

**PEMAKAIAN MAJAS HIPERBOLA DALAM
IKLAN MAJALAH ANEKA YESS
Edisi Januari - Maret 2010**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Diajukan Oleh:

Ema Tri Hastutik

A 310 060 302

**PENDIDIKAN BAHASA, SASTRA INDONESIA DAN DAERAH
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa adalah lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi dan mengidentifikasikan diri (KBBI, 2005:88). Bahasa merupakan alat komunikasi, baik lisan maupun tertulis. Adanya komunikasi bisa timbul karena proses interaksi antar manusia. Bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi berfungsi untuk menyampaikan pikiran ide atau maksud kepada pihak lain supaya mengerti atau paham.

Iklan adalah berita pesanan kepada khalayak ramai tentang benda atau jasa yang ditawarkan iklan. Iklan dapat juga merupakan pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual (Sugihastuti, 2003:70). Iklan berusaha untuk memberikan informasi, bujukan dan meyakinkan konsumen.

Bagian iklan menjadi informasi yang sangat penting bagi kelompok tertentu. Secara intensif iklan tersebut dibaca oleh sasaran yang memerlukan. Mungkin jika dibandingkan dengan berita lain, sasaran yang berkepentingan dengan iklan tersebut akan membacanya dengan penuh perhatian. Hal ini tidak seperti pembacaan pelanggan majalah yang harus menyempatkan waktunya untuk membaca. Setiap kata dalam iklan menjadi perhatian mereka, bahkan tidak hanya kata, angkapun mereka perhatikan. Bila demikian penulisan iklan amat memungkinkan ditulis seefektif mungkin.

Pemakaian majas yang digunakan dalam iklan bentuknya bermacam-macam, kehadiran majas yang telah menjadi sebagian kebutuhan dalam berkomunikasi tentu tidak dapat diabaikan begitu saja. Iklan memanfaatkan majas sebagai pengguna kata-kata yang indah sehingga bahasanya tidak monoton dan dapat memikat perhatian pembaca. Dalam penelitian ini penulis hanya mengkaji pemakaian majas hiperbola pada iklan dalam majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010.

Adapun hiperbola adalah majas yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal. Hiperbola banyak digunakan pengarang dalam karyanya untuk menarik perhatian pembaca dan mencapai efek makna yang lebih mengesankan. Pilihan kata sudah berkali-kali dipikirkan sebelum iklan disiarkan lewat media komunikasi massa. pilihan kata atau diksi yang tepat dapat menjadikan masyarakat mempunyai rasa ingin tahu yang besar terhadap produk yang akan diiklankan dan kemudian membeli produk yang akan diiklankan.

Iklan pada dasarnya tidak memiliki pola kalimat. Pola kalimat iklan untuk media cetak dan penyiaran hampir sama hanya bentuknya yang berbeda, karena perbedaan karakteristik mediumnya. Pola kalimat iklan yang dengan mudah dan jelas untuk diamati adalah pola kalimat iklan media cetak.

Penelitian ini digunakan untuk mencari pemakaian majas hiperbola pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010. Pemilihan media yang berupa majalah *Aneka Yess* edisi bulan Januari-Maret 2010 dipilih

peneliti karena menggunakan pemakaian bahasa yang berlebihan (hiperbola), diksi dan pola kalimat.

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian berjalan secara terarah dalam hubungannya dengan pembahasan masalah, maka diperlukan pembatasan masalah. Pembatasan ini setidaknya memberikan gambaran kemana arah penelitian dan memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan yang sedang diteliti. Pada penelitian ini peneliti membatasi masalah pada pemakaian majas hiperbola diksi dan pola kalimat, yang terdapat dalam iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah, ada 2 masalah yang perlu dicari jawabannya.

1. Bagaimana bentuk majas hiperbola pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010 ?
2. Bagaimanakah diksi pembentuk majas pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari –Maret 2010 ?
3. Bagaimana pola kalimat pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari – Maret 2010 ?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah di atas, ada 2 tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini.

1. Mendeskripsikan bentuk majas hiperbola pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010.
2. Mendeskripsikan diksi pembentuk majas pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010.
3. Mendeskripsikan pola kalimat pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi Januari-Maret 2010.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis adalah manfaat yang berhubungan dengan pengembangan ilmu, oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pemakaian majas hiperbola dan diksi yang terdapat pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi bulan Januari-Maret 2010.

2. Manfaat Praktis

- a) Hasil penelitian ini dapat memberikan bahan inspirasi bagi pembaca dan calon peneliti lain untuk melakukan penelitian.

- b) Menambah khasanah penelitian tentang bahasa khususnya dalam pemakaian majas hiperbola, diksi yang terdapat pada iklan majalah *Aneka Yess* edisi bulan Januari-Maret 2010.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini adalah:

- Bab I : Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
- Bab II : Tinjauan Pustaka yang berisi Penelitian yang Relevan dan Landasan Teori. Penelitian yang relevan berisi penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Landasan teori memuat teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu gaya bahasa hiperbola, iklan, majalah, diksi, dan pola kalimat.
- Bab III : Metode Penelitian berisi Tempat penelitian, Waktu Penelitian, Jenis Penelitian, Data Penelitian, Sumber Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.
- Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan
- Bab V : Simpulan dan Saran