

**KESANTUNAN BAHASA IKLAN KOSMETIK PADA MEDIA CETAK
ANALISIS PRAGMATIK**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Mencapai Derajat S-1



Disusun oleh:

SUMINI

A310 070 281

PENDIDIKAN BAHASA SASTRA INDONESIA DAN DAERAH

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2011

**KESANTUNAN BAHASA IKLAN KOSMETIK PADA MEDIA CETAK
ANALISIS PRAGMATIK**

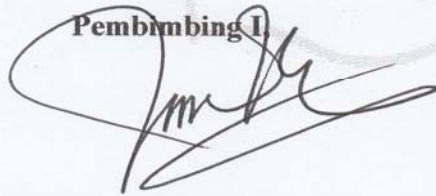
Oleh:

SUMINI

A310 070 281

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah

Pembimbing I,



Prof. Dr. Markhamah, M. Hum.

Pembimbing II,



Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum.

PENGESAHAN
KESANTUNAN BAHASA IKLAN KOSMETIK PADA MEDIA CETAK
ANALISIS PRAGMATIK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

SUMINI

A310 070 281

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 23 Juni 2011
Dan telah dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Prof. Dr. Markhamah, M. Hum.
2. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum
3. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum



Surakarta, 23 Juni 2011

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,

Dr. H. Sofyan Anif, M.Si.
Nik.547



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggungjawab sepenuhnya.

Surakarta, Juni 2011



SUMINI

A310 070 281

MOTO

Allah telah menyediakan bagi mereka surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya. Itulah kemenangan yang besar.

(Q.S.AL-Baqoroh; 89)

Jadikalah sabar dan sholat sebagai penolong dan sesungguhnya yang demikian itu sangat berat, kearah bagi orang-orang yang khusus.

(Q.S.AL-Baqoroh; 45)

Setiap kelalaian akan berakhir penyesalan.

(Penulis)

Berprasangka baik akan menjauhkan kita dari kebencian.

(Penulis)

Minta ma'af tidak akan menyelesaikan masalah,

tapi akan memperbaiki masalah kedepannya

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karyal ini kupersembahkan untuk :

1. Bapak (Manto Sukino) dan Ibuku (Sukiyem) tercinta, yang selalu merawatku, mendukungku, menyayangiku, mendoakanku, serta rela berkorban apapun untuk aku.
2. Kakak-kakakku tersayang, Pak Lurah (Mas Lardi) dan Bu Lurah (Mbak Tini) yang telah mendukung dan menyemangatiku dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seseorang yang selalu memberikan yang terbaik untukku (Ugix), semoga hubungan kita direstui.
4. Sahabat-sahabat terbaikku, Nophy, Kikik, Nani, Fitri, Uzwa, Indah, Eny, Pinxy, Desi, Yamti, Mbak Har, Sisri, Janti, Eva, dll yang telah memberi semangat, dan membantuku sampai selesainya skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2007, terutama kelas E, semoga kita sukses selalu.
6. Keluarga Besar HMP PBSID dan BEM FKIP UMS Periode 2010/2011, terimakasih atas semua pengalaman menarik yang telah diberikan kepadaku.
7. Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Program Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih kepada.

1. Drs.H. Sofyan Anif, M. Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMS yang telah memberikan izin menyusun skripsi,
2. Drs. Agus Budi Wahyudi, M.Hum., selaku ketua Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah FKIP UMS yang telah memberikan izin menyusun skripsi.
3. Prof. Dr. Markhamah, M. Hum. selaku pembimbing I yang dengan sabar telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum, selaku pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah yang telah memberikan ilmunya.

Penulis berharap semoga semua bantuan tersebut menjadi amal kebaikan mereka, dan mendapat imbalan yang setimpal dari-Nya. Penulis juga berharap semoga penelitian ini berguna bagi perkembangan dunia pendidikan. Namun demikian, penulis juga menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca.

Surakarta, 13 Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xii
A. BAB I	
PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Rumusan Masalah.....	4
3. Tujuan Penelitian.....	4
4. Manfaat Penelitian.....	4
B. BAB II	
LANDASAN TEORI	
1. Kajian Teori.....	6
a. Teori Pragmatik	6

b. Kesantunan berbahasa.....	12
c. Bahasa Iklan	17
2. Kajian Penelitian yang Relevan.....	19
a. Penelitian Mengenai kesantunan Berbahasa.....	19
b. Penelitian Mengenai Iklan Kosmetik.....	21
3. Kerangka Pemikiran	24
C. BAB III	
METODE PENELITIAN	
1. Jenis dan Strategi Penelitian	26
2. Waktu Penelitian.....	26
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
4. Sumber Data dan Data	28
5. Teknik Pengumpulan Data	29
6. Teknik Analisis Data	29
7. Penyajian Hasil Analisis	30
8. Prosedur Penelitian	30
D. BAB IV	
1. HASIL PENELITIAN	
2. Deskripsi Lokasi Penelitian	32
3. Hasil Penelitian.....	33
a. Realisasi dan Skala Kesantuna.....	33
b. Strategi Berbahasa dalam Iklan Kosmetik	86
c. Penyimpangan Prinsip Kesopanan.....	89
4. Temuan Studi yang dihubungkan dengan Kajian Teori	102
a. Deskripsi Lokasi Penelitian	102

b. Kesantunan Bahasa Iklan Kosmetik	103
c. Skala Kesantunan Bahasa	103
d. Strategi Bertutur Iklan Kosmetik	104
e. Bentuk-bentuk Penyimpangan dari Prinsip Kesopanan.....	104
E. BAB V	
1. Simpulan.....	105
2. Saran	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rekap Data Penelitian.....	111
Lampiran 2 Data Penelitian dari Media Cetak.....	120

ABSTRAK

Kesantunan Bahasa Iklan Kosmetik Pada Media Cetak Analisis Pragmatik.

Sumini, A310 070 281, Jurusan Pendidikan Bahasa , Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011.

Penelitian ini mengangkat mengenai kesantunan penggunaan bahasa pada iklan kosmetik di media cetak. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui realisasi dan skala kesantunan berbahasa yang digunakan dalam iklan kosmetik di media cetak. (2) Mengetahui strategi berbahasa yang digunakan dalam iklan kosmetik di media cetak. (3) Mengetahui bentuk-bentuk penyimpangan prinsip kesopanan dalam iklan kosmetik pada media cetak.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer, sedangkan data dalam penelitian ini berupa tuturan dalam iklan kosmetik yang mengandung kesantunan berbahasa. Penelitian ini dalam pengumpulan data menggunakan metode simak dan dokumentasi. Pada analisis data ini penulis menggunakan metode padan pragmatis. Adapun prosedur penelitian ini terdapat beberapa tahap, yaitu tahap pertama berupa tahap persiapan, tahap kedua berupa tahap penulisan data, tahap ketiga berupa tahap analisis data, dan tahap keempat berupa tahap penulisan laporan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini dapat disimpulkan, **pertama**, tuturan pada iklan kosmetik yang terdapat dalam media cetak mengandung kesantunan berbahasa terdapat 34 data yang dapat diklasifikasikan menjadi 5 jenis kesantunan, yaitu kesantunan memberitahu (terdiri dari 26 data), Kesantunan Mengajak (terdiri dari 1 data), Kesantunan Menawarkan (terdiri dari 2 data), Kesantunan memerintah (terdiri dari 16 data), Kesantunan Merayu (terdiri dari 4 data). Skala kesantunan pada iklan kosmetik di media cetak terdiri dari 3 skala, yaitu skala untung rugi terdapat 17 data, skala pilihan (terdiri dari 3 data), dan skala ketidaklangsungan terdapat 34 data. **Kedua**, iklan kosmetik dalam media cetak juga menggunakan strategi bertutur yaitu berupa, Ungkapan secara tidak langsung yang berupa perintah (terdiri dari 10 data) dan Bentuk pertanyaan, strategi dengan menggunakan partikel tertentu. (terdiri dari 3 data). **Ketiga**, tuturan iklan kosmetik pada media cetak yang melanggar prinsip kesopanan terdapat beberapa data, yaitu, maksim kebijaksanaan (8 data), maksim kemurahan (4 data).

Kata Kunci: Kesantunan, Iklan Kosmetik.