

ABSTRAK

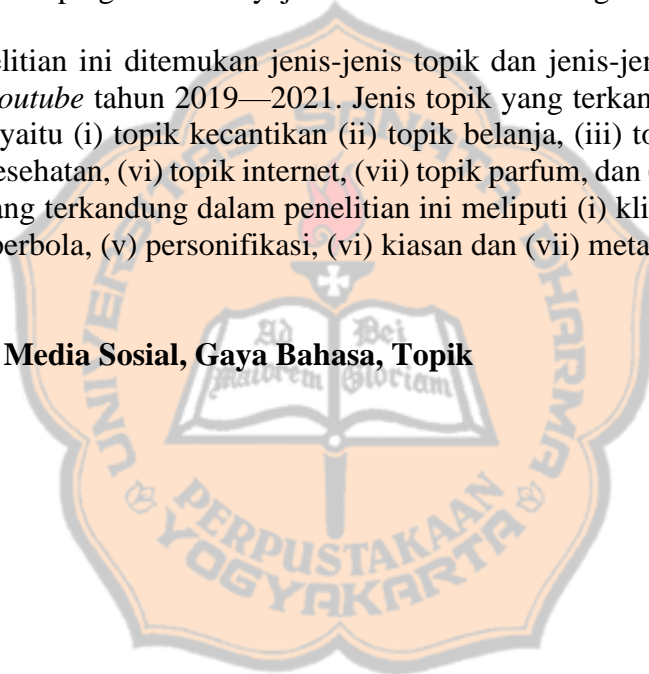
Wahyudiono, Gracella Symphoni. 2021. "Topik Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Iklan *Youtube* Tahun 2019—2021". Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Skripsi ini membahas topik dan jenis gaya bahasa dalam media sosial *Youtube* tahun 2019—2021. Tujuan dari penelitian ini adalah (i) mendeskripsikan topik yang ada dalam iklan sosial media dan (ii) mendeskripsikan jenis gaya bahasa dalam iklan media sosial.

Objek penelitian ini adalah iklan yang diunggah di *Youtube* dalam kurun waktu 2019—2021. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga tahap yaitu (i) pengumpulan data, (ii) analisis data, dan (iii) penyajian data. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui sumber lisan (audio) dan sumber tulis (*subtitle*) pada video *Youtube*. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan metode simak dan catat. Kemudian analisis data dilakukan dengan metode agih dan metode padan pragmatis. Penyajian data dilakukan dengan menggunakan metode informal.

Melalui penelitian ini ditemukan jenis-jenis topik dan jenis-jenis gaya bahasa dalam iklan media sosial *Youtube* tahun 2019—2021. Jenis topik yang terkandung dalam penelitian ini meliputi 8 topik yaitu (i) topik kecantikan (ii) topik belanja, (iii) topik kuliner, (iv) topik pandemi, (v) topik kesehatan, (vi) topik internet, (vii) topik parfum, dan (viii) topik ojek online. Jenis gaya bahasa yang terkandung dalam penelitian ini meliputi (i) klimaks, (ii) antiklimaks, (iii) aliterasi, (iv) hiperbola, (v) personifikasi, (vi) kiasan dan (vii) metafora.

Kata kunci : Iklan, Media Sosial, Gaya Bahasa, Topik



ABSTRACT

Wahyudiono, Gracella Symphoni. 2021. "Topics and Language Styles in Youtube Advertising Social Media in 2019—2021". Essay. Yogyakarta: Indonesian Literature Study Program, Faculty of Letters, Sanata Dharma University.

This thesis discusses the topic and types of language style in Youtube social media in 2019-2021. The aims of this study are (i) to describe the topics in social media advertisements and (ii) to describe the types of language styles in social media advertisements.

The object of this research is the advertisements uploaded on Youtube in the period 2019-2021. The data in this study were collected through three stages, namely (i) data collection, (ii) data analysis, and (iii) data presentation. The data in this study were obtained through oral sources (audio) and written sources (subtitles) on Youtube videos. The data collection of this research was carried out by the method of listening and noting. Then the data analysis was carried out using the agih method and the pragmatic equivalent method. The presentation of the data is done using an informal method.

Through this research, it was found the types of topics and types of language styles in Youtube social media advertisements for 2019-2021. The types of topics contained in this study include 8 topics, namely (i) beauty topics (ii) shopping topics, (iii) culinary topics, (iv) pandemic topics, (v) health topics, (vi) internet topics, (vii) topics perfume, (viii) the topic of online motorcycle taxis. The types of language style contained in this study include (i) climax, (ii) anticlimax, (iii) alliteration, (iv) hyperbole, (v) personification, (vi) allegory and (vii) metaphor.

Keywords: Advertising, Social Media, Language Style, Topic

