

**STRUKTUR DAN FUNGSI BAHASA PADA WACANA IKLAN
TELEVISI EDISI RAMADHAN 1443 H**

SKRIPSI



OLEH :

PUTRI KARTIKA SARI

NPM. 19610006

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

FAKULTAS BAHASA DAN SAINS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2023

**STRUKTUR DAN FUNGSI BAHASA PADA WACANA IKLAN
TELEVISI EDISI RAMADHAN 1443 H**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Fakultas Bahasa dan Sains untuk memenuhi persyaratan penyelesaian

Program Sarjana Pendidikan Bahasa Indonesia

Oleh:

PUTRI KARTIKA SARI

NPM: 19610006

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

FAKULTAS BAHASA DAN SAINS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh : Putri Kartika Sari
NPM : 19610006
Judul : Struktur dan Fungsi Bahasa pada Wacana Iklan Televisi Edisi
Ramadhan 1443 H

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji pada tanggal 18 Januari 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat.

Penguji

TANDA TANGAN

Penguji I

Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M.Pd.

NIK : 94239-ET

Penguji II

Dr. Sueb Hadi Saputro, M.Pd.

NIK : 8983-ET

Penguji III

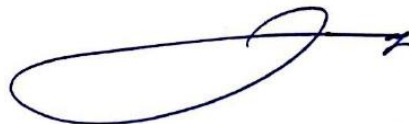
Dr. Roely Ardiansyah, S.Pd., M.Pd.

NIK : 10422-ET



Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Sains



Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M.Pd.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Putri Kartika Sari, NPM 19610006, dengan judul *Struktur dan Fungsi Bahasa pada wacana Iklan Edisi Ramadhan 1443 H* telah memenuhi syarat untuk diikutkan dalam ujian.

Surabaya, 12 Januari 2023

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M.Pd.

Dosen Pembimbing II



Dr. Roely Ardiansyah, S.Pd., M.Pd.

SURAT PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Putri Kartika Sari

NPM : 19610006

Jurusan : Pendidikan Bahasa Indonesia

Alamat : Jl. Bukit Pakis Timut II G No.20, Surabaya, Jawa Timur.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang diujikan ini benar-benar hasil kerja keras saya sendiri (bukan hasil jiplakan baik sebagian maupun seluruhnya).
2. Apabila pada kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil jiplakan, saya akan menanggung risiko diperkarakan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Bahasa dan Sains Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 18 Januari 2023



Putri Kartika Sari

19610006

MOTTO

Berproses lambat belum tentu gagal,
tergesa-gesa juga tidak menjanjikan berhasil.

Intinya jangan berhenti, tekuni saja.

Banyak berdoa, dan percaya sama diri sendiri.

Allah pasti bantuin (:

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu saya tercinta yang selalu mendoakan setiap waktu dan selalu mendukung saya dalam segala hal sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi selama saya menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Aldo Paratma Wijayanto yang selalu mengajak saya keluar dan hanya sedikit membantu selama menyusun skripsi.
4. Sahabat-sahabat saya di kelas yaitu Yuke Elvin Herawati atau Watik yang selalu mengingatkan saya skripsi dan membantu saya menyelesaikan skripsi di Perpustakaan FBS, Debora Putri, Niken Wulandari, dan Alwafa Shandy yang telah menyemangati saya dalam proses penyusunan skripsi.
5. Sahabat saya yang sibuk dengan urusannya masing-masing yaitu Fira, Niken, Lia, Khusnul, Puput, Salsa, dan Shafa.
6. Teman-teman Ormawa Dewan Perwakilan Mahasiswa Periode 2021-2022 yaitu Erinna, Putri Devina, Ayu Aulia, Fera, Alfina, Fatich, dan Fitra.
7. Teman-teman UKM Karawitan dan Tari Kusuma Laras Ati Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Teman-teman seperjuangan di PBSI UWKS, terimakasih atas kebersamaannya selama 3,5 tahun ini memberikan pengalaman yang tak terlupakan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat -Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul dengan judul Struktur dan Fungsi Bahasa pada Wacana Iklan Televisi Edisi Ramadhan 1443 H . Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat menyelesaikan tugas akhir jenjang strata satu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Fakultas Bahasa dan Sains, Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan begitu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K), FICS, Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M. Pd., Dekan Fakultas Bahasa dan Sains Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Rini Damayanti, S. Pd. M.Hum., Kepala Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia.
4. Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M.Pd., dan Dr. Roely Ardiansyah, S.Pd., M.Pd., Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan perhatian dalam membimbing skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dosen penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang mendukung.

6. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Bahasa Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga.
7. Bapak Khoiri dan Ibu Lantur Asih selaku orang tua yang senantiasa mendoakan dan mendukung dalam segala hal.
8. Aldo Paratma Wijayanto yang selalu memberikan semangat kapan pun dan dimana pun hingga skripsi ini selesai.
9. Teman-teman Ormawa DPM Periode 2021-2022 dan UKM KTKL UWKS atas kebersamaan dan kekeluargaan kalian.
10. Teman-teman jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia angkatan 2019 atas kebersamaan selama 3,5 tahun di kampus.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang ikut mendoakan dan mendukung penulis selama proses penyelesaian skripsi.
12. Last but not least, terima kasih kepada diri sendiri yang telah melakukan semua kerja keras ini, dan bisa bertahan hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis berharap dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Surabaya, 17 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Definisi Istilah	8
BAB II : KAJIAN TEORI	10
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
2.2 Kajian Teori	13
2.2.1 Wacana	13
2.2.2 Iklan sebagai Wacana	14
2.2.3 Fungsi Bahasa	16
2.2.4 Fungsi Bahasa pada Iklan	16
2.2.5 Iklan	18
2.2.6 Fungsi Iklan	19
2.2.7 Jenis-jenis Iklan	21
2.2.8 Struktur Wacana Iklan	24
2.2.8.1 Butir Utama Iklan	24
2.2.8.1 Butir Badan Iklan	25
2.2.8.1 Butir Penutup Iklan	26

2.2.9 Youtube	27
BAB III : METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Data dan Sumber Penelitian	29
3.2.1 Data Penelitian.....	29
3.2.2 Sumber Data Penelitian	29
3.3 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Metode dan Teknik Penganalisisan Data	32
3.3.1 Metode Penganalisisan Data.....	32
3.3.2 Teknik Penganalisisan Data	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Struktur Iklan	37
4.1.1.1 Butir Utama Iklan.....	37
4.1.1.1.1 Proposisi yang Menekankan Keuntungan Calon Konsumen	37
4.1.1.1.2 Proposisi yang Membangkitkan Rasa Ingin Tahu Calon Konsumen	40
4.1.1.1.3 Proposisi Berupa Pertanyaan yang Menuntut Perhatian Lebih	45
4.1.1.1.4 Proposisi yang Memberi Komando atau Perintah Kepada Calon Konsumen	50
4.1.1.1.5 Proposisi yang Menarik Perhatian Konsumen Khusus.....	53
4.1.1.2 Butir Badan Iklan	54
4.1.1.2.1 Proposisi Alasan Subjektif.....	55
4.1.1.2.2 Proposisi Alasan Objektif	61
4.1.1.2.3 Proposisi Campuran Alasan Objektif dan Subjektif	62
4.1.1.3 Butir Penutup Iklan	64
4.1.1.3.1 Pengembangan dengan Teknik Keras dan Lunak.....	64
4.1.1.3.2 Pengembangan dengan Teknik Lunak.....	65
4.1.1.3.3 Pengembangan dengan Teknik Lunak dan Butir Pasif.....	67

4.1.1.3.4 Pengembangan dengan Teknik Keras dan Butir Pasif.....	69
4.1.2 Fungsi Bahasa Iklan.....	70
4.1.2.1 Fungsi Persuasif	70
4.1.2.2 Fungsi Informatif	72
4.1.2.3 Fungsi Membangun Citra.....	74
4.2 Pembahasan	75
BAB V : PENUTUP	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

ABSTRAK

Sari, Putri Kartika. 2022. *Struktur dan Fungsi Bahasa pada Wacana Iklan Televisi Edisi Ramadhan 1443 H*. Skripsi pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia. Fakultas Bahasa dan Sains. Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Pembimbing (1) Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M.Pd. (2) Dr. Roely Ardiansyah, S.Pd., M.Pd.

Kata kunci : Iklan, Struktur Iklan, Fungsi Bahasa, Ramadhan.

Sesuai dengan judul penelitian, maka rumusan masalah yang diambil adalah bagaimana struktur dan fungsi bahasa pada wacana iklan televisi edisi Ramadhan 1443 H. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan struktur pada wacana iklan televisi edisi Ramadhan 1443 H, dan mendeskripsikan fungsi bahasa pada wacana iklan televisi edisi Ramadhan 1443 H. Teori yang digunakan adalah wacana pada struktur iklan yang dibagi menjadi 3, yaitu butir utama (headline), badan iklan (body), dan penutup (close) serta fungsi bahasa pada iklan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena hasil laporan penelitian ini berupa rangkaian kata-kata. Sumber data pada penelitian ini adalah iklan Televisi edisi Ramadhan yang terdapat dalam *Youtube*, sedangkan untuk data penelitian ini berupa struktur wacana iklan berdasarkan proposisinya yang meliputi butir utama iklan, badan iklan, dan penutup serta fungsi bahasa yang dikomunikasikan pada iklan edisi Ramadhan 1443 H. Hasil penelitian ini berupa proposisi yang terdapat pada struktur iklan dan fungsi bahasa iklan televisi edisi Ramadhan 1443 H. Pada butir utama (headline), badan iklan (body), dan penutup (close). Butir utama iklan terdapat 5 proposisi yaitu (1) proposisi yang menekankan calon konsumen berupa hadiah dan potongan harga, (2) proposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu calon konsumen dengan menyebutkan komposisi dan manfaat produk, (3) proposisi berupa pertanyaan yang menuntut perhatian lebih dengan keunggulan dan manfaat produk, (4) proposisi yang memberikan komando atau perintah kepada calon konsumen untuk segera membeli, dan menikmati manfaat produk, dan (5) proposisi yang menarik perhatian konsumen khusus seperti anak-anak dan para ibu. Badan iklan dikelompokkan menjadi 3, yaitu (1) proposisi alasan subjektif berupa keunggulan produk, (2) proposisi alasan objektif mengenai kandungan produk, dan (3) proposisi campuran alasan subjektif dan objektif mengenai keunggulan produk dan pemberian hadiah. Penutup iklan terdapat empat pengembangan yaitu (1) pengembangan dengan teknik keras dan lunak yang memanfaatkan kalimat ajakan, (2) pengembangan dengan teknik lunak dengan menggunakan slogan dan manfaat produk, (3) pengembangan dengan campuran teknik lunak dan butir pasif dengan kalimat ajakan yang disertai informasi tambahan berupa nama perusahaan, (4) pengembangan dengan campuran teknik keras dan butir pasif berupa kalimat ajakan dan informasi tambahan dari produk. Pada fungsi iklan edisi Ramadhan meliputi fungsi (1) persuasif berupa kalimat yang mempengaruhi untuk melakukan sesuatu, (2) informatif berupa informasi produk, dan (3) membangun citra yang membentuk citra produk menjadi baik.