DIKSI DAN GAYA BAHASA WACANA IKLAN PADA MAJALAH *NOVA* EDISI BULAN SEPTEMBER-DESEMBER 2011

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna mencapai derajat Sarjana S-1

Program Studi Pendidikan Pendidikan Bahasa Indonesia

dan Sastra Daerah

Oleh:

A. DEWI KURNIAWATI

A 310 080 038

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA DAN SASTRA DAERAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA MAJALAH NOVA EDISI BULAN SEPTEMBER-DESEMBER 2011

A. Dewi Kurniawati, A310080038, Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia dan Sastra Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012, 44 halaman.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan diksi dan gaya bahasa pada majalah nova. Jenis penelitian adalah secara langsung dan mencatat hal-hal yang dibutuhkan secara apa adanya. Subjek penerimaan adalah dari iklan pada majalah nova. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui stadi pustaka, metode simak, dan teknik cacat. Teknik analisis data dilakukan secara interaktif. Analisis interaktif ini adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, dilakukan dalam penelitian interaktif dengan pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. hasil penelitian ini menunjukan pada data-data yang dihasilkan itu berupa diksi dan gaya bahasa.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini maka dapat disimpulkan (1) Terdapat perbedaan antara diksi dan gaya bahasa merupakan diksi pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakian kata, frase atau klausa tertentu menghadapi situasi. (2) Gaya bahasa bukan saja dipergunakan untuk menyatakan makna mana yang perlu dipakai untuk mengungkapkan suatu gagasan, tetapi juga meliputi persoalan gaya bahasa, ungkapan-ungkapan dan sebaginya. (3) Jadi kedua kalimat itu berbeda, gaya bahasa mengungkapkan suatu gagasan dan ungkapan-ungkapan diksi mempersoalkan cocok tidaknya pemakian kata, frase atau klausa.

Kata kunci: *Diksi, Gaya Bahasa*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan unsur terpenting dalam kehidupan manusia. Hal ini mengajar bahwa bahasa sebagai alat komunikasi. Komunikasi ada hubungan antara individu yang satu dengan yang lain maupun antara kelompok satu dengan yang lain. Interaksi dalam segala macam kegiatan yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat dapat terjadi melalui proses berbahasa. Secara garis besar sarana komunikasi verbal dibedakan menjadi dua macam, yaitu sarana komunikasi yang berupa bahasa lisan dan sarana komunikasi yang berupa bahasa tulis. Komunikasi ini dapat terjadi apabila ada proses interaksi antar manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Kridilaksana (2001: 50) bahasa mempunyai dua pengertian. (1) sebagai alat komunikasi verbal dan sistem lambang bunyi yang arbiter digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi, dan (2) mengidentifikasi diri. Dari pendapat di atas jelas terungkap bahwa bahasa sangat berperan aktif dalam kehidupan masyarakat karena bahasa merupakan saran untuk bekerjasama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri antara anggota masyarakat.

Keraf (2004: 24) mengungkapkan bahwa kata merupakan bentuk atau unit paling kecil dalam bahasa yang mengandung konsep atau gagasan tertentu. Dalam kegiatan komunikasi, kata-kata dijalin satukan dalam suatu konstruksi yang lebih besar berdasarkan kaidah-kaidah sintaksis yang ada dalam suatu bahasa. Untuk menyatakan kata-kata mana yang akan dipakai untuk

mengungkapkan suatu ide atau gagasan, seorang penutur harus memperhatikan ketepatan kata yang digunakan. Pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata mana yang akan dipakai untuk menyampikan suatu gagasan, akan tetapi pilihan kata tidak hanya mempersoalkan ketepatan pemakian kata, namun juga mempersoalkan apakah kata yang dipilih itu dapat diterima atau merusak suasana yang ada.

Bahasa iklan merupakan salah satu wujud dari ragam bahasa jurnalistik sehingga mempunyai sebuah bentuk komunikasi yang khas. Bahasa iklan merupakan bahasa yang dipakai untuk menyampikan suatu informasi segala bentuk pesan tentang satu produk dimedia, baik media eloktronik maupun media cetak yang ditujukan sebagian sebuah bentuk komunikasi atau pesan suatu produk, pesan bisa menjadikan alat untuk menarik perhatian warna, ilustrasi, judul, teks, logo suatu iklan (dalam hati adalah media cetak) bisa dipakai sebagai sarana bagi biro jasa periklanan untuk kesan kepada target pembaca, baik dalam jangka panjang maupun pendek. Bahasa iklan juga bias dipakai oleh para insan kreatif untuk mengekspresikan gagasan atau sebagai sarana presuasif.

Pengertian pilihan kata atau diksi jauh lebih luas dari apa yang dipantulkan oleh jalinan kata-kata itu. Istilah ini bukan saja dipergunakan untuk menyatakan kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan ide atau gagasan, tetapi juga meliputi persoalan gaya bahasa. Pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata yang dipakai untuk menyampikan suatu gagasan, kemampuan untuk menemukan yang sesuai (cocok) dengan situasi,

serta hanya dimungkinkan oleh penguasaan sejumlah besar kosa kata (Keraf, 2004: 22-23).

Ali Imron (2009: 49-50) diksi dapat diartikan sebagai pilihan kata-kata yang dilakukan oleh pengarang dalam karyanya guna menciptakan efek makna tertentu. Dalam konteks ini pengertian donotasi dan konotasi tidak boleh diabaikan. Donotasi ialah lugas, yang sesuai dengan kamus, sedangkan konotasi adalah arti khas yang diasosiasikan atau disarankannya. Kata merupakan unsur bahasa yang paling esensial dalam karya sastra. Oleh karena itu dalam pemilihannya para sastrawan berusaha agar kata-kata yang digunakan mengandung kepadatan dan intensitas serta agar selaras dengan sarana komunikasi puitis lainnya, kata yang dikombinasikan dngan kata-kata lain dalam berbagai variasi maupun menggambarkan bermacam-macam ide, angan dan perasaan.

Diksi bukan saja dipergunakan untuk menyatakan makna mana yang perlu dipakai untuk mengungkapkan suatu gagasan, tetapi juga meliputi persoalan gaya bahasa, ungkapan-ungkapan dan sebagainya. Konteks kata hendaknya dilihat bagi kepentingan arus dan wacana sastra secara keseluruhan, bukan dalam arti sempit yang hanya terbatas pada kalimat tempat kata tersebut berbeda. Diskripsi yang akan dilakukan tepat merujuk kepada konteksfikasi yang dikaji.

Diksi gaya bahasa wacana iklan merupakan salah satu bahan yang dapat dijadikan sebagai materi untuk mengembangkan kemampuan berbahasa siswa. Dengan memahami ketetapan penggunaan diksi maupun bahasa dapat

membantu siswa kegiatan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia, misalnya dalam hal menyusun karangan atau pun dalam membuat puisi. Jika siswa dapat menggunakan diksi dan gaya bahasa secara tepat, maka siswa akan menghasilkan sebuah karangan yang bagus dan puisi yang indah.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tindakan yang berjudul***" DIKSI DAN GAYA BAHASA WACANA IKLAN PADA MAJALAH NOVA EDISI BULAN SEPTEMBER - DESEMBER 2011".***

2. Pembatasan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang jelas dalam suatu penelitian perlu dilakukan pembatasan masalah. Dalam hal ini penulis mengemukakan dua hal pokok.

1. Bentuk pemakaian diksi wacana iklan pada majalah Nova edisi bulan Oktober - Desember 2011
2. Bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada majalah Nova edisi bulan Oktober - Desember 2011

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan pembatasan masalah tersebut di atas. Ada dua masalah penelitian yang akan dibahas.

1. Bagaimana bentuk pemakaian diksi wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan Oktober - Desember 2011
2. Bagimana bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan Oktober - Desember 2011

4. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua tujuan yang ingin dicapai.

1. Mendeskripsikan bentuk pemakaian iklan diksi wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan Oktober - Desember 2011
2. Mendeskripsikan bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan Oktober - Desember 2011

5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis
   a. Menambah kekayaan penelitian dibidang bahasa, khususnya mengenai diksi dan gaya bahasa wacana iklan di media cetak.
   b. Dapat menambahkan pengetahuan mengenai karakteristik wacana iklan di media cetak
2. Manfaat praktis
   a. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pemakaian bahasa, khususnya dalam wacana iklan di media cetak.
   b. Bagi peneliti, hasil peneliti ini dapat dipergunakan untuk refresing penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan hal yang sama.
   c. Bagi penutur, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan supaya para pembuat iklan lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi iklan, sehingga terlihat lebih menarik.

B. METODE PENELITIAN

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan dari bulan September-Desember 2011.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan unsur yang membentuk data dan konteks. Data konteks dalam penelitian ini yaitu pemakian Diksi dan Gaya Bahasa wacana iklan yang terdapat pada *Majalah Nova* edisi bulan September-Desember 2011.

3. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digunakan adalah data penelitian kualitatif berupa data deskriptif, yaitu data yang berupa kata-kata tertulis, frase, kalimat, paragraf, atau gambaran sesuatu, dan hasil analisis tidak berupa angka-angka atau koefisian tentang hubungan antara variabel (Moleong, 2004: 3). Data dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata, frase, dan kalimat secara tertulis dan wacana iklan yang terdapat pada Majalah Nova edisi bulan September-Desember 2011.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data asli, artinya sumber data tangan pertama dari penyelidikan atau sumber data utama tujuan khususnya (Moleong, 2004: 3) sumber data primer penelitian ini yaitu

yang terdapat pada *Majalah Nova* edisi bulan September-Desember 2011.

4. **TeknikPengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data merupakan salah satu dari dua tahap yang dilalui pada penelitian, tahap ini menjadi dasar bagi pelaksanaan analisis data**.** Tahap analisis data dapat dilakukan jika data yang akan dianalisis telah tersedia.

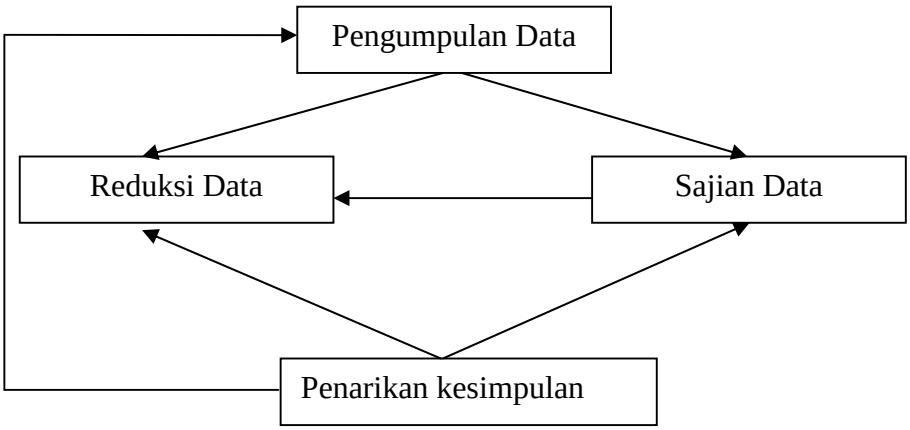
Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan studi pustaka, metode simak, kemudian dengan teknik lanjut yaitu teknik cacat (Sudaryanto, 2001: 90-91).

1. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mencari sumber-sumber data tertulis maupun lisan yang bersifat dokumentasi data itu berupa artikel-artikel, berita, majalah, buku dan resensi-resensi yang berhubungan langsung pada objek kajian.
2. Metode simak adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh data dilakukan dengan cara menyimak penggunaan bahasa baik secara tertulis maupun lisan terdapat objek kajian yang akan diselidiki. Teknik dasar dalam metode ini adalah teknik sedap, selain menyadap pemakian bahasa secara lisan, teknik ini juga dapat digunakan untuk bahasa tertulis yang berupa naskah-naskah kuno, teks narasi, bahasa-bahasa pada massamedia dan lain-lain.
3. Teknik catat merupakan lanjutan dari metode simak yaitu dengan pencatatan penyimakan penggunaan bahasa baik secara tertulis maupun

lisan. Teknik ini mempunyai peran efektif dalam penerapannya karena pencatatan atau penyedian tertulis maupun lisa membantu dalam penyelidikan data sekaligus menjadi teknik lanjut setelah melakukan penyimakan. Dalam teknik ini penelitian dapat mencatat beberapa bentuk yang relevan bagi penelitiannya dari

5. Metode Analisi Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif. Tiga komponen dalam analisis interaktif ini adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, dilakukan dalam penelitian interaktif denga proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. Pada proses ini aktifitas peneliti tetap bergerak diantara komponen analisis dengan pengumpulan datanya selama proses pengumpulan data masih berlangsung. Peneliti hanya bergerak diantara tiga komponen analisis tersebut sesudah pengumpulan data selsai setiap unitnya dengan menggunakan waktu yang masih tersisa dalam penelitian ini. Proses analisis interaktif dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut.



Gambar 1: Model Analisis Interaktif

6. Penyajian Hasil Data

Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode penyajian informal. Metode penyajian informal adalah penelitian dengan menggunkan kata-kata biasa (Sudaryanto, 2001: 143). Hasil analisis data disajikan dengan menggunakan kata-kata biasa yang disesuaikan dengan kaidah penulisan hasil penelitian.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

Pada bab ini akan dibahas hasil analisis tentang diksi dan gaya bahasa, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang akan dianalisis, majalah ini berkaitan dengan pembahasan kemudian setelah data terkumpul adalah melakukan analisis data selanjutnya disajikan dalam bentuk lapaoran data. Dalam penelitian ini diambil dengan teknik catat, yang penyediaan datanya dengan cara mencatat hal-hal yang dibutuhkan secara apa adanya. Sumber tertulis yang digunakan dalam proses menganalisis adalah Diksi dan Gaya Bahasa pada Majalah Nova edisi Bulan September - Desember 2011.

Analisis data dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu pada diksi dan gaya bahasa pada majalah Nova edisi bulan September - Desember 2011. Berikut adalah data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini dan selanjutnya dikelompokan sebagai berikut.

a. Diksi

Tiada hari tanpa *selsu* kulit kepala tanpa sehat, ketombe tamat !	**(Dsln/1)**
Satu tablet membantu memenuhi nutrisi buah hati anda	**(Dscot/2)**
Satu bango seribu, cukup untuk sajian keluarga ibu	**(Dbgo/3)**
ABC BLECK GOLD, masakan andalanku!	**(Dabc/4)**
Telon lang, warisan budaya luhur	**(Dcaplg/5)**
Tak hanya jadi andalan keluarga, bersama anda juga bisa jadi andalan sesama	**(Dpure/6)**
Cegah biang keringat dengan perlindungan optimal	**(Dlfby/7)**
SOS pembersih lantai dengan kemasan baru makin wangi dan ampuh membasmi kuman	**(Dsos/8)**
Yang klop untuk si manis jelas beda	**(Dwhsk/9)**
Sunlight anti bakteri 100 x perlindungan lebih higinis	**(Dsunlgh/10)**
Cuman Magic lezat dengan ajaib, lezatnya memanggil semua orang !	**(Dmgclzt/11)**
Luve litee luv your life	**(Dlvlit/12)**
Susu curcuman plus	**(Dsscrpls/13)**
Hot and spicy teochew ribs	**(Dektrhot/14)**
Balance in the bottle !	**(Dntrsr/15)**
Prons ciptakan hidangan penuh kelezatan dengan saus bolongnais	**(Dprns/16)**
SGM si kecil yang alergi protein susu sapi	**(Dsgm/17)**

b. Gaya Bahasa

Smartfren anti lele !	**(GBsmrtfn/1)**
Samsung galaxy mini	**(GBsmsg/2)**
Ikuti dancow aksi si kecil !	**(GBdncw/3)**
Virgin coconut oil hand and body lotion	**(GBvvll/4)**
Cellpro treating serum and cellpro treating plus	**(GBclpr/5)**
Pond’s gold radiance-youth reviving eye cream	**(GBponds/6)**
Berkilau dengan citra pearly white UV	**(GBctra/7)**
Olay regenerist micro scupling cream	**(GBolay/8)**
Revitalift white, panduan dua manfaat dalam satu anti ageing dan whitening	**(GBlorl/9)**
Make everybady beautiful	**(GBexcslv/10**
Kombinasi buah dan sayur lebih bernutrisi dengan tambahan susu !	**(GBntsr/11**
Kodomo kids series	**(GBkdmo/12)**
Keringat keki sumber jamur dan bakteri	**(GBkeki/13)**
Sariayu putih langsat, cantiknya kulit Asia	**(GBsrayu/14)**
Kalau diare cepet minum DIAPET	**(GBdpt/15)**
Plus kasandra rahasia pribadi berprestasi	**(GBksdra/16)**
Maybelline new york	**(GBmybbl/17)**

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat perbedaan antara diksi dan gaya bahasa merupakan diksi pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakian kata, frase atau klausa tertentu menghadapi situasi.
2. Gaya bahasa bukan saja dipergunakan untuk menyatakan makna mana yang perlu dipakai untuk mengungkapkan suatu gagasan, tetapi juga meliputi persoalan gaya bahasa, ungkapan-ungkapan dan sebaginya.
3. Jadi kedua kalimat itu berbeda, gaya bahasa mengungkapkan suatu gagasan dan ungkapan-ungkapan diksi mempersoalkan cocok tidaknya pemakian kata, frase atau klausa.

DAFTAR PUSTAKA

Al Ma'ruf, Ali Imron. 2009. *Stilistika* (Teori, Metode, dan Aplikasi Pengkajian Estitika Bahasa). Solo: Solo. CakraBooks

BSNP. 2007. *Kurikulm Tingkat Satuan Pendidikan. Jakarta: BSNP*.

Jefikins, Frank. 1996. *Periklanan*. (Terj. Oleh Haris Munawar). Jakarta : Erlangga.

Kardilaksana, Harimurti. 2005. *Kelas Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Keraf, Gorys. 1991, *Stilistika*. Solo. Carabookssolo.

. 2004. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodeologi Penelitiam Kuantitatif*. Bandung : Remaja Posda Karya.

Muqorobin, Fajar Syafindra. 2005. *Pemakian Gaya Bahasa Personifikasi dalam tabloid OTOPLUS*. Sekripsi. FKIP UMS.

Nihayah, Minuk. 2006. " *Iklan Rokok Televisi : Kajian terhadap Diksi, Gaya Bahasa, Strategi Penayangan, dan Pemahaman pemirsa* " . *Skripsi*. FKIP. UMS.

Purwanti. 2003. *Analisis Gaya Bahasa dalam Surat Pribadi*. *Skripsi*. FKIP. UMS

Sabtuty, Domas Purmaningtyas. 2006. " *Penggunaan Gaya Bahasa Dan Diksi Dalam Novel Alifia Karya Langit Krisna Hariadi* " .Skripsi. FKIP. UNS.

Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Sujidman, Panuti (Ed). 1984). *Kamus Istilah Sastra*. Jakarta : Gramedia.

Sumarlam, ed. 2009. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta : Pustaka Cakra.

Soejdjito, Dendi. 2003. *Kalimat Efektif*. Bandung: CV Remadja Karya.

Tarigan, Henry Guntur. 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung : Angkasa.