

ABSTRAK

Silau Wati. 2022. “Analisis Gaya Bahasa pada Iklan Kosmetik di Trans TV”
Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Baturaja. Pembimbing I: Dr. Bambang Sulistyو, M.Pd, Pembimbing II. M. Rama Sanjaya, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan analisis gaya bahasa pada iklan kosmetik . Iklan merupakan media penyaluran berita kepada khalayak umum. Iklan dapat bersifat persuasif artinya mengajak masyarakat untuk menggunakan produk yang dipasarkan melalui gaya bahasa yang disampaikan dalam iklan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan gaya bahasa apa sajakah yang terdapat dalam iklan kosmetik di stasiun televisi Trans TV. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi konsumen, masyarakat, peneliti, dan peneliti lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah iklan kosmetik yang bersumber dari stasiun televisi Trans TV. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah metode catat dan simak. Dalam menganalisis data peneliti mengelompokkan data berdasarkan teori yang ada, data dalam penelitian ini dianalisis dengan membaca data yang telah ditemukan dalam pengamatan terhadap iklan di televisi dan youtube, kemudian data dianalisis gaya bahasa dan mengklasifikasikan data kedalam macam-macam gaya bahasa berdasarkan teori yang sudah ada. selanjutnya mendeskripsikan makna yang terkandung dalam iklan dan mengklasifikasikan berdasarkan teori yang ada. Setelah itu peneliti melakukan pembahasan lebih dalam dan menarik kesimpulan. Dari hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa yang terdapat pada slogan iklan kosmetik, 5 gaya bahasa repitisi, 7 gaya bahasa asonasi, 12 gaya bahasa hiperbola, 3 gaya bahasa antiklimaks, 1 gaya bahasa personifikasi, 13 gaya bahasa metafora di dalam iklan kosmetik.

Kata Kunci: Analisis, Gaya Bahasa, Iklan.