

**ANALISIS STRUKTUR WACANA IKLAN *TRAVEL* DALAM
MEDIA SOSIAL JENIS *YOUTUBE***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Satu di Antara Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Bahasa dan Sains Universitas Wijaya Kusuma Surabaya



OLEH :

SHOLECHA MAGFIROH WULANNINGRUM

NPM : 15610001

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA

INDONESIA

FAKULTAS BAHASA DAN SAINS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh : Sholecha Magfiroh Wulanningrum
NPM : 15610001
Judul : Analisis Struktur Wacana Iklan *Travel* Dalam Media Sosial Jenis *Youtube*

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji pada tanggal 17 Juli 2019 dan dinyatakan memenuhi syarat.

PENGUJI

TANDA TANGAN

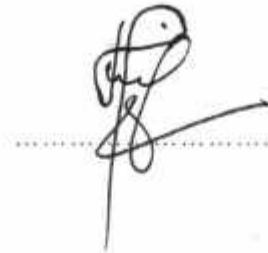
Dr. Agung Pranoto, M.Pd.
NIK. 91121-ET



Rini Damayanti, S.Pd.,M.Hum.
NIK. 14729-ET



Dr. H.Sueb Hadi Saputro, M.Pd.
NIK. 8983-ET



Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Sains



Dr. Fransisca Dwi Harjanti, M. Pd.
NIK. 94239-ET

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Sholecha Magfiroh Wulanningrum, 15610001, dengan judul *Struktur Wacana Iklan dalam Media Sosial Jenis Youtube* telah memenuhi syarat untuk diikutkan dalam ujian.

Surabaya, 17 Juli 2019

Disetujui Oleh:

Pembimbing Pertama,



Drs. Agung Pronoto, M.Si

Pembimbing Kedua,



Dr.H. Sueb Hadi Saputro, M.Pd

SURAT PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sholecha Magfiroh Wulanningrum
NPM : 15610001
Jurusan : Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Alamat : JL. Manukan Kasman 34. Surabaya

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 resiko diperkarakan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Sains Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 17 Juli 2019



Sholecha Magfiroh Wulanningrum

NPM 15610001

MOTTO

“Dalam hidup kita butuh waktu untuk memberi kesempatan pada orang yang ingin berusaha dalam mengerjakan suatu hal. Maka pergunakanlah kesempatan itu sebaik mungkin, karena kesempatan tidak datang dua kali. Hidup hanya sekali nikmati selagi kamu bisa dan percaya Allah selalu bersama kita.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur, saya sampaikan kepada Allah SWT, karena berkat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga karya yang sederhana ini dapat menjadi kenangan indah di masa kuliah. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua orang yang telah memberikan doa, semangat, serta dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta. Tidak terhitung doa dan kasih sayang yang telah mereka berikan. Mereka yang selalu mendampingi dan memberikan semangat disaat saya mulai lemah. Harapannya yang sangat kuat dan disertai dengan doa membuat saya bisa menyelesaikan skripsi ini, Semoga karya sederhana ini dapat membuat mereka bahagia.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa. Hanya karena rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Struktur Wacana Iklan *Travel* Dalam Media Sosial Jenis *Youtube*” sebagai syarat dalam menuntaskan jenjang Strata Satu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Fakultas Bahasa dan Sains, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada:

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp.THT-KL(K) 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 Ketua jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
4. Drs. Agung Pronoto, M.Pd dan Dr. H. Sueb Hadi Saputro, M.Pd dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dengan penuh kesabaran, perhatian, pengertian, motivasi, arahan, dan kritik yang berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen penguji proposal skripsi yang telah memberikan saran dan kritik yang berguna dalam melanjutkan penelitian.
6. Bapak/ibu dosen jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Bapak Abdul Kodir dan Ibu Kasening selaku orangtua yang senantiasa mendoakan, menyayangi, memberi motivasi, dan menasehati.

8. Moodboster yang selalu ada saat dibutuhkan, yang selalu memberikan semangat, yang sudah sabar menunggu sampai skripsi ini diselesaikan.
9. Teman-teman jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2015.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharpkan sumbang kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun untuk perbaikan penyusunan skripsi selanjutnya.

Surabaya, 17 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Definisi Operasional.....	6

BAB II KAJIAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
2.2 Pengertian Wacana.....	9
2.3 Analisis Wacana.....	10
2.4 Iklan Sebagai Wacana	11
2.5 Iklan.....	12
2.5.1 Jenis Iklan	14
2.5.1.1 Iklan Kelembagaan.....	14
2.5.1.2 Iklan Pasar	14
2.5.1.3 Iklan Politik.....	15
2.5.1.4 Iklan Pelayanan Masyarakat	15
2.5.2 Bagian-bagian Iklan	16
2.5.2.1 Bagian Awal (<i>opening</i>)	16
2.5.2.2 Badan Iklan	18
2.5.2.3 Penutup Iklan	18
2.5.2.4 Ilustrasi	19
2.6 Struktur Wacana Iklan.....	20
2.6.1 Butir Utama Iklan.....	21
2.6.2 Badan Iklan	22
2.6.3 Butir Penutup Iklan	23
2.7 Pengertian Youtube.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Sumber Data dan Data	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Teknik Penganalisisan Data	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
4.1 Struktur Wacana pada Butir Utama Iklan	32
4.1.1 Proposisi yang Menekankan Keuntungan Calon Konsumen	32
4.1.2 Proposisi yang Membangkitakan Rasa Ingin Tahu Para	
Calon Konsumen	35
4.1.3 Proposisi yang Berupa Pertanyaan yang Menuntut Perhatian	
Lebih	36
4.1.4 Proposisi yang Memberi Komando atau Perintah kepada	
Calon Konsumen	37
4.1.5 Proposisi yang Menarik Perhatian Konsumen Khusus.....	39
4.2 Struktur Wacana pada Badan iklan atau Isi Iklan	40
4.2.1 Proposisi Alasan Subjektif.....	41
4.2.2 Proposisi Alasan Objektif	43
4.2.3 Proposisi Campuran Alasan Objektif dan Subjektif.....	44
4.3 Struktur Wacana pada Penutup Iklan.....	45
4.3.1 Pengembangan Teknik Keras dan Lunak	45

4.3.2 Pengembangan Teknik Lunak	47
4.3.3 Pengembangan dengan Campuran Teknik Lunak dan Butir Pasif	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Simpulan	51
5.1.1 Struktur Wacana pada Butir Utama Iklan.....	51
5.1.2 Struktur Wacana pada Badan Iklan	51
5.1.3 Struktur Wacana pada Penutup Iklan	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	58

ABSTRAK

Wulanningrum, Sholecha Magfiroh. 2019. “Analisi Struktur Wacana iklan *Travel* dalam Media Sosial Jenis *Youtube*”. Skripsi pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Sains Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pembimbing: Drs. Agung Pronoto, M.Si. dan Dr. H. Sueb Hadi Saputro, M.Pd.

Kata kunci: analisis wacana, iklan, *youtube*

Penelitian ini berjudul Analisis struktur wacana iklan *travel* dalam media sosial jenis *youtube* mendeskripsikan struktur wacana dalam *youtube*. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana. Analisis wacana, jenis penelitian ini adalah kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Sumber data penelitian menggambarkan (1) struktur wacana iklan (a) butir utama, (b) badan iklan, (c) penutup iklan. Pada butir utama iklan dapat diperoleh proposisi yang menekankan calon konsumen, proposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu calon konsumen, proposisi yang berupa pertanyaan yang menuntut perhatian lebih, proposisi yang memberikan komando atau perintah kepada calon konsumen, proposisi yang menarik perhatian konsumen khusus. Dalam proposisi ini lebih menekankan dan meyakinkan apabila iklan mampu menarik perhatian pada konsumen yang dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian pada awal komunikasi. Pada badan iklan dapat diperoleh proposisi alasan subjektif, alasan subjektif berupa informasi yang dapat diterima oleh calon konsumen berupa hal-hal yang dapat mengajak emosional calon konsumen untuk menggunakan produk tertentu. Proposi alasan objektif, alasan objektif berupa informasi yang bersifat rasional yang dapat diterima calon konsumen. Proposisi campuran alasan objektif dan subjektif, kedua alasan tersebut digunakan untuk menarik minat calon konsumen lebih luas dan lebih banyak. Pada penutup iklan dapat diperoleh pengembangan dengan teknik keras dan lunak, teknik ini dipergunakan dalam iklan untuk mengajak untuk bertindak segera. Pengembangan dengan teknik lunak, teknik ini biasanya hanya bersifat menekankan informasi yang disampaikan pada badan iklan. Pengembangan dengan campuran teknik lunak dan butir pasif, teknik ini biasanya menggunakan teknik lunak karena sifatnya hanya menekankan.