bahasa dalam Wacana Iklan Niaga pada Harian Kompas dan Relevansinya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SLTP".