

SKRIPSI

卒業論文

**ANALISIS BENTUK DAN MAKNA *GITAIGO* DALAM VIDEO IKLAN
FAST FOOD JEPANG TAHUN 2019-2021**

**2019-2021 年の日本のファーストフード広告ビデオにおける擬態語の形と
意味の分析**



Oleh :

ROSALINDA MONALISA

NIM 121411331006

PROGRAM STUDI STUDI KEJEPANGAN

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022



SKRIPSI

卒業論文

**ANALISIS BENTUK DAN MAKNA *GITAIGO* DALAM VIDEO
IKLAN FAST FOOD JEPANG TAHUN 2019-2021**

2019-2021 年の日本のファーストフード広告ビデオにおける擬態語の
形と意味の分析



Oleh:

ROSALINDA MONALISA

121411331006

**PROGRAM STUDI STUDI
KEJEPANGANFAKULTAS ILMU**

**BUDAYA UNIVERSITAS
AIRLANGGA SURABAYA**

2022

**ANALISIS BENTUK DAN MAKNA *GITAIGO* DALAM VIDEO IKLAN
FAST FOOD JEPANG TAHUN 2019-2021**

**2019-2021 年の日本のファーストフード広告ビデオにおける擬態語の形と
意味の分析**

SKRIPSI

卒業論文

OLEH :

ROSALINDA MONALISA

NIM 121411331006

PROGRAM STUDI STUDI KEJEPANGAN

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

**ANALISIS BENTUK DAN MAKNA *GITAIGO* DALAM VIDEO IKLAN
FAST FOOD JEPANG TAHUN 2019-2021**

2019-2021 年の日本のファーストフード広告ビデオにおける擬態語の形と
意味の分析

SKRIPSI

卒業論文

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada
Program Studi Studi Kejepangan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Airlangga**

アイランが大学人文学部日本研究学科における
学位を収得するための一つの条件

Oleh

Rosalinda Monalisa

NIM 121411331006

ロザリンダ・モナリサ

学生番号 121411331006

**PROGRAM STUDI STUDI KEJEPANGAN
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

iii

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ini adalah karya tulis saya 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 karya jiplakan, dan di dalamnya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Surabaya, 15 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,


10000
METERAL
TEMPEL
EDA4FAJX241075627

Rosalinda Monalisa

121411331006

**“Don’t ever call your vision a dream.
Dreams are unattainable wants you see during your sleep.
Call it a goal. Cause goals is real.”**

- Day6 Jae -

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Bentuk dan Makna *Gitaigo* dalam Video Iklan *Fast Food* Jepang Tahun 2019-2021

2019-2021 年の日本のファーストフード広告ビデオにおける擬態語の形と意味の分析

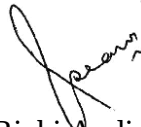
Nama : Rosalinda Monalisa

NIM : 121411331006

Departemen : Studi Kejepangan

telah disetujui untuk diajukan pada tanggal 17 bulan Februari tahun 2022 oleh :

Pembimbing Skripsi

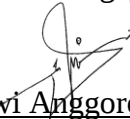


Rizki Andini, S.Pd., M.Litt., Ph.D.

NIP. 197704302005012001

dan telah berhasil dipertahankan pada tanggal 17 bulan Februari tahun 2022 dihadapan Dewan Penguji :

Ketua/Penguji 1



Dwi Anggoro Hadiutomo, S.S.,

M.Hum., Ph.D.NIP.

197312052002121001

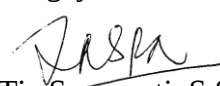
Penguji 2



Rizki Andini, S.Pd., M.Litt., Ph.D.

NIP. 197704302005012001

Penguji 3



Tia Saraswati, S.S., M.Hum.

NIP. 197904082015043201

Mengetahui,
Ketua Departemen



Nunuk Endah Srimulyani, S.S., M.A., Ph.D.

NIP. 198112302006042001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya, sehingga skripsi ini telah diselesaikan dengan baik. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari banyak pihak yang senantiasa membantu dengan memberi kritik, saran, motivasi dan semangat. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Orang tua penulis yaitu Papa (almarhum) dan Mama yang selalu memberi dukungan dan tidak pernah berhenti mendo'akan penulis. Selalu memberikan kasih sayang yang melimpah dan menyemangati penulis. Serta kaka saya Ardiansyah Wahyu Rachmatillah yang telah mensupport penulis.
2. Nunuk Endah Srimulyani, S.S., M.A., Ph.D., selaku Ketua Departemen Studi Kejepangan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga.
3. Rizki Andini, S.Pd., M.Litt., Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi.
4. Tia Saraswati, S.S., M.Hum., selaku dosen wali.
5. Moh. Gandhi Amanulla, S.S., M.A., Parwati Hadi Noorsanti, S.S., M.Pd., Adis Kusumawati, S.S., M.Hum., Putri Elsy, S.S., M.Si., Syahrur Marta Dwisusilo, S.S., M.Arts., Ph.D., Dwi Anggoro Hadiutomo, S.S., M.Hum., Ph.D., Antonius R. Pujo Purnomo, S.S., M.A., Ph.D., Rahaditya Puspa Kirana, S.Hum., M.Hum., dan Widya Trimayasi, A.Md., selaku bapak dan ibu dosen beserta staff Departemen Studi Kejepangan Universitas Airlangga yang sudah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Untuk teman-teman Studi Kejepangan 2014. Khususnya Memey, Lita, Fitria, Alia, Julaiha yang selalu memberi saran, mendukung serta memberi semangat kepada penulis supaya cepat menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman doubutsu khususnya Keke, Dinda, Vira, Jeje, Hasnin yang telah menemani, menghibur, menyemangati dan memberi saran kepada penulis selama penyelesaian penelitian ini.
8. Ais, Olan, Sesil, Savira, Yusrin yang merupakan teman terdekat penulis selalu memberi semangat, menghibur dan tempat berbagi keluh kesah serta memberi motivasi selama menyelesaikan penelitian ini.
9. Tulus, Andmesh, Wanna One dan Super Junior dengan lagu-lagunya yang selalu menyemangati penulis saat mengerjakan skripsi.
10. Nabila dan Samantha 2016 yang memberi semangat, dukungan dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.

Penulis sangat menyadari jika penelitian ini tidak sempurna karena masih ada banyak kekurangan pada penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran penulis harapkan.

Surabaya, 17 Maret 2022

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rosalinda Monalisa', with a stylized, cursive script.

Rosalinda Monalisa
121411331006

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	ii
PRASYARAT GELAR.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Tinjauan Pustaka	6
1.7 Landasan Teori	9
1.8 Metode Penelitian.....	10
1.8.1 Teknik Pengumpulan Data.....	10
1.8.2 Teknik Analisis Data	11
1.9 Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Semantik.....	14
2.1.1 Jenis Makna	14
2.1.2 Relasi Makna	18
2.2 Iklan.....	20

2.3 <i>Onomatope</i>	22
2.3.1 Klasifikasi <i>Onomatope</i>	23
2.3.2 Bentuk Morfologi <i>Onomatope</i>	25
2.3.3 Bunyi di dalam bahasa Jepang	29
BAB III PEMBAHASAN	31
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	71
4.1 Simpulan	71
4.2 Saran	72
YOUYAKU (要約)	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Iklan Yoshinoya	32
Gambar 2 Iklan Ringer Hut.....	34
Gambar 3 Iklan Ringer Hut 2.....	36
Gambar 4 Iklan Domino's	38
Gambar 5 Iklan Domino's 2	40
Gambar 6 Iklan Domino's 3	42
Gambar 7 Iklan KFC.....	44
Gambar 8 Iklan Japanese Christmas	45
Gambar 9 Iklan Japanese Christmas 2	47
Gambar 10 Iklan KFC Japan.....	49
Gambar 11 Iklan Sukiya Gyu-Don	51
Gambar 12 Iklan Sukiya Gyu-don 2	53
Gambar 13 Iklan Sukiya Gyu-don 3	55
Gambar 14 Iklan Sukiya Gyu-don 4	56
Gambar 15 Iklan Sukiya Gyu-don 5	58
Gambar 16 Iklan Sukiya Gyu-don 6	59
Gambar 17 Iklan Sukiya Gyu-don 7	60
Gambar 18 Iklan Sukiya Gyu-don 8	62
Gambar 19 Iklan Sukiya Gyu-don 9	63
Gambar 20 Iklan Misterdonut	65
Gambar 21 Iklan Tempura	66
Gambar 22 Iklan Aokispizza.....	68

ABSTRAK

Iklan selalu terkait dengan simbol dan tanda yang beragam. Dalam kehidupan manusia sendiri terdapat beberapa macam tanda antara lain tanda gerak atau isyarat, tanda verbal atau berupa ucapan kata, maupun non verbal yang berupa bahasa tubuh. Penggunaan *onomatope* pada iklan juga bisa membantu karena kata - kata pada *onomatope* merupakan ekspresi dari sebuah kata. *Onomatope* bahasa Jepang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bagian yaitu: *giongo*, *gitaigo*, *gijōgo* dan *giyōgo*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini ditemukan 22 data *onomatope* yang terbagi dalam dua bentuk yaitu 2 mora bentuk CVQCVri dan 2 mora bentuk pengulangan. Terdiri dari 1 data *giongo*, 17 data *gitaigo*, 3 data *gijōgo*, dan 1 data *giyōgo*.

Kata kunci : bahasa Jepang, bentuk, iklan, makna, *onomatope*

ABSTRACT

Advertising is always associated with various symbols and signs. In human life itself there are several kinds of signs, including signs of movement or gestures, verbal signs or in the form of words, and non-verbal signs in the form of body language. The use of onomatopoeia in advertisements can also help because the words on the onomatopoeia are expressions of a word. Japanese onomatopoeia can be classified into several parts, namely: giongo, gitaigo, gijōgo and giyōgo. This study used descriptive qualitative method. In this study, 22 onomatopoeic data were found which were divided into two forms, namely 2 forms of CVQCVri and 2 patterns of repetition. Consists of 1 giongo data, 17 giygo data, 3 gijōgo data, and 1 giyōgo data.

Keyword: advertisement, format, japanese language, onomatopoeia