

SKRIPSI
DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM IKLAN PRODUK
MINUMAN MARJAN DI TELEVISI



Oleh
AGUNG IMAN SYAHRUR RAMADHAN
NIM 121811133153

Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Airlangga
Surabaya
2022



SKRIPSI
DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM IKLAN PRODUK
MINUMAN MARJAN DI TELEVISI



Oleh

AGUNG IMAN SYAHRUR RAMADHAN

NIM 121811133153

Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Airlangga

Surabaya

2022

**DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM IKLAN PRODUK MINUMAN
MARJAN DI TELEVISI**

SKRIPSI

Oleh

AGUNG IMAN SYAHRUR RAMADHAN

NIM 121811133153

Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Airlangga

Surabaya

2022

**DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM IKLAN PRODUK MINUMAN
MARJAN DI TELEVISI**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga**

Oleh

AGUNG IMAN SYAHRUR RAMADHAN

NIM 121811133153

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini adalah karya tulis asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Airlangga maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni hasil gagasan, penelitian, dan tulisan saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Karya tulis ini bukan hasil jiplakan, dan didalamnya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Surabaya, 2 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Agung Iman Syahrur Ramadhan

NIM 121811133153

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 2 Agustus 2022

Oleh

Pembimbing Skripsi



Dra. Dwi Handayani., M.Hum.

NIP 196702161992032001

Mengetahui,

Ketua Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia



Dr. Hj. Adi Setijowati., M.Hum.

NIP 196001131985032002

PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Diksi dan Gaya Bahasa dalam Iklan Produk Minuman Marjan
Nama : Agung Iman Syahrur Ramadhan
NIM : 121811133153
Departemen : Bahasa dan Sastra Indonesia
Telah disetujui untuk diajukan pada tanggal 2 bulan Agustus tahun 2022 oleh:

Pembimbing Skripsi



Dra. Dwi Handayani., M.Hum.
NIP 196702161992032001

Dan telah berhasil dipertahankan di Surabaya pada tanggal 2 bulan September tahun 2022 di hadapan dewan penguji:

Ketua Penguji



Moch. Jalal. S.S., M.Hum.
NIP 196908101997021001

Penguji I



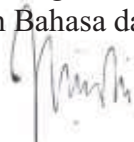
Dra. Dwi Handayani., M.Hum.
NIP 196702161992032001

Penguji II



Bea Anggraini, S.S., M.Hum.
NIP 195803081986011001

Mengetahui,
Ketua Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia



Dr. Hj. Adi Setijowati., M.Hum.
NIP 196001131985032002

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK KEDUA ORANG TUA
SAYA YANG SELALU MENDOAKAN DAN MEMOTIVASI SAYA.

MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, pasti akan berhasil”

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Diksi dan Gaya Bahasa dalam Iklan Produk minuman Marjan di Televisi” tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai pemenuhan syarat untuk mendapat gelar sarjana dalam Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari beberapa pihak yang telah memberikan arahan, masukan serta semangat dalam proses pengerjaannya sampai selesai. Atas bantuan yang telah diberikan, dengan tulus penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada beberapa pihak.

1. Prof. Dr. Purnawan Basundoro, S.S., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga.
2. Dr. Hj. Adi Setijowati., M.Hum., selaku Ketua Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga.
3. Dra. Dwi Handayani, M.Hum., selaku dosen pembimbing atas segala masukan dan arahan dalam proses menyelesaikan skripsi.
4. Bramantio, S.S., M.Hum., selaku dosen wali atas segala bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen pengajar, staf, dan karyawan di Departemen Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga.
6. Keluarga tercinta ayahanda H. Winarto, ibunda Hj. Anis Meinawati, nenekku Hj. Soelastri dan kakakku H. Arif Imam Wahyudi yang selalu memberikan do’a, semangat dan dukungan.

7. Finsa Abdi Firmansyah yang selalu memberikan semangat dan meluangkan waktu untuk menemani serta membantu proses penyelesaian skripsi.
8. La Ode Bastenuddin yang sudah menjadi teman dari awal masuk kuliah yang setia memberi saran dan arahan.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2018 khususnya Aris Tri Prasetyo, Achmad Rivandi Pratama, Pramudya Agung Rahmadani, Moch Afiful Yaqin, Ilham Wahyudi yang selalu membantu dalam hal apapun dan mohon maaf penulis belum mampu sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini sedikit banyak dapat memberikan manfaat bagi sepihak.

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Diksi dan Gaya Bahasa dalam Iklan Produk Minuman Marjan di Televisi”. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penggunaan diksi dalam iklan minuman Marjan dan untuk mendeskripsikan gaya bahasa dalam iklan minuman Marjan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Gorys Keraf. Metode yang digunakan penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari iklan produk minuman Marjan yang berupa percakapan, slogan dan narasi. Sumber data dalam penelitian ini dari *smart* TV yang bisa di akses menggunakan internet edisi tahun 2010-2022. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan rekam, simak dan catat. Dalam penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa (1) Diksi yang ditemukan dalam iklan produk minuman Marjan terdapat 6 jenis diksi, yaitu (1) diksi denotasi, (2) diksi konotasi, (3) diksi kata khusus, (4) diksi kata umum (5) diksi kata slang, dan (6) diksi kata populer. Diksi konotasi merupakan diksi paling banyak ditemukan pada penelitian ini hal tersebut dikarenakan bentuk pemilihan kata yang mengandung pesan moral kreatif dan bersahabat yang mendominasi pada iklan Marjan *series* selama bulan Ramadhan. (2) Gaya bahasa yang ditemukan dalam iklan produk minuman Marjan terdapat 7 jenis gaya bahasa, yaitu (1) gaya bahasa repetisi, (2) gaya bahasa aliterasi, (3) gaya bahasa asonansi, (4) gaya bahasa erotesis atau pertanyaan retorik, (5) gaya bahasa elipsis, (6) gaya bahasa personifikasi, dan (7) gaya bahasa hiperbola. Gaya Bahasa Aliterasi merupakan gaya bahasa paling banyak ditemukan pada penelitian ini yang merupakan perulangan konsonan di akhir kata dalam slogan tersebut dengan gaya bahasa yang menarik digunakan untuk memikat daya tarik konsumen.

Kata kunci: diksi, gaya bahasa, iklan Marjan, televisi.

ABSTRACT

Thesis entitled "Diction and Language Style in Advertising Marjan Beverage Products on Television". This study aims to describe the use of diction in the Marjan drink advertisement and to describe the language style in the Marjan drink advertisement. The theory used in this research is Gorys Keraf. The method used in this research is descriptive qualitative. The data in this study were obtained from advertisements for Marjan's beverage products in the form of conversations, slogans and narrations. The source of data in this study is from smart TVs that can be accessed using the internet for the 2010-2022 edition. The method of data collection in this study was to record, listen and record. In this study, it can be shown that (1) there are 6 types of diction found in the advertisement of Marjan beverage products, namely (1) denotative diction, (2) connotative diction, (3) special word diction, (4) general word diction (5) diction of slang words, and (6) diction of popular words. Connotational diction is the most common diction found in this study, this is because the form of word choice containing creative and friendly moral messages dominates the Marjan series advertisements during the month of Ramadan. (2) There are 7 types of language style found in the advertisement for Marjan's beverage products, namely (1) repetition language style, (2) alliteration style, (3) assonance style, (4) eroticism or rhetorical question style, (5) ellipsis, (6) personification, and (7) hyperbole. Alliterative language style is the most common language style found in this study which is the repetition of consonants at the end of the word in the slogan with an attractive language style used to attract consumer appeal.

Keywords: diction, language style, Marjan advertisement, television.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	5

1.5.2	Manfaat Praktis.....	5
1.6	Operasionalisasi Konsep.....	6
1.7	Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....		9
2.1	Landasan Teori.....	9
2.1.1	Diksi.....	9
2.1.2	Gaya Bahasa.....	12
2.2	Tinjauan Pustaka.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Metode Penelitian Data.....	31
3.2	Sumber Data.....	31
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4	Metode Analisis Data.....	32
3.5	Metode Penyajian Hasil Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Diksi dalam Iklan Produk Minuman Marjan di Televisi.....	33
4.1.1	Diksi Makna Denotasi.....	33
4.1.2	Diksi Makna Konotasi.....	38
4.1.3	Diksi Kata Khusus.....	44
4.1.4	Diksi Kata Umum.....	45

4.1.5	Diksi Kata Slang.....	46
4.1.6	Diksi Kata Populer.....	46
4.2	Gaya Bahasa dalam Iklan Produk Minuman Marjan di Televisi...	48
4.2.1	Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat.....	48
4.2.1.1	Gaya Bahasa Repetisi.....	49
4.2.2	Gaya Bahasa Berdasarkan Tidaknya Makna.....	52
4.2.2.1	Gaya Bahasa Aliterasi.....	52
4.2.2.2	Gaya Bahasa Asonansi.....	61
4.2.2.3	Gaya Bahasa Erotesis atau Pertanyaan Retoris.....	64
4.2.2.4	Gaya Bahasa Elipsis.....	65
4.2.2.5	Gaya Bahasa Fabel.....	66
4.2.2.6	Gaya Bahasa Personifikasi.....	67
4.2.2.7	Gaya Bahasa Hiperbola.....	69
BAB V SIMPULAN.....		71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN.....		75
Lampiran 1.....		75
Bahasa iklan Marjan tahun 2010.....		75

Bahasa iklan Marjan tahun 2011.....	75
Bahasa iklan Marjan tahun 2012.....	75
Bahasa iklan Marjan tahun 2013.....	76
Bahasa iklan Marjan tahun 2014.....	76
Bahasa iklan Marjan tahun 2015.....	77
Bahasa iklan Marjan tahun 2016.....	77
Bahasa iklan Marjan tahun 2017.....	77
Bahasa iklan Marjan tahun 2018.....	78
Bahasa iklan Marjan tahun 2019.....	78
Bahasa iklan Marjan tahun 2020.....	79
Bahasa iklan Marjan tahun 2021.....	80
Bahasa iklan Marjan tahun 2022.....	80
Lampiran 2.....	82
Gambar Iklan Marjan Tahun 2010.....	82
Gambar Iklan Marjan Tahun 2011.....	84
Gambar Iklan Marjan Tahun 2012.....	85
Gambar Iklan Marjan Tahun 2013.....	88
Gambar Iklan Marjan Tahun 2014.....	91
Gambar Iklan Marjan Tahun 2015.....	92
Gambar Iklan Marjan Tahun 2016.....	93

Gambar Iklan Marjan Tahun 2017.....	95
Gambar Iklan Marjan Tahun 2018.....	97
Gambar Iklan Marjan Tahun 2019.....	100
Gambar Iklan Marjan Tahun 2020.....	104
Gambar Iklan Marjan Tahun 2021.....	106
Gambar Iklan Marjan Tahun 2022.....	109