

## ABSTRAK

Wahyuningsih, Brigita Eka. 2020. *Pemakaian Majas Perbandingan Sebagai Wahana Mengefektifkan Komunikasi dalam Iklan Makanan di Televisi*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini membahas tentang majas perbandingan pada iklan makanan di televisi. Tujuan utama penelitian ini adalah mendeskripsikan jenis, fungsi, dan makna majas perbandingan. Dengan sub tujuannya pertama mengidentifikasi jenis majas perbandingan, menganalisis fungsi majas perbandingan, dan menganalisis makna majas perbandingan pada iklan makanan di televisi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi dengan menggunakan pendekatan kualitatif pada sumber data iklan makanan di televisi. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini, yaitu teknik membaca, mencatat, dan menginventarisasi. Instrumen ini yaitu peneliti sendiri yang merupakan alat pengumpul data utama. Analisis data dilakukan dengan tahapan: mengidentifikasi data hasil temuan, mengklasifikasi data hasil temuan berdasarkan jenis, fungsi, dan makna majas perbandingan, menginterpretasi hasil analisis data, mendeskripsikan hasil analisis data tersebut.

Kesimpulan hasil penelitian pada iklan makanan di televisi menunjukkan tiga hal penting yakni *pertama*, jenis majas perbandingan terbagi menjadi tujuh jenis yaitu: perumpamaan, metafora, personifikasi, alegori, pleonasme dan tautologi, perifrasis, dan antisipasi atau prolepsis. *Kedua*, terdapat fungsi dari majas perbandingan yang digunakan dalam iklan tersebut yang bertujuan sebagai pembanding suatu produk dengan produk lainnya, sebagai wahana mengefektifkan komunikasi antara pengiklan dengan penonton, dan memperindah kalimat iklan makanan. *Ketiga*, terdapat makna denotatif dan makna konotatif dari majas perbandingan yang digunakan dalam iklan tersebut.

**Kata kunci:** semantik, jenis majas perbandingan.

## ABSTRACT

Wahyuningsih, Brigita Eka. 2020. *The Use of Cooperative Figures of Speech as Communication Streamline in Television's Food Advertisement. Undergraduate Thesis. Yogyakarta: Indonesian Language and Literature Education Study Program, Department of Language and Arts Education, Faculty of Teacher Training and Education, Sanata Dharma University.*

*This research intends to discuss comparative figures of speech in television's food advertisement. The main purpose of this research is describing types, function, and meaning of comparative figures of speech. The sub purposes are identifying comparative figures of speech types, analyzing comparative figures of speech function, and analyzing comparative figures of speech meaning in the television's food advertisement.*

*This research is a descriptive research applying a qualitative approach towards food advertisement data in the television. The data collecting technique were reading, noting, and inventorying. The researcher collected the data by conducting some steps, namely identifying data results, classifying data results based on types, function, and meaning, interpreting data results, and describing data analysis results.*

*The conclusion of the research in food advertisement showed three essential things. First, the types of comparative figure of speech were divided into simile or parable, metaphor, personification, allegory, pleonasm or tautology, periphrasis, and anticipation or prolepsis. Second, there were function of comparative figures of speech in food advertisement aimed to compare one product to others, streamline communication between advertisement and audience, and engage the food advertisement line. Third, there were denotative meaning and connotative meaning from comparative figures of speech employed in the advertisement.*

**Keywords:** *semantics, types of comparative figure.*