

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Bahasa

Bahasa merupakan suatu ungkapan yang mengandung maksud untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Setiawan (2006:1), menjelaskan definisi bahasa yaitu *language can be defined as a socially shared combinations of those symbols and rule governed combinations of those symbols* (Bahasa dapat diartikan sebagai kode yang diterima secara sosial atau sistem konvensional untuk menyampaikan konsep melalui kegunaan symbol-simbol yang dikehendaki dan kombinasi simbol-simbol yang diatur oleh ketentuan). Selanjutnya, Keraf (2004:1), memberikan dua pengertian bahasa. Pengertian pertama menyatakan bahasa sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Kedua, adalah sistem komunikasi yang mempergunakan simbol-simbol vocal (bunyi ujaran) yang bersifat arbitrer. Hakikat bahasa mempunyai arti sebagai sesuatu yang mendasar dari bahasa. Chaer (2009:32) memberikan ciri-ciri yang menunjukkan hakikat bahasa antara lain, bahwa bahasa itu sebuah sistem lambang, berupa bunyi yang bersifat arbitrer, produktif, dinamis, bermacam-macam, dan manusiawi. Anderson (dalam Tarigan, 2015:2--3) mengemukakan delapan prinsip dasar tentang hakikat bahasa antara lain (1) bahasa adalah suatu sistem, (2) bahasa adalah vokal, (3) bahasa tersusun dari lambang-lambang mana suka, (4) setiap bahasa bersifat khas, unik, (5) bahasa

dibangun dari kebiasaan-kebiasaan, (6) bahasa adalah alat komunikasi, (7) bahasa berhubungan erat dengan budaya asalnya, (8) bahasa itu berubah-ubah.

a. Fungsi Bahasa

Di dalam masyarakat, bahasa sering digunakan dalam berbagai konteks dan banyak makna. Beberapa orang berbicara mengenai bahasa warna, bahasa bunga, dilomasi, dan lainnya. Di samping itu, kalangan terbatas membicarakan mengenai bahasa tulisan, lisan dan lainnya. Menurut Jacobson dikutip Soeparno (2002:7), fungsi bahasa itu terdiri atas enam macam, yakni fungsi emotif, konatif, referensial, puitik, fatik, dan metalingual. Fungsi emotif misalnya dipakai apabila kita mengungkapkan rasa gembira, kesal, sedih, dan sebagainya. Jika seseorang membicarakan suatu permasalahan dengan topik tertentu, maka hal tersebut tercakup di dalam fungsi referensial. Jika seseorang menyampaikan suatu amanat atau pesan tertentu fungsi bahasa yang terlihat adalah fungsi puitik. Selanjutnya apabila kita di dalam berbicara sekedar ingin mengadakan kontak dengan orang lain, maka fungsi bahasa yang terlibat adalah fungsi fatik. Apabila seseorang berbicara masalah bahasa dengan menggunakan bahasa tertentu, maka fungsi bahasa adalah metalingual. Selanjutnya apabila kita berbicara atau berbahasa dengan tumpuan pada lawan tutur, misalnya agar lawan bicara seseorang bersikap atau berbuat sesuatu, maka fungsi bahasa tersebut konatif.

b. Gaya Bahasa

Dalam suatu karya sastra, kita mengenal adanya gaya bahasa. Gaya bahasa ini dikenal juga dengan sebutan majas. Penggunaan gaya bahasa membuat suatu

cerita (dalam hal ini iklan) menjadi lebih hidup dan menarik. Gaya Bahasa merupakan seni yang dipengaruhi oleh nurani (Endraswara, 2003:73). Selanjutnya menurut Keraf (2004:112) mengenai gaya bahasa yakni sebagai keahlian pengarang dalam mengelola kata-kata. Dengan kata lain, gaya bahasa merupakan kemahiran penulis dalam menggunakan serta menyusun kata-kata tersebut ke dalam karyanya.

Gaya bahasa merupakan bentuk *retorik*, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca. Kata *retorik* berasal dari bahasa Yunani *rhetor* yang berarti *orator* atau ahli pidato. Pada masa Yunani kuno *retorik* memang merupakan bagian penting dari suatu pendidikan dan oleh karena itu, berbagai macam gaya bahasa sangat penting dan harus dikuasai benar-benar oleh orang-orang Yunani dan Romawi yang telah member nama terhadap berbagai macam seni persuasi ini.

Gaya bahasa dan kosakata mempunyai hubungan erat, hubungan timbal balik. Semakin kaya kosakata seseorang, semakin beragam pulalah gaya bahasa yang dipakainya. Peningkatan pemakaian gaya bahasa jelas memperkaya kosakata pemakainya. Tarigan (2013:5) berpendapat gaya bahasa dapat dikategorikan dalam berbagai kelompok, yaitu gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan, dan gaya bahasa perulangan.

a. Gaya Bahasa Perbandingan

Tarigan (2013:8) berpendapat bahwa gaya bahasa perbandingan merupakan bahasa kiasan yang menyamakan satu hal dengan yang lain dengan mempergunakan kata-kata pembanding, seperti *bagai*, *sebagai*, *bak*, *seperti*,

semisal, seumpama, laksana, dan kata-kata pembandingan lainnya. Dalam gaya bahasa perbandingan, terdapat gaya bahasa perumpamaan yang terbagi atas dua jenis, yakni gaya bahasa asosiasi dan simile. Jenis gaya bahasa dalam majas perbandingan selanjutnya adalah metafora, personifikasi, depersonifikasi, alegori, antithesis, pleonasme, perifrasis, prolepsis, dan koreksio. Penjelasan mengenai majas tersebut adalah sebagai berikut:

1. Majas Perumpamaan merupakan majas yang membandingkan hal-hal yang sebenarnya berbeda namun dianggap sama. Majas tersebut terbagi atas dua jenis, yaitu majas asosiasi dan majas *smile*. Pada majas asosiasi, maknanya disampaikan secara implisit dalam kalimat, sedangkan pada majas simile, makna kalimat atau penjelasannya disampaikan secara eksplisit dalam kalimat.

Contoh:

- a) Wajahnya bak rembulan. (Majas asosiasi)
- b) Wajahnya indah bak sinar rembulan. (Majas simile)

2. Majas Perbandingan yang mencakup :

- a. Metafora yaitu gaya bahasa yang membandingkan hal yang berbeda secara implisit. Majas metafora adalah majas yang menggunakan diksi yang memiliki makna bukan sebenarnya, melainkan hanya perbandingan ataupun persamaan antara dua hal tersebut.

Contoh:

- a) Wahyu adalah buah hati kakakku.
- b) Maya adalah anak emas ibuku.

- b. Personifikasi adalah majas yang meletakkan sifat insani terhadap benda mati dan ide yang abstrak.

Contoh:

- a) Hujan memandikan tanaman.
- b) Pepohonan tersenyum riang.

- c. Depersonifikasi merupakan majas yang meletakkan sifat benda pada manusia atau insan.

Contoh:

- a) Sekiranya suami menjadi ombak, maka istri menjadi pantai.
- b) Bila kakanda menjadi darah, maka adinda menjadi daging.

- d. Alegori yaitu gaya bahasa perbandingan yang saling bertautan dalam kesatuan yang utuh.

Contoh:

- a) Hati-hatilah kamu dalam mendayung bahtera rumah tangga.
- b) Mengarungi lautan kehidupan yang penuh badai.

- e. Gaya bahasa antithesis adalah majas yang membandingkan kata-kata yang memiliki makna bertentangan.

Contoh:

- a) Mereka bergembira ria atas ujianku yang gagal itu.
- b) Wanita yang secantik Maya diperistri oleh si Maman yang jelek itu.

- f. Pleonasme merupakan majas yang menggunakan kata-kata yang berlebihan, tetapi jika kata tersebut dihilangkan maknanya tetap utuh.

Contoh:

- a) Anak-anak sedang asyik menyepak bola yang bentuknya bundar itu.
- b) Mereka tiba di rumah pukul 05.00 subuh.
- g. Perifrasis adalah majas yang memaknai kata-kata secara berlebihan dan pada hakikatnya dapat diganti menggunakan satu kata saja.

Contoh:

- a) Putri bungsu kami telah melayarkan bahtera ke pulau idamannya bersama tunangannya. (Menikah)
- b) Lelaki itu mencurahkan segala isi hari dan segala harapan kepada gadis desa itu. (Cinta)
- h. Antisipasi atau prolepsis merupakan gaya bahasa yang menggunakan satu atau beberapa kata terlebih dahulu sebelum gagasan atau peristiwa yang sebenarnya terjadi.

Contoh:

- a) Motor yang malang itu ditabrak oleh truk pasir dan jatuh ke jurang.
- b) Almarhum ibuku pada saat itu mengakui bahwa dia mempunyai piutang pada Pak Rahman.
- i. Koreksi atau Epanortosis merupakan majas yang mula-mula ingin menegaskan sesuatu tetapi kemudian memeriksa dan memperbaiki yang salah.

Contoh:

- a) Pak Ramli memang orang Minang, ah bukan, orang Manado.
- b) Ronal sangat mencintai Neng Dia, eh bukan, Neng Sia.

b. Gaya Bahasa Pertentangan

Gaya bahasa pertentangan merupakan gaya bahasa yang memiliki makna yang berbeda dengan kata aslinya. Tarigan (2013:53) berpendapat bahwa gaya bahasa pertentangan merupakan majas yang maknanya bertentangan dengan kata-kata yang ada. Adapun gaya bahasa ini meliputi :

1. Hiperbola adalah gaya bahasa yang menggunakan ungkapan berlebihan dari maksud yang sebenarnya.

Contoh:

a) Sempurna sekali, tidak ada kekurangan apapun. (Pengganti baik atau cantik)

b) Kurus kering tiada daya kekurangan pangan. (Pengganti kelaparan)

2. Litotes merupakan majas yang mengandung pernyataan yang dikecilkecilkan atau dikurangi dari kenyataan yang sebenarnya.

Contoh:

a) Anak itu tidaklah jelek sama sekali.

b) Hasil usahanya tidaklah mengecewakan.

3. Ironi merupakan majas yang menyatakan makna tertentangan dengan maksud berolok-olok.

Contoh:

a) Bagusnya nilai si Maman ini, banyak benar angka merahnya.

b) Bersih sekali kamar ini, puntung rokok dan kertas bertebaran di lantai.

4. Oksimoron merupakan gaya bahasa yang menggunakan kata-kata berlawanan untuk menyatakan suatu makna yang bertentangan dengan makna sebenarnya.

Contoh:

- a) Acara televisi dapat dipakai sebagai sarana perdamaian, namun dapat pula sebagai penghasut peperangan.
- b) Mendaki gunung memang menarik hati walaupun sangat berbahaya.

5. Paronomasia merupakan gaya bahasa yang diungkapkan melalui sederetan kata yang berbunyi sama namun memiliki makna yang berlainan.

Contoh:

- a) Oh Dinda sayang, akan kutanam bunga tanjung di pantai tanjung hatimu.
- b) Mari kita kubik beramai-ramai kacang tanah yang setengah kubik banyaknya itu.

6. Paralipsis adalah gaya bahasa yang digunakan untuk menjelaskan bahwa seseorang tidak mengatakan apa yang dimaksud dalam kalimat tersebut.

Contoh:

- a) Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa menolak doa kita ini, (maaf) bukan, maksud saya mengabulkannya.
- b) Biarlah orang-orang mendengar wasiat tersebut, yang (maafkan saya) saya maksud bukan membacanya.

7. Zeugma ialah majas yang menggunakan dua buah kata yang memiliki makna bahasa yang bertentangan.

Contoh:

a) Kakek saya peramah dan pemaarah.

b) Saya membaca novel ini dengan mata dan tangan saya.

8. Silepsis merupakan gaya bahasa yang mengandung konstruksi gramatikal yang benar tetapi secara semantik salah.

Contoh:

a) Wanita itu kehilangan harta dan kehormatannya.

b) Adiknya menerima uang dan hadiah.

9. Satire adalah majas yang berisi ungkapan untuk menertawakan atau menolak sesuatu.

Contoh:

a) Tanganku dan tanganmu dapat membuat Negara ini sempurna bahagia.

b) Dia menghilang di dalam mercedeznya, hanya tinggal debu dan dia kembali mendorong gerobak menimbun sampah dari sudut ke sudut jalan.

10. Inuendo merupakan gaya bahasa berupa sindiran dengan mengecilkan kenyataan yang sebenarnya.

Contoh:

a) Adikku sedikit gemuk karena terlalu kebanyakan makan daging yang berlemak.

b) Pak Mono agak kurang dipercayai orang karena selalu berbohong dan ingkar janji.

11. Antifrasis adalah majas yang menggunakan ungkapan dengan makna sebaliknya atau bukan dengan makna yang sebenarnya.

Contoh:

a) Maya menerima pujian dari masyarakat sekelilingnya.

b) Hadirin harap berdiri, mahasiswa teladan memasuki ruangan.

12. Paradoks ialah gaya bahasa yang menggunakan kata-kata yang bertentangan dengan makna atau kenyataan sebenarnya.

Contoh:

a) Aku kesepian di tengah keramaian.

b) Mereka kedinginan di kota Jakarta yang panas.

13. Klimaks adalah majas yang urutan gagasan yang diungkapkan semakin penting dari gagasan-gagasan sebelumnya.

Contoh:

a) Seorang guru harus bertindak sebagai pengajar, pembimbing, penilai, dan pemberi kemudahan atau pendidik yang sejati.

b) Melalui pelajaran Bahasa Indonesia, kita mengharapkan agar siswa mampu terampil menyimak, berbicara, membaca, dan menulis.

Singkatnya, siswa mampu terampil berbahasa Indonesia dengan baik dan benar.

14. Antiklimaks merupakan majas yang menggunakan gagasan terpenting terlebih dahulu kemudian diikuti oleh gagasan yang kurang penting.

Contoh:

a) Bahasa Indonesia diajarkan kepada mahasiswa, siswa SMA, siswa SMP, murid di SD dan TK.

b) Dia memang raja uang di daerah ini, seorang budak hawa nafsu dan keserakahan.

15. Apostrof adalah majas yang berisi ungkapan untuk mengalihkan pernyataan dari yang ada kepada yang tidak ada.

Contoh:

- a) Wahai roh-roh nenek moyang kami yang berada di langit, lindungilah warga desaku ini.
- b) Wahai kalian yang telah menumpahkan darah dan mengorbankan jiwa untuk tanah tercinta ini, relakanlah supaya kami dapat menikmati kemerdekaan yang pernah kalian canangkan dan perjuangkan.

16. Anastrof atau inversi adalah majas yang membalikkan susunan kata yang sering digunakan dalam kalimat.

Contoh:

- a) Diceritakan istrinya tanpa sepengetahuan sanak-saudaranya.
- b) Kupilih warna yang serasi dengan kain kebaya kakakku.

17. Apofasis atau preterisio adalah majas yang berisi penegasan tentang sesuatu, namun digunakan untuk tidak mengiyakan sesuatu.

Contoh:

- a) Saya tidak tega mendengar cibiran tetangga bahwa kamulah yang mencuri motor itu.
- b) Saya tidak rela mengungkapkan dalam pertemuan ini bahwa ibu telah bermain dengan pria lain.

18. Histeron proteron merupakan majas yang berisi ungkapan tentang kebalikan dari sesuatu yang masuk akal.

Contoh:

a) Adiknya membaca cerita itu dengan cepat dengan cara mengejanya kata demi kata.

b) Kereta itu melaju dengan cepat di depan sepasang anjing yang menariknya.

19. Hipalase merupakan gaya bahasa yang berisi ungkapan pernyataan secara langsung dari dua unsur gagasan.

Contoh:

a) Dia duduk pada sebuah bangku yang gelisah. (yang gelisah ialah dia, bukan bangku).

b) Saya tetap menagih bekas mertuamu uang pinjaman kepada ayahmu. (maksudnya, saya menagih uang pinjaman bekas mertuamu kepada ayahmu).

20. Sinisme merupakan majas yang berbentuk ungkapan sebagai sindiran atas ketidakyakinan yang mengandung ejekan terhadap niat baik seseorang.

Contoh:

a) Tidak dapat disangkal lagi memang Bapaklah orangnya, sehingga keamanan dan ketentraman di daerah ini akan ludes bersamamu!

b) Memang Dukun itulah orangnya yang dapat menghidupkan orang mati, apalagi mematikan orang yang masih hidup!

21. Sarkasme yaitu majas yang berisi ungkapan sebagai bentuk sindiran yang keras dan tidak menyenangkan untuk didengar.

Contoh:

a) Memang kamu tidak rakus, hidangan di atas meja ludes kamu makan.

b) Cara pandangmu menghina kami.

c. Gaya Bahasa Pertautan

Gaya bahasa pertautan adalah gaya bahasa yang mengandung maksud untuk mengaitkan sesuatu hal dengan hal lainnya sehingga memiliki keterkaitan antara keduanya. Tarigan (2009:119) berpendapat bahwa gaya bahasa pertautan adalah bahasa kiasan yang menautkan atau mengaitkan sesuatu hal dengan hal lainnya. Adapun gaya bahasa pertautan terdiri atas:

1. Metonimia merupakan gaya bahasa yang menggunakan kata-kata berdasarkan kriteria atau bentuk sesuatu yang dikaitkan dengan nama orang, barang, atau yang lain sebagai pengganti.

Contoh:

- a) Kakak saya tidak dapat melihat dengan jelas karena kontak lensanya jatuh dan pecah.
- b) Berapasih harga Lancer sekarang ini?

2. Sinekdoke merupakan majas yang menyebutkan nama bagian sebagai pengganti nama keseluruhannya atau sebaliknya.

Contoh:

- a) Budaya K-Pop telah berkembang dikalangan remaja baik wanita maupun pria.
- b) Lagu Anging Mammiri merupakan ciri khas lagu daerah Sulawesi Selatan Khususnya Makassar.

3. Alusi adalah majas yang mengungkapkan suatu peristiwa atau tentang tokoh secara tidak langsung berdasarkan pengetahuan atau pendapat yang dimiliki oleh pengarang.

Contoh:

- a) Saya takut membayangkan kembali peristiwa G30S PKI.
- b) Tugu ini mengingatkan kita kembali ke peristiwa Bandung Selatan.

4. Eufemisme adalah gaya bahasa yang menggunakan ungkapan yang halus untuk mengganti ungkapan yang dianggap lebih kasar.

Contoh:

- a) Tunawicara pengganti bisu.
- b) Tunarungu pengganti tuli.

5. Eponim adalah gaya bahasa berupa ungkapan nama seseorang yang digunakan untuk menyatakan sifat tertentu.

Contoh:

- a) Dewi Fortuna menyatakan keberuntungan.
- b) Hercules menyatakan kekuatan.

6. Epitet merupakan majas berupa ungkapan untuk menyatakan sifat atau ciri khas seseorang atau suatu hal.

Contoh:

- a) Petani malam itu memanen manga dan papayaku beramairamai. (Petani malam pengganti kalong)
- b) Putri malam menyambut datangnya para remaja yang sedang dimabuk asmara. (Putri malam pengganti bulan)

7. Antonomasi merupakan gaya bahasa yang menggunakan ungkapan jabatan sebagai pengganti nama seseorang.

Contoh:

- a) Presiden mendatangi kediaman Wakil Presiden.
- b) Bupati Sinjai akan meresmikan pembukaan seminar Kultur Sulawesi di Sinjai pekan depan.

8. Erotesis adalah majas yang menggunakan ungkapan dalam bentuk pertanyaan yang biasa dipakai dalam pidato dan tidak menuntut adanya jawaban dari pendengar.

Contoh:

- a) Para pendidikkah yang harus menanggung akibat dari semua kegagalan dan kemerosotan pendidikan di Tanah Air tercinta ini?
- b) Apakah wajar bila seluruh kesalahan murid ditimpakan kepada para guru?

9. Paralelisme merupakan gaya bahasa yang menggunakan struktur kalimat yang berimbang.

Contoh:

- a) Pria dan wanita memiliki hak dan kewajiban yang sama secara hukum.
- b) Bukan saja korupsi itu harus dikutuk, tetapi juga harus diberantas di Negara Indonesia ini.

10. Elipsis ialah majas yang menghilangkan beberapa unsur dalam kalimat yang lengkap.

Contoh:

a) Saya akan berangkat sore ini. (Penghilangan keterangan tempat atau tujuan).

b) Orang itu memukul dengan sekuat tenaga. (Penghilangan objek)

11. Asindeton yaitu majas yang tidak menggunakan kata sambung diantara kata, frasa, atau klausa yang sederajat.

Contoh:

a) Dosen saya fasih berbahasa Inggris, Korea, Jepang, Bugis, dan Melayu.

b) Saya lihat, saya suka, saya tawar, saya beli, saya bawa pulang, saya perlihatkan kepada adik saya.

12. Polisindeton adalah majas yang menggunakan kata sambung di antara kata, frasa, atau klausa yang sederajat.

Contoh:

a) Ayah saya menanam tomat dan paprika dan jeruk di kebun belakang rumah.

b) Harga cengkeh dan coklat dan merica sangat menggembirakan warga desa tahun ini.

d. Gaya Bahasa Perulangan

Gaya bahasa perulangan adalah gaya bahasa yang berisikan maksud untuk mengulang kata atau frasa dalam kalimat. Adapun pembagian gaya bahasa atau majas perulangan ini meliputi:

1. Aliterasi merupakan majas yang mengulang huruf konsonan yang sama dalam suatu kalimat.

Contoh:

a) Datang Dari Desa.

b) Ini lah indah nya impi an.

2. Asonansi adalah salah satu gaya bahasa perulangan yang mengulangi bunyi vokal yang sama dalam kalimat.

Contoh:

a) Muka Muda Mudah Muram

Tiada singa tiada biasa Jaga harga tahan raga

b) Kura-kura dalam perahu Kura-kura dalam perahu

Pura-pura tidak tahu

Sudah tahu bertanya pula

3. Antanaklasis merupakan gaya bahasa yang mengulang kata yang sama bunyinya namun maknanya berbeda.

Contoh:

a) Maya menjadi buah bibir tetangga karena buah penanya itu.

b) Buah cakap orang di kampung saya berasal dari buah pikiran lelaki tua itu.

4. Kiasmus yaitu majas yang mengulang kata dalam kalimat, tetapi makna kata yang diulang tersebut menjadi makna yang kebalikan dalam kalimat.

Contoh:

a) Yang kaya merasa dirinya miskin, yang miskin merasa dirinya kaya.

b) Mereka menyalahkan yang benar, namun membenarkan yang salah.

5. Epizeukis adalah majas perulangan yang mengulang kata yang dianggap penting secara berulang-ulang dalam kalimat.

Contoh:

a) Engkaulah istriku, memang engkaulah istriku yang menjadi penyemangatku setiap hari.

b) Kamu harus beristirahat, ingat beristirahat agar kesehatanmu cepat pulih kembali.

6. Tautotes adalah gaya bahasa yang mengulang sebuah kata dalam kalimat.

Contoh:

a) Aku adalah kau, kau adalah aku, aku dan kamu menjadi padu.

b) Maya menuduh Mumun, Mumun menuduh Maya, Maya dan Mumun saling menuduh.

7. Anafora merupakan gaya bahasa yang mengulang kata pertama pada setiap kalimat dalam sebuah paragraf.

Contoh:

a) Dengan giat belajar, kamu bisa memasuki perguruan tinggi.

Dengan giat belajar, segala ujianmu dapat kamu selesaikan dengan baik.

Dengan giat belajar, kamu dapat menjadi sarjana.

Dengan giat belajar, kamu dapat mencapai cita-citamu.

b) Tanpa iman yang teguh engkau mudah masuk ke dalam jurang kenistaan.

Tanpa iman yang teguh, engkau dapat dengan mudah digoda oleh pria.

Tanpa iman yang teguh, hidupmu tidak akan damai.

8. Epistrofa adalah majas yang mengulang kata atau frasa yang terdapat pada akhir kalimat yang berurutan.

Contoh:

- a) Kemarin adalah hari ini Besok adalah hari ini Hidup adalah hari ini
- b) Bahasa resmi kita adalah bahasa Indonesia Bahasa persatuan adalah bahasa Indonesia Bahasa nasional adalah bahasa Indonesia

9. Simploke adalah majas yang mengulang kata-kata pada awal dan akhir kalimat secara berturut-turut.

Contoh:

- a) Nenek bilang saya rajin, saya bilang terima kasih Nenek bilang saya tekun, saya bilang terima kasih Nenek bilang saya ulet, saya bilang terima kasih
- b) Ayah minta saya menolaknya, saya tegaskan saya tidak mau Ayah minta saya bercerai, saya tegaskan saya tidak mau Ayah minta saya putus hubungan, saya tegaskan saya tidak mau

10. Mesodiplosis merupakan gaya bahasa perulangan yang mengulang kata atau frasa secara beruntun di tengah kalimat.

Contoh:

- a) Para petani harus meningkatkan hasil pertanian Para pendidik harus meningkatkan kecerdasan bangsa Para dokter harus meningkatkan kesehatan masyarakat
- b) Orang tua merindukan sang anak Sang anak merindukan orang tua

11. Epanalepsis merupakan gaya bahasa yang mengulang kata pertama dan terakhir di dalam kalimat.

Contoh:

- a) Dialah yang bertanggung jawab atas musibah ini, dialah.
- b) Semangat mencapai cita-citamu, selamat.

12. Anadiplosis adalah majas perulangan yang mengulang kata atau frasa terakhir dari suatu kalimat menjadi kata atau frasa pertama dalam kalimat berikutnya. Contoh:

a) Dalam raga ada darah Dalam darah ada tenaga Dalam tenaga ada daya

Dalam daya ada segala

b) Dalam mata ada kaca Dalam kaca ada adinda Dalam adinda ada asa

Dalam asa ada cinta

13. Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

Contoh:

a) *maukah kau **pergi bersama** serangga-serangga tanah, **pergi bersama** kecoak-kecoak, **pergi bersama** mereka yang **menyusupi** tanah, **menyusupi** alam ?*

2. Iklan

a. Pengertian Iklan

Dalam suatu bisnis, perusahaan melakukan upaya promosi barang dan jasa dengan memanfaatkan media tertentu. Pemilihan media tidak bisa dilakukan sembarang, melainkan dengan mempertimbangkan target audiens dan sebagainya. Istilah iklan barangkali sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat. Iklan sering muncul diberbagai media, baik televisi, radio, surat kabar, majalah, media online, hingga baliho disepanjang jalan yang dilalui. Menurut Morissan (2010:17) iklan adalah setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang

diketahui. Adapun maksud “dibayar” pada definisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli. Maksud kata “nonpersonal” berarti suatu iklan melibatkan media massa (TV, koran, radio, majalah) yang dapat mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu atau bersamaan.

Segi positif dari periklanan adalah dapat diungkapkan melalui arti lain yang mengatakan bahwa: “Periklanan merupakan cara menjual dengan melalui penyebaran informasi”. Strategi pemasaran dalam sebuah iklan banyak berkaitan dengan komunikasi. Periklanan adalah salah satu bentuk khusus komunikasi yang digunakan untuk memenuhi fungsi pemasaran dari sebuah produk. Supaya dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan, yaitu harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak. Akan tetapi periklanan juga harus mampu membujuk semua masyarakat agar berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran untuk mencetak penjualan dan keuntungan. Periklanan diharapkan mampu mengarahkan pembeli atau masyarakat untuk membeli produk-produk yang sudah dirancang sedemikian rupa oleh departemen pemasaran, sehingga diyakini dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen yang membeli barang tersebut. Iklan bertujuan untuk mempengaruhi atau mengubah sikap-sikap masyarakat (konsumen). Iklan komersial bertujuan untuk membujuk masyarakat untuk membeli produk A, bukannya membeli produk B.

b. Jenis-jenis Iklan

Di era digital ini, iklan ada dimana-mana dengan tujuan utamanya untuk mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu yang spesifik. Menurut Morissan (2010:20) secara garis besar, iklan dapat digolongkan menjadi tujuh kategori pokok, yaitu:

- (1) Iklan konsumen (*consumer advertising*). Iklan konsumen terdapat dalam dua macam yang biasa dibeli oleh masyarakat, barang konsumen (*consumer goods*) berupa bahan makanan, shampo, sabun, dan sebagainya. serta barang tahan lama (*durable goods*), misalnya rumah, mobil, perhiasan, dan sebagainya. Bersama dengan jasa konsumen (*consumer services*) yaitu layanan untuk keamanan dan kesejahteraan seperti bank, asuransi, investasi, bengkel reparasi, dan sebagainya. semua macam barang tersebut diiklankan lewat media sesuai lapisan sosial (*social grades*) tertentu yang hendak dibidik.
- (2) Iklan antarbisnis (*Business-to-business advertising*). Iklan antarbisnis berfungsi untuk mempromosikan barang-barang dan jasa non-konsumen. Artinya, baik pemasangan maupun sasaran iklan sama-sama perusahaan. Produk yang di iklankan adalah iklan bahanbahan mentah, komponen, suku cadang, asesoris-asesoris, dan sebagainya.
- (3) Iklan perdagangan (*Trade Adversitng*). Iklan perdagangan secara khusus ditujukan kepada kalangan penyalur barang, pedagang-pedagang kulakan besar, para agen, eksportir/ improtir, dan para pedagang besar dan kecil.

- (4) Iklan Eceran (*Retail Advertising*). Iklan eceran contohnya iklan-iklan yang dilancarkan oleh pasar-pasar swalayan ataupun toko-toko serba ada berukuran besar. Iklan ini dibuat dan disebarluaskan oleh pihak pemasok atau perusahaan/pabrik pembuat produk tadi kepada konsumen.
- (5) Iklan keuangan (*Financial Advertising*). Secara umum pada iklan keuangan meliputi beberapa iklan, yaitu iklan untuk bank, jasa tabungan, asuransi, dan investasi. Sebagai pelengkap iklan yang ditujukan kepada konsumen atau klien, kadang-kadang disertakan pula laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan, termasuk prospektus-prospektus perusahaan secara lengkap menyongsong penerbitan saham baru, catatan investasi dalam bentuk obligasi, serta pemberitahuan mengenai berbagai hal lainnya yang menyangkut keuangan.
- (6) Iklan Rekrutmen (*Recruitmen Advertising*). Iklan rekrutmen bertujuan untuk memasukan calon pegawai seperti anggota polisi, angkatan bersenjata, perusahaan swasta, dan badanbadan umum lainnya. Bentuknya antara lain iklan kolom yang didalamnya menjanjikan untuk merahasiakan pelamar (*classified*) atau iklan selebaran biasa.

Berdasarkan jenis-jenis iklan tersebut, peneliti menganalisis iklan konsumen (*consumer advertising*).

c. Tujuan iklan

Dapat dikaji menurut peneliti dari berbagai ahli tentang tujuan iklan dan fungsi iklan memberi tahu audiens tentang produk baru, memengaruhi atau membujuk audiens, mendorong konsumen untuk membeli atau membeli kembali,

mempertahankan loyalitas pelanggan, dan memastikan bahwa produk tersebut memiliki citra positif di tengah masyarakat dan membangun kesadaran merek dan memastikan pilihan produk yang tepat bagi konsumen. Dari penjelasan tujuan iklan.

d. Fungsi iklan

Dari penjelasan dari tujuan iklan, Menurut Shimp dikutip Hartini (2016) secara umum periklanan mempunyai fungsi komunikasi paling penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi lainnya seperti saat ini tentang iklan kosmetik yang di tayangkan di televisi Trans TV yang akan di jabarkan secara rinci sebagai berikut:

1. memberi informasi membuat konsumen sadar (*aware*) akan merek-merek baru, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.
2. mempersuasi iklan yang berfungsi untuk membangkitkan khalayak sesuai pesan yang diiklankan, hal ini meliputi daya tarik emosi, menyampaikan informasi tentang ciri suatu produk. Dimana iklan yang efektif akan mampu *mempersuasi* (membujuk) pelanggan untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang diiklankan.
3. mengingatkan iklan menjaga agar merek perusahaan tetap tertanam dalam benak atau ingatan para konsumen. Periklanan yang efektif juga meningkatkan minat konsumen terhadap merek yang sudah ada dan pembelian sebuah merek yang mungkin tidak akan dipilihnya.

4. memberikan nilai tambah periklanan memberikan nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi konsumen. Periklanan yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, bergaya, bergengsi dan lebih unggul dari tawaran pesaing.

B. Kajian Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan merupakan suatu penelitian yang mempunyai keterkaitan dan hubungan dengan pokok masalah yang sedang dibahas dan diteliti. Ada beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh:

1. Andini Anggraeni Putri, Titik Sudiatmi, Suparmin mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya bahasa yang digunakan dalam slogan iklan minuman teh di media sosial instagram. Objek dalam penelitian ini adalah iklan minuman teh yang di unduh melalui media sosial instagram. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, teknik baca dan teknik catat. Penelitian ini menganalisis gaya bahasa dalam slogan iklan minuman teh di media sosial instagram. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil yang diperoleh iklan di media sosial instagram ada beberapa penggunaan gaya bahasa diantaranya gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan dan gaya bahasa perulangan. Penyusunan

iklan menggunakan gaya bahasa dengan tujuan untuk memperindah tulisan supaya menarik dan untuk menekankan pesan iklan supaya dapat diterima konsumen. Gaya bahasa banyak digunakan dalam iklan minuman. Selain gaya bahasa yang terdapat pada tiap-tiap iklan minuman, terkandung makna pada iklan minuman teh di media. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa dalam slogan iklan minuman teh di media sosial instagram berupa 14 gaya bahasa. Gaya bahasa dalam slogan iklan minuman teh di media sosial instagram yang digunakan diantaranya adalah 2 gaya bahasa asonansi, 5 gaya bahasa hiperbola, 1 gaya bahasa elipsis, 2 gaya bahasa personifikasi, 2 gaya bahasa erotesis atau pertanyaan retorik, dan 2 gaya bahasa metafora.

2. Natalis Haryanto Widyanto (2018) Analisis diksi dan gaya bahasa dalam iklan barang dan iklan jasa koran Pontianak Post edisi Oktober 2016, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Dalam penelitian ini mengangkat dua rumusan masalah, yaitu jenis diksi dan jenis gaya bahasa dalam iklan barang dan jasa Koran Pontianak Post edisi 2016. Berdasarkan hasil pembahasan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut. Pertama, jenis diksi yang ditemukan adalah kata abstrak, kata konkret, kata umum, kata khusus, kata populer, kata kajian, kata nonbaku, dan kata serapan serta kata konotasi dan kata denotasi. Peneliti menemukan sepuluh kata abstrak, empat kata konkret, tiga kata umum, 14 kata khusus, satu kata populer, delapan kata kajian, empat kata nonbaku, 22 kata asli, dan 12 kata serapan, serta dua kata denotasi dan tujuh kata konotasi. Kedua, peneliti menemukan empat jenis gaya bahasa yang terdapat dalam iklan barang dan iklan jasa Koran Pontianak post edisi Oktober

2016. Keempat jenis gaya bahasa tersebut adalah gaya bahasa metafora, gaya bahasa aliterasi, gaya bahasa personifikasi, dan gaya bahasa metafora. Peneliti menemukan 23 gaya bahasa hiperbola, tiga gaya bahasa aliterasi, tiga gaya bahasa aliterasi, tiga gaya bahasa personifikasi, dan tiga gaya bahasa metafora.

3. Deary Pratama Husen, Agus Wartiningih, Agus Syahrani (2020) Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Untan Pontianak. Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Makanan Ringan di Pontianak Kalimantan Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan gaya bahasa yang digunakan dalam slogan jajanan dan mengetahui tujuan dari slogan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan mengikuti langkah-langkah pengumpulan, memilah, mengklarifikasi, menganalisis, dan menyimpulkan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena data yang diperoleh tidak dapat berupa angka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa telah dilakukan terhadap slogan makanan ringan di Pontianak Kalimantan Barat, ditemukan sebanyak 13 data slogan yang mengandung gaya bahasa. Hasil analisis tersebut terdiri dari 7 gaya bahasa hiperbola, 2 gaya bahasa metafora, 2 gaya bahasa repetisi, dan 2 makna denotatif (tidak mengandung gaya bahasa). Jenis gaya bahasa yang terdapat dalam slogan makanan ringan bermacam-macam sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh Keraf.
4. Siti Maemunah, Hendra Setiawan, Ferina Meliasanti (2022), Mahasiswa Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Singaperbangsa Karawang dengan judul Analisis Gaya Bahasa pada Slogan Iklan Makanan dan Minuman Serta Rekomendasinya Sebagai Bahan Ajar Teks Iklan di SMP.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis gaya bahasa yang terdapat pada slogan iklan produk makanan dan minuman yang ada di internet. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya iklan produk makanan dan minuman yang menggunakan slogan unik untuk menarik minat banyak orang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data serta mengambil kesimpulan dalam bentuk deskriptif. Hasil penelitian ini telah ditemukan jenis gaya bahasa berupa metafora, personifikasi, hiperbola, dan repetisi pada slogan iklan produk makanan dan minuman yang ada diinternet. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk membuat materi ajar berupa handout pembelajaran teks iklan yang terdapat pada jenjang SMP kelas VIII dengan menyajikan gaya bahasa yang telah ditemukan ke dalam materi ajar guna memberikan pemahaman mengenai gaya bahasa yang ada dalam slogan iklan kepada siswa.

5. Shelly Vaquita Sari mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Baturaja 2021. pada penelitian ini berupa gaya bahasa yang terdapat dalam kumpulan lirik lagu karya ecko show beserta makna yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dari penelitian dengan metode pengamatan yang dilakukan dengan mendengarkan dan melihat lirik lagu dan langsung dicatat. Subjek dan objek penelitian pada penelitian ini berupa gaya bahasa sindiran dalam kumpulan lirik lagu karya ecko show. Berdasarkan penelitian bahwa pada kumpulan lagu karya Ecko Show yang terdiri dari enam buah lirik lagu yaitu *Selebgram*, *Keadilan Yang Hilang*,

Merdeka, *Murka Bumi*, *Selera Tak Sesuai Salary*, dan *GWS62* terdapat 3 gaya bahasa sindiran yaitu sinisme, ironi dan sarkasme. Dari lirik lagu *Selebgram* terdapat 2 gaya bahasa ironi. Dari lirik lagu *Keadilan Yang Hilang* terdapat 9 gaya bahasa Ironi. Dari lirik lagu *Merdeka* terdapat 4 gaya bahasa Ironi. Dari lirik lagu *Murka Bumi* terdapat 6 gaya bahasa ironi. Dari lirik lagu *Selera Tak Sesuai Salary* terdapat 5 gaya bahasa sarkasme. Dari lirik lagu *GWS62* terdapat 3 gaya bahasa Ironi, 9 gaya bahasa sinisme, dan 2 gaya bahasa sarkasme.

Perbedaan penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah dari hasil yang didapat oleh peneliti. Penelitian terdahulu menggunakan metode pengamatan yang dilakukan dengan menonton tayangan iklan di televisi dan langsung dicatat. Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan mengamati jenis iklan lewat televisi dan kembali diamati pada youtube untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam mengenai jenis gaya bahasa dan makna semantik yang terkandung dalam iklan.