

**GAYA BAHASA IRONI PADA WACANA IKLAN PROVIDER
SELULER DALAM SURAT KABAR HARIAN EDISI
NOVEMBER s.d. DESEMBER 2011**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1
Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah



Disusun oleh :

TRI WINARSIH

A310080308

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

PENGESAHAN

**GAYA BAHASA IRONI PADA WACANA IKLAN PROVIDER
SELULER DALAM SURAT KABAR HARIAN EDISI
NOVEMBER s.d. DESEMBER 2011**

Yang dipersiapkan dan disusun Oleh:

Tri Winarsih
A310080308

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal, 25 Oktober 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat.
Susunan Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Markhamah, M.Hum.
2. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum.
3. Drs. Agus Budi Wahyudi, M.Hum.



Surakarta, 25 Oktober 2012
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan



Drs. H. Sofyan Anif, M.Si.

NIK.547

ABSTRAK

GAYA BAHASA IRONI PADA WACANA IKLAN PROVIDER SELULER DALAM SURAT KABAR HARIAN EDISI NOVEMBER s.d. DESEMBER 2011

**Tri Winarsih, A310080308, Jurusan Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia,
dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Muhammadiyah Surakarta, 2012.**

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Mendeskripsikan gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. (2) Mendeskripsikan interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler untuk pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. (3) Mendeskripsikan maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode simak. Metode ini digunakan untuk melakukan penyimakan langsung data yang diteliti, kemudian dilakukan pula dengan menggunakan teknik catat, angket dan wawancara. Teknik adalah pencatatan terhadap data-data dan dilanjutkan dengan klasifikasi data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode agih bagi unsur langsung dan metode padan.

Hasil penelitian dapat disimpulkan saebagai berikut: *Pertama*, gaya bahasa ironi pada iklan provider seluler dapat diklasifikasikan yang menyindir menjadi tiga, yaitu menyatakan kelebihan kartu, menyatakan kartunya sendiri paling murah, dan mengecilkan kontribusi atau pengeluaran oleh pembeli. *Kedua*, interpretasi para pembaca dapat diinterpretasikan menjadi lima bagian, yaitu tidak setuju, setiap iklan menjelek-jelekkan produk atau kartu lain, tergantung yang menyikapi, ada fakta opini, dan kurang mendidik. *Ketiga*, pendapat responden terdapat empat maksud, yaitu persaingan, menarik pelanggan sebanyak-banyaknya, saling menjatuhkan, dan menarik minat. Pendapat responden terdapat enam tujuan, yaitu keuntungan, untuk mendapatkan pelanggan banyak, kesetiaan, kreatifitas, saling menjatuhkan, dan terbaik.

Kata kunci: *Gaya bahasa, ironi, dan provider seluler*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi ini dapat terjadi apabila ada proses interaksi antara manusia dalam kehidupan masyarakat. Manusia memerlukan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan ide, pikiran, dan gagasan kepada pihak lain dalam suatu masyarakat. Bahasa juga merupakan alat pengungkapan yang baik, yang dapat memberikan efek tertentu yang bukan saja menggambarkan objek itu semirip mungkin, tetapi juga dapat melahirkan setepat-tepatnya apa yang dimaksudkan oleh penutur.

Berdasarkan hal tersebut, fungsi bahasa yang paling utama adalah sebagai sarana komunikasi. Setiap anggota masyarakat dan komunitas selalu terlibat dalam komunikasi bahasa, baik dia bertindak sebagai komunikator (pembicara atau penulis) maupun sebagai komunikan (mitraticara, penyimak, pendengar, atau pembaca)

Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan menyebutkan bahwa pelajaran bahasa diharapkan membantu peserta didik mengenal dirinya, budayanya, dan budaya orang lain, mengemukakan gagasan dan perasaan, berpartisipasi dalam masyarakat yang menggunakan bahasa tersebut, dan menemukan serta menggunakan kemampuan analitis dan imajinatif yang ada dalam dirinya. Pembelajaran bahasa Indonesia diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta didik untuk berkomunikasi dalam bahasa Indonesia dengan baik dan benar, baik secara lisan maupun tulis, serta menumbuhkan apresiasi terhadap hasil karya kesastraan manusia Indonesia (BSNP, 2007: 260).

Gaya bahasa khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata Latin *stilius* yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas dan tidaknya suatu tulisan pada lempengan tersebut (Keraf, 2004: 112). Gaya bahasa atau *style* menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa, atau klausa yang menghadapi situasi tertentu. Dalam buku Keraf (2004: 113)

menyimpulkan bahwa gaya bahasa atau style ialah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa).

Ironi atau sindiran adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya. Ironi merupakan suatu upaya literer yang efektif karena ia menyampaikan impresi yang mengandung pengekanan yang besar. Entah dengan sengaja atau tidak, rangkaian kata-kata yang dipergunakan itu mengingkari maksud yang sebenarnya. Sebab itu, ironi akan berhasil kalau pendengar juga sadar akan maksud yang disembunyikan di balik rangkaian kata-katanya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud untuk mengkaji mengenai pemakaian gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Unsur-unsur penting ini dalam bahasa iklan yang digunakan untuk menarik masyarakat atau konsumen sebagai pembaca sekaligus sasaran iklan.

Terkait dengan pernyataan di atas, maka ada dua rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu (1) Bagaimana gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011? (2) Bagaimanakah interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler untuk pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011? (3) Bagaimana maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Tujuan penelitian ini, yaitu (1) Mendeskripsikan gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. (2) Mendeskripsikan interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler untuk pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. (3) Mendeskripsikan maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Manfaat penelitian ini ada dua yakni: (1) Manfaat Praktis, dari segi praktis ada tiga yang diharapkan. Pertama, bagi peneliti penelitian ini dapat memperkaya wawasan kebahasaan. Kedua, bagi pembaca penelitian ini dapat menambah minat baca dalam

menambah wawasan dalam bahasa. Ketiga, bagi pembaca penelitian ini dapat memberikan pemahaman terhadap kajian gaya bahasa. (2) Manfaat Teoretis, dari segi teoretis ada dua yang diharapkan. Pertama, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan ilmu bahasa, khususnya dalam kajian gaya bahasa ironi terhadap Iklan Provider Seluler. Kedua, menambah pengetahuan mengenai karakteristik wacana iklan di surat kabar harian.

Berkaitan dengan permasalahan di atas, Gaya bahasa khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata Latin *stilus* yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas dan tidaknya suatu tulisan pada lempengan tersebut (Keraf, 2004: 112). Gaya bahasa atau *style* menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa, atau klausa yang menghadapi situasi tertentu. Dalam buku Keraf (2004: 113) menyimpulkan bahwa gaya bahasa atau *style* ialah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Menurut Sudjiman (dalam Imron, 2009: 46) *style*, gaya bahasa mencakup diksi (pilihan kata atau leksikal) struktur kalimat majas, dan citraan, pola irama, maka yang digunakan seorang sastrawan atau yang terdapat dalam karya sastra. Abrams (dalam Imron, 2009: 7) juga mengungkapkan gaya bahasa adalah cara pemakaian bahasa dalam karangan atau bagaimana seorang pengarang mengungkapkan sesuatu.

Keraf mengemukakan, ironi diturunkan dari kata *erironeia* yang berarti penipuan atau pura-pura, sebagai bahasa kiasan, ironi atau sindiran adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya. Ironi merupakan suatu upaya literer yang efektif karena ia menyampaikan impresi yang mengandung pengekan yang besar. Entah dengan sengaja atau tidak, rangkaian kata-kata yang dipergunakan itu mengingkari maksud yang sebenarnya. Sebab itu, ironi akan berhasil kalau pendengar juga sadar akan maksud yang disembunyikan dibalik rangkaian kata-katanya.

Menurut Keraf, kadang-kadang dipergunakan juga istilah lain, yaitu sinisme yang diartikan sebagai suatu sindiran yang berbentuk kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan dan ketulusan hati. Sinisme diturunkan dari nama suatu aliran filsafat Yunani yang mula-mula mengajarkan bahwa kebajikan adalah satu-satunya kebaikan, serta hakikatnya terletak dalam pengendalian diri dan kebebasan. Mereka menjadi kritikus yang keras atas kebiasaan-kebiasaan sosial dan filsafat-filsafat lainnya. Walaupun sinisme dianggap lebih keras dari ironi, kadang-kadang masih sukar diadakan perbedaan antara keduanya. Bila mengenai ironi di atas diubah, maka akan dijumpai gaya yang lebih bersifat sinis. Dengan kata lain, sinisme adalah ironi yang lebih kasar sifatnya. Sarkasme merupakan suatu acuan yang lebih kasar dari ironi dan sinisme. Ia adalah suatu acuan yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir. Sarkasme dapat saja bersifat ironis, dapat juga tidak, tetapi yang jelas adalah bahwa gaya ini selalu akan menyakiti hati dan kurang enak didengar. Kata sarkasme diturunkan dari kata Yunani *sarkasmos*, yang lebih jauh diturunkan dari kata kerja *sakasein* yang berarti merobek-robek daging seperti anjing, menggigit bibir karena marah, atau berbicara dengan kepahitan. Menurut Agni (2009: 111) Ironi adalah sindiran dengan menyembunyikan fakta yang sebenarnya dan menyatakan kebalikan dari fakta tersebut.

Penelitian ini salah satunya menganalisis mengenai gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011, seperti penelitian yang dilakukan Toat Kurniawan (2009) penelitian dengan judul “Analisis Gaya Bahasa Ironi dan pesan moral Lagu-Lagu Slank Dalam Album Anti Korupsi Tinjauan Semantik”. Skripsi ini menganalisis bentuk gaya bahasa ironi pada lagu-lagu Slank dalam anti korupsi, mendeskripsikan maksud dan tujuan pemakaian gaya bahasa ironi serta menggali kandungan pesan moral. Perbedaan penelitian adalah Toat Kurniawan objek kajiannya adalah lagu-lagu Slank, sedangkan penelitian ini objek kajiannya adalah iklan provider seluler. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Toat Kurniawan adalah sama-sama menganalisis gaya bahasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di surat kabar harian dan waktu penelitian dilakukan bulan November 2011 sampai bulan April 2012. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang berupa data deskriptif, yaitu data berupa kata-kata tertulis, frasa, kalimat, paragraf, atau gambaran sesuatu, dan hasil analisis tidak berupa angka-angka atau koefisien tentang hubungan antar variabel (Moeleong, 2004:3). Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat analisis kualitatif. Oleh karena itu, bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan kata-kata dengan mendeskripsikan hasil analisis yang berhasil dikumpulkan. Objek dalam penelitian ini yaitu gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler, mengetahui interpretasi pembaca dan mengetahui maksud dan tujuan bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Data yang digunakan adalah data penelitian kualitatif yang berupa data deskriptif, yaitu data berupa kata-kata tertulis, frasa, kalimat, paragraf, atau gambaran sesuatu, dan hasil analisis tidak berupa angka-angka atau koefisien tentang hubungan antar variabel (Moeleong, 2004:3). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data asli, artinya sumber data tangan dari penyidik atau sumber data utama untuk tujuan khusus (Moeleong, 2004: 3). Berdasarkan objek yang dianalisis, penelitian ini menggunakan metode beserta tekniknya. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode simak, catat, angket dan wawancara. Metode simak ialah metode yang dilakukan dengan menyimak, yaitu menyimak penggunaan bahasa (Sudaryanto, 1993: 135). Teknik yang digunakan adalah teknik catat, mengingat wacana iklan provider seluler merupakan bahasa tulis. Teknik catat adalah teknik penyediaan data dengan cara mencatat. Angket atau kuisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yg digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dlm arti lap tentang pribadinya, atau hal2 yang ia ketahui (arikunto, 2006:151). Peneliti menggunakan angket untuk mengetahui pendapat masyarakat/para pembaca mengenai iklan yang telah disampaikan, ingin

mengetahui bagaimana pendapat mengenai iklan tersebut yang saling menyindir. Interview yg sering disebut jg dngn wawancara atau kuisisioner lisan adalah sebuah dialog yg dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dr terwawancara. interview digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang (Arikunto, 2006:155). Sebelum memberikan angket tersebut kepada para pembaca/masyarakat, peneliti memberikan sebuah wawancara untuk mengarahkan bagaimana mereka memberikan suatu pendapat.

Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis data. Metode yang digunakan dalam menganalisis adalah metode agih dan padan. Metode agih adalah metode yang alat penentunya justru bagian dari bahasa yang bersangkutan itu sendiri (Sudaryanto, 1993: 15). Teknik yang digunakan adalah teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang digunakan adalah teknik bagi unsur langsung (BUL). Teknik BUL ini digunakan untuk membagi data menjadi bagian satuan lingual yang ada berdasarkan jenis penggunaan gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian. Adapun teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik lesap. Selain menggunakan metode agih, penelitian ini juga menggunakan metode padan. Metode padan adalah metode analisis data yang alat penentunya berada di luar bahasa, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan atau diteliti (Sudaryanto, 1993: 13). Alat penentu metode padan ada lima macam, yaitu referen bahasa (metode padan referensial), organ wicara (metode padan fonetis artikulatoris), bahasa lain (metode padan tranlasional), bahasa tulis (metode padan ortografis), dan mitra wicara (metode padan pragmatis). Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode padan referensial. Metode padan referensial digunakan peneliti karena alat penentunya ialah kenyataan yang ditunjukkan oleh bahasa atau referen bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah selanjutnya setelah data dalam penelitian ini terkumpul adalah melakukan analisis data dan selanjutnya disajikan dalam bentuk laporan. 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 Surat kabar harian edisi November-Desember 2011.

Terdapat 26 data yang mengandung gaya bahasa ironi. Adapun data yang sudah dianalisis, berdasarkan cara menyindir ada yang menyatakan kelebihan kartu sendiri terdapat 8 data, menyatakan kartunya sendiri paling murah terdapat 8 data, dan mengecilkan kontribusi atau pengeluaran oleh pembeli terdapat 10 data.

Berikut pembahasan mengenai gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011.

1. Menyatakan kelebihan kartu sendiri
Cara menyindir pada gaya bahasa ini dilakukan dengan menyatakan kelebihan kartu sendiri.
 - (1) Lebih murah, lebih berkualitas! *Ke seluruh Indonesia(AS)*
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu AS lebih murah, lebih berkualitas daripada kartu lain. Intinya kartu ini lebih baik.
 - (2) Gak usah mikir, *pake XL pasti termurah.*
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL termurah daripada kartu lain.
 - (3) AXIS Eksis “Jurus jitu eksis di jejaring sosial”(Hemat, online, mudah) internet untuk rakyat, saatnya kita hemat.(AXIS)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Axis adalah jurus jitu di jejaring sosial dibandingkan kartu lain.
 - (4) Nelpon Gila “Gratis segalanya”.(XL)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL Nelpon tarifnya gratis daripada kartu lain.
 - (5) Bonus langsung gratis segalanya.(XL)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL gratis segalanya dibandingkan kartu lain.

- (6) 14 Xlalu bersamamu “dekatkan keluarga besar dengan Nelpon Rp 25/menit dari menit pertama”. (XL)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL mempunyai hubungan keluarga besar dengan masyarakat.
- (7) SimPATI Puas 2(puas internet dan puas SMA-an).(SimPATI)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu simpati mempunyai kepuasan dalam berkomunikasi daripada kartu lain.
- (8) SUPER AMPUH. Bayar sekali 24 jam(gratis internetan, gratis SMS, gratis telpon). (XL)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL super ampuh daripada kartu lain.
2. Menyatakan kartunya paling murah
Cara menyindir pada gaya bahasa ini dilakukan dengan menyatakan kartunya paling murah
- (1) *Mana ada yang lebih murah.* Beli kartu As! (Kartu AS)
Kalimat di atas merupakan gaya bahasa ironi. Secara langsung iklan ini sudah menyindir iklan lain. Kalimat “Mana ada yang lebih murah” itu menunjukkan bahwa iklan ini benar-benar menyindir iklan lain. Saat ini banyak kartu yang berlomba-lomba menawarkan berbagai macam gratisan maupun bonus agar konsumen tergiur akan tarif murah untuk berkomunikasi. Peneliti sudah menemukan berbagai pendapat bahwa kartu AS sesungguhnya mahal, apalagi anak muda sekarang maunya yang murah dan gratis. Peneliti menjumpai banyak pemuda yang menggunakan kartu IM3 sebagai alat komunikasi sehari-hari karena tarifnya murah dan bonus SMS lumayan banyak.
- Contoh: Nelpon ke operator lain bayarnya lebih mahal, jika ke operator yang sama harus melalui prosedur yang disediakan oleh kartu tersebut.
- (2) PELOPOR TARIF TERMURAH “Sinyal bagus XL nyambung teruuuuuusss”. (XL)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL saja yang sinyalnya bagus maupun nyambung terus daripada kartu lain.
- (3) BONBASTIS. Kartu AS, paling murah! (pake terus, bonusnya nggak putus-putus).(AS)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu AS paling murah daripada kartu lain.

- (4) Jangkauan kualitas dan terluas terbaik(nyamannya pakai simPATI).
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu simpati nyaman digunakan berbagai kalangan masyarakat daripada kartu lain.
- (5) Makin hemat, makin untung.(AXIS)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Axis hemat dan untung daripada kartu lain.
- (6) Dijamin Murah Telak.(IM3)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu IM3 lebih murah daripada kartu lain.
- (7) NGORBIT (Ngobrol irit), pilih semaunya, irit semuanya(Starone).
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Starone serba semuanya dan semaunya daripada kartu lain.
- (8) SMS MURAH ke semua operator, Rp 100/sms sampe puaaassss. (XL).
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL mempunyai kepuasan daripada kartu lain.
3. Mengecilkan kontribusi atau pengeluaran oleh pembeli.
Cara menyindir pada gaya bahasa ini dilakukan dengan menyatakan mengecilkan kontribusi atau pengeluaran oleh pembeli.
- (1) Nelpon Gak Bayar Selamanya! Tanpa Syarat. (Smartfren)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Smartfren tanpa syarat daripada kartu lain.
- (2) Mentari SERU”tanpa bayar ekstra”(Mentari).
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Mentari tanpa bayar ekstra daripada kartu lain.
- (3) Untungnya pake Esia, tiap bulan dapat fulus, info update terus.(Esia)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Esia infonya selalu update daripada kartu lain.
- (4) Esia BISPAK “Bisa Pake Tarif Manapun ”.(Esia)
Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Esia bisa pake tariff manapun.
- (5) Bonus Langsung, Setiap Hari! (bonus 100menit/telpon, bonus 100MB/internet).(As)

Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu AS mempunyai bonus langsung, setiap hari daripada kartu lain.

- (6) SMARFREN. Karena semua yang benci lelet banyak maunya(gratis telpon ke semua smartfren, internet cepat dan masa aktif setahun).(Smartfren)

Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu smartfren mempunyai gratis telpon, internet cepat dan masa aktif setahun daripada kartu lain.

- (7) Bayar pakai poin, cuma di INDOSAT.(Indosat)

Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa Indosat saja yang bayar pakai poin daripada kartu lain.

- (8) TANPA SYARAT, XLangkah lebih maju.(XL)

Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu XL tanpa syarat daripada kartu lain.

- (9) Serunya liburan pake gratiasan IM3(Gratis nelpon seharian setelah nelpon 1 menit, gratis ribuan SMS, gratis social network).(IM3)

Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu IM3 lebih seru daripada kartu lain.

- (10) Nelpon pake fren bayarnya pake daun (Fren)

Sindiran ini dilakukan dengan menyatakan bahwa kartu Fren membayar dengan daun dalam berkomunikasi dari pada kartu lain.

Kedua, interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler. Pendapat masyarakat tersebut terdapat 25 data yang dapat diinterpretasikan menjadi lima bagian. Adapun data yang diinterpretasikan berdasarkan tidak setuju terdapat 10 data, setiap iklan menjelek-jelekkkan produk atau kartu lain terdapat 1 data, tergantung yang menyikapi terdapat 10 data, ada fakta dan opini terdapat 2 data, dan kurang mendidik terdapat 2 data.

Ketiga, maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Pendapat responden terhadap maksud dan tujuan terdapat 34. Pendapat responden mengenai iklan provider terdapat 4 maksud, yaitu persaingan, menarik pelanggan sebanyak-banyaknya, saling menjatuhkan, dan menarik minat. Pendapat responden

mengenai iklan provider terdapat 6 tujuan, yaitu keuntungan, untuk mendapatkan pelanggan banyak, kesetiaan, kreatifitas, saling menjatuhkan, dan terbaik.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011 adalah berupa sindiran yang bersifat langsung dan sindiran tidak langsung. Terdapat 26 data yang mengandung gaya bahasa ironi. Adapun data yang sudah dianalisis, berdasarkan cara menyindir ada yang menyatakan kelebihan kartu sendiri terdapat 8 data, menyatakan kartunya sendiri paling murah terdapat 8 data, dan mengecilkan kontribusi atau pengeluaran oleh pembeli terdapat 10 data.
2. Interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler untuk pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Pendapat masyarakat tersebut terdapat 25 data yang dapat diinterpretasikan menjadi lima bagian. Adapun data yang diinterpretasikan berdasarkan tidak setuju terdapat 10 data, setiap iklan menjelek-jelekkkan produk atau kartu lain terdapat 1 data, tergantung yang menyikapi terdapat 10 data, ada fakta dan opini terdapat 2 data, dan kurang mendidik terdapat 2 data
3. Maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Pendapat responden terhadap maksud dan tujuan terdapat 34. Pendapat responden mengenai iklan provider terdapat 4 maksud, yaitu persaingan, menarik pelanggan sebanyak-banyaknya, saling menjatuhkan, dan menarik minat. Pendapat responden mengenai iklan provider terdapat 6 tujuan, yaitu keuntungan, untuk mendapatkan pelanggan banyak, kesetiaan, kreatifitas, saling menjatuhkan, dan terbaik.

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disarankan sebagai berikut.

1. Bagi guru bahasa Indonesia dapat mengajarkan bermacam-macam gaya bahasa dan makna gaya bahasa yang mengacu pada bahasa ironi, sehingga siswa dapat mengerti dan menggunakan bahasa ironi dalam kehidupan sehari-hari dengan baik dan benar.
2. Bagi pengajar khusus bahasa Indonesia dapat dijadikan kontribusi ilmu pengetahuan dalam memahami gaya bahasa dalam bentuk tulisan pada judul iklan provider seluler, yang nantinya dapat digunakan dalam pembelajaran untuk materi memahami gaya bahasa ironi pada mata pelajaran bahasa Indonesia.
3. Bagi peneliti lain, khususnya dalam penelitian kebahasaan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam memberikan gambaran analisis gaya bahasa ironi dalam wacana tulisan dan selanjutnya peneliti lain diharapkan melakukan penelitian yang sama dengan kajian bahasa yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

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

Keraf, Gorys. 2004. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.

Binar Agni. 2006. *Sastra Indonesia Lengkap*. PT Buku Kita. Jakarta. Hi-Fest Publising.

Kurniawan, Toat. 2009. "Analisis Gaya Bahasa Ironi dan Pesan Moral Lagu-Lagu Slank Dalam Album Anti Korupsi Tinjauan Semantik". *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rosda Karya.

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