

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.