

**ANALISIS PEMAKAIAN BAHASA GAUL DALAM IKLAN PRODUK
KOMERSIAL TELEVISI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai
Gelara Sarjana Pendidikan (S.Pd.) Program Studi
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*

Oleh

**NURMALIA
1402040199**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. 061-6622400 Ext, 22, 23, 30
Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

BERITA ACARA

Ujian Mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata 1
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, Tanggal 18 Oktober 2018 pada pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa:

Nama : Nurmalia
NPM : 1402040199
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Judul Skripsi : Analisis Pemakaian Bahasa Gaul Dalam Iklan Produk Komersial Televisi

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian Komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Ditetapkan : (A) Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat
() Memperbaiki Skripsi
() Tidak Lulus

PANITIA PELAKSANA

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.

Dr. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.

ANGGOTA PENGUJI:

1. Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.

1. _____

2. Dr. Mhd. Isman, M.Hum.

2. _____

3. Dr. Yusni Khairul Amri, M.Hum.

3. _____



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238

Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini yang diajukan oleh mahasiswa di bawah ini :

Nama Lengkap : Nurmalia

NPM : 1402040199

Program studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Judul Skripsi : Analisis Pemakaian Bahasa Gaul dalam Iklan Produk Komersial
Televisi

sudah layak disidangkan.

Medan, 10 Oktober 2018

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing,

Dr. Yusni Khairul Amri, M.Hum.

Diketahui oleh:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd, M.Pd

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



SURAT PERNYATAAN



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Nurmalia
NPM : 1402040199
Program studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Judul Skripsi : Analisis Pemakaian Bahasa Gaul dalam Iklan Produk Komersial Televisi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempah (dibuat) oleh orang lain dan juga tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 10 Agustus 2018

Hormat saya

Yang membuat pernyataan,



Diketahui oleh
Ketua Program Studi
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Nama Lengkap : Nurmalia
NPM : 1402040199
Program studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Judul Skripsi : Analisis Pemakaian Bahasa Gaul dalam Iklan Produk Komersial Televisi

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
03 -09-2018	Di BAB IV menambahkan Tabel- Tabel cara menganalisis.		
05 -09-2018	Spasi dan tanda baca di BAB IV dan BAB V.		
11 -09-2018	Di Bagian BAB IV diresan mana- nya, tanda bacanya diperbaiki.		
18 -9-2018	Spasi dan tanda baca di BAB IV.		
06-09-2018	Acc. skripsi, simp uluk maka hijau		

Medan, 10 Oktober 2018

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi,

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.

Dosen Pembimbing,

Dr. Yusni Khairul Amri, M.Hum.

ABSTRAK

NURMALIA. 1402040199. “Analisis Pemakaian Bahasa Gaul Dalam Iklan Produk Komersial Televisi”. Skripsi. Medan. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2018.

Penelitian ini membahas tentang proses pembentukan kata gaul yang dipakai di dalam iklan produk komersial televisi, makna pesan yang terdapat di dalam iklan yang memakai bahasa gaul pada iklan produk komersial televisi. Dalam penelitian ini digunakan metode dokumentasi dengan cara merekam dan memahami bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial televisi yang ditayangkan pada lima stasiun televisi swasta Indonesia periode 01 Agustus- 10 September 2018 dan dilanjutkan dengan teknik catat. Metode kualitatif digunakan untuk menganalisis proses pembentukan bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial televisi. Teori yang digunakan dalam pembentukan bahasa gaul pada iklan menggunakan teori J.S Badudu. Pembentukan bahasa gaul yang terdapat di dalam iklan banyak terbentuk dari gejala hiperkorek yaitu gejala bahasa yang menunjukkan sesuatu yang salah, baik ucapan maupun ejaan (tulisan). Selain gejala hiperkorek gejala bahasa lain yang membentuk bahasa gaul dalam iklan produk komersial televisi adalah: penghilangan fonem (afaresis, sinkop, apokop), penambahan fonem (protesis, epentesis, paragog) gejala adaptasi.

KATA PENGANTAR



Assalmu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan berkat ridho Allah SWT yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini Yang berjudul “ **Analisis Pemakaian Bahasa Gaul Dalam Iklan Produk Komersial Televisi**”. Shalawat beriring salam dipersembahkan kepada suri tauladan dan pembimbing kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ummat manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang menderang dan disinari cahaya imam dari islam. Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam proses memperoleh gelar sarjana pendidikan (S-1) pada program studi pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami rintangan dan kesulitan yang dihadapi baik dari segi waktu, materi, maupun tenaga. Namun, berkat usaha yang diridhoi Allah SWT penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan walaupun masih jauh dari kesempurnaan. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis yang luar biasa, terimakasih kepada ayahanda **Wagisan** dan ibunda **Umi Yanti** tercinta, yang selama ini telah mengasuh, membesarkan, mendidik, memberikan semangat, memberikan kasih sayang, dan cinta yang tiada temilai, memberikan do'a serta dukungan biak secara moral maupun material sehingga

penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Serta terimakasih kepada saudara kandung saya adik-adik tercinta yaitu **Fika Ramadhani** dan **Irfan Wahyudi** yang juga sedang menempuh pendidikan. Semoga kita sukses, dapat membanggakan, dan membahagiakan ayah dan ibu.

Penulis menyadari, bahwa skripsi dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena ini dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. **Dr. Agussani, M.AP.** Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Dr. Elfrianto Nasution, S.Pd.,M.Pd.** Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah bersedia meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis pada akhir persetujuan Skripsi ini.
3. Ibu **Dra. Hj. Syamsuyurnita, S.Pd.,M.Pd.** Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
4. **Dr. Mhd. Isman, M.Hum.** Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia.
5. Ibu **Aisiyah Aztry, M.Pd.** Sekretaris Jurusan Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia.
6. Bapak **Dr. Yusni Khairul Amri, M.Hum.** dosen pembimbing yang penulis sayang dan hormati, yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis

mengenai judul skripsi hingga sampai skripsi. Terimakasih kepada bapak yang telah memberi kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

7. Bapak **Dr.Charles Butar-butar.M.Pd.** selaku dosen PA saya selama saya kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh dosen Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalani studi di bangku perkuliahan.
9. Seluruh Staf Biro Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Bapak **Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd.** Kepala UPT Perpustakaan dan seluruh staf perpustakaan yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian di perpustakaan tersebut.
11. Untuk teman-teman seperjuangan angkatan 2014 kelas C-sore Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah melewati setiap semester dari semester 1 hingga semester VIII yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman yang baik.
12. Untuk teman terdekatku **Evi Julianti.** Terimakasih penulis untuk semua kenangan indah yang kita jalin dari awal perkuliahan sampai dimasa saat terakhir ini selalu memberi semangat satu sama lain.

13. Untuk teman spesial **Ramadhani**. Terimakasih penulis untuk selalu memberi semangat dan motivasi selama kuliah sampai sekarang ini.
14. Untuk teman seperjuangan satu dosen pembimbing. Terimakasih penulis untuk semua kenangan dan ilmu yang saling berbagi satu sama lain.
15. Untuk temen kost Alfalah 4 1D **Nurul, Ika, Desi**. Terimakasih penulis yang selalu memberikan semangat.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan. Sebagai manusia yang memiliki keterbatasan ilmu pengetahuan tentu jauh dari kesempurnaan dan tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca demi penyempurnaan skripsi ini selanjutnya. Harapan penulis semoga kripsi ini dapat bermanfaat bagi pendidikan pada umumnya dan khususnya bagi penulis.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, September 2018

Peneliti

Nurmalia
1402040199

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	4
B. Identitas Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORITIS	8
A. Kerangka Teoritis	8
1. Hakikat Bahasa.....	9
2. Fungsi Bahasa.....	10
3. Bahasa Gaul.....	11
4. Iklan Komersial	14

5. Kesalahan Diksi, dan ejaan	14
a. Kesalahan diksi	17
b. Kesalahan ejaan.....	19
6. Gejala-gejala bahasa	19
a. Penghilangan fonem	21
b. Penambahan fonem.....	22
c. Gejala Metasis.....	23
d. Gejala Adaptasi.....	24
e. Gejala Hiperkorek.....	24
f. Akronim	24
g. Singkatan.....	25
B. Kerangka Konseptual	26
C. Pernyataan penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
B. Sumber Data dan Data Penelitian	29
1. Sumber data	29
a. Sumber data primer.....	29
b. Sumber data sekunder.....	29
2. Data penelitian.....	30
a. Sumber data primer.....	30

b. Sumber data sekunder.....	30
C. Metode Penelitian.....	30
D. Variabel Penelitian	31
E. Instrumen Penelitian.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	34
A. Deskripsi Data Penelitian.....	34
1. Data Iklan Produk Komersial Televisi.....	34
B. Analisis Data Penelitian	39
1. Analisis Pembentukan Kata-kata Bahasa Gaul Pada Iklan Produk Komersial Televisi	39
2. Analisis Pesan atau Makna Yang Terdapat didalam Iklan Produk Komersail Televisi yang Memakai Bahasa Gaul.....	47
C. Jawaban Pernyataan Penelitian	53
D. Diskusi Hasil Penelitian	54
E. Keterbatasan Penelitian	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
A. Simpulan	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 3.1 Rencana Waktu Penelitian	28
Table 3.2 Pedoman dokumentasi data gambaran Pemakaian Bahasa Gaul dalam Iklan Produk Komersial Televisi.....	32
Table 4.1 Data-data gejala bahasa yang terdapat dalam iklan televisi.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Foto Produk Iklan Komersial Televisi Yang di ambil dari 5 Stasiun televisi Swasta MNCTV, RCTI, ANTV TRANSTV, dan SCTV	56
Lampiran 2. Foto Riset di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	61
Lampiran 3. Form K1	62
Lampiran 4. Form K2.....	63
Lampiran 5. Form K3.....	64
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan Proposal.....	65
Lampiran 7. Lembar Pengesahan Proposal.....	66
Lampiran 8. Surat Permohonan Seminar Proposal.....	67
Lampiran 9. Berita Acara Seminar Proposal Penguji.....	68
Lampiran 10. Berita Acara Seminar Proposal Pembimbing.....	69
Lampiran 11. Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal.....	70
Lampiran 12. Surat Keterangan Seminar Proposal	71
Lampiran 13. Surat Pernyataan Plagiat	72
Lampiran 14. Surat Izin.....	73
Lampiran 15. Surat Balasan Riset	74
Lampiran 16. Berita Acara Bimbingan Skripsi	75

Lampiran 16. Lembar Pengesahan Skripsi	76
Lampiran 17. Permohonan Ujian Skripsi.....	77
Lampiran 18. Daftar Riwayat Hidup	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa digunakan manusia sebagai alat komunikasi dalam upaya berinteraksi dengan sesamanya. Dalam kenyataannya, hal tersebut tidaklah mutlak bebas. Ada seperangkat aturan berbahasa yang telah disepakati oleh suatu masyarakat. Suatu kelompok orang atau masyarakat merupakan lingkungan untuk seseorang hidup dan bergaul dengan anggota-anggotanya yang lain sesuai dengan tata nilai yang menjadi pedoman mereka dalam upaya berinteraksi dengan sesamanya.

Bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi adalah cerminan bahasa masyarakat. Masyarakat dapat menyangkut masyarakat yang sangat luas dan dapat pula menyangkut sekelompok kecil orang. Suatu kelompok orang karena faktor daerah, profesi, dan hobi menggunakan bentuk bahasa yang penilaiannya sama terhadap norma-norma pemakaian bahasa yang digunakannya, dapat disebut sebagai masyarakat tutur. Variasi atau ragam bahasa yang digunakan dalam komunikasi setiap masyarakat tutur selalu berbeda.

Bahasa sebagian dari masyarakat merupakan gejala sosial yang tidak dapat dilepaskan dari pemakaiannya. Pengkaji bahasa sebagai alat komunikasi masyarakat dan segala aktivitasnya masuk dalam ranah ilmu sosiolinguistik. Sosiolinguistik merupakan cabang ilmu bahasa yang mempelajari berbagai macam ragam bahasa

berkenaan dengan fungsi pemakainnya. Dalam sosiolinguistik, bahasa dikaji sebagai saran interaksi atau komunikasi di dalam masyarakat. Setiap kegiatan kemasyarakatan manusia tidak akan terlepas dari penggunaan bahasa. Sosiolinguistik memberikan pedoman dalam berkomunikasi dengan menunjukkan bahasa, ragam bahasa atau gaya bahasa yang harus dipakai.

Chaer dan Agustina (2004:18) mengatakan bahwa fungsi bahasa adalah sebagai sarana komunikasi. Setiap anggota masyarakat dan komunitas selalu terlibat dalam komunikasi bahasa, baik dia bertindak sebagai komunikator (pembicara atau penulis) maupun sebagai komunikan (mitra bicara, penyimak, pendengar, atau pembaca). Jika bertolak pada fungsi dari bahasa, yaitu bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau berkomunikasi. Maka oleh sebab itu penggunaan bahasa meliputi ranah kehidupan manusia, baik di bidang pendidikan, ekonomi, perdagangan, kebudayaan, politik, hukum, maupun bidang-bidang kehidupan yang lain. Bisa dikatakan bahasa merupakan alat yang mampu untuk berhubungan manusia menyebabkan munculnya ragam bahasa. Setiap ragam bahasa memiliki ciri khas tersendiri. Hal ini juga tampak dalam ragam bahasa iklan.

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi. Iklan dalam berbagai media penyampaiannya ada yang diucapkan secara lisan, seperti melalui televisi, radio, dan media elektronik lainnya. Iklan juga disampaikan melalui tulisan, seperti dalam surat kabar, majalah, dan papan reklame. Adapun menurut para ahli pengertian iklan yaitu:

Menurut Klepper, 1986, dalam Widyatma (2009,15-16) mengatakan iklan berasal dari bahasa Latin, *ad-vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Sedangkan menurut Howard Stephenson (dalam Pujianto, 2013,3) mengatakan iklan adalah suatu kegiatan yang menggunakan sewa tempat pada salah satu media komunikasi, di mana suatu perusahaan memperkenalkan hasil produk barang atau jasa yang baru. Jadi iklan adalah sebuah pikiran yang memperkenalkan menggunakan komunikasi untuk menyampaikan pesan hasil produk barang atau jasa kepada publik.

Iklan berisi suatu pesan yang disiarkan kepada publik agar publik tertarik pada isi informasi tersebut. Bahasa iklan dalam dunia periklanan digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai produk atau jasa. Penggunaan bahasa pada iklan dibuat lebih menarik agar pesan yang disampaikan memiliki nilai jual dan menarik perhatian publik, sehingga publik terbujuk untuk membeli produk atau pun jasa yang ditawarkan. Sama halnya dengan penggunaan bahasa iklan di televisi, pemakaian bahasa iklan memiliki sifat-sifat persuasif, gaul, memakai ragam bahasa santai, memiliki unsur pengingat, lebih sering menggunakan kata-kata berkonotasi. Pemakaian pembentuk kata atau makna dalam iklan televisi sering didasarkan pada usia pendengar, daerah asal pendengar, tingkat sosial pendengar, dan jenis produk yang diiklankan. Pembentuk kata yang dipakai harus disesuaikan dengan mitra tutur atau pendengar, kebiasaan-kebiasan perilaku atau sasaran iklan, dan tempat-tempat yang biasa mereka melakukan aktivitasnya. Penggunaan bahasa atau

pembentukan bahasa gaul yang terdapat dalam iklan komersial di temukan gejala bahasa berupa hiperkorek, berikut ini merupakan contoh salah satu iklan komersial televisi. Iklan makanan: Sarimi isi 2 “Rasa ayam kecap mancaapp”, kata mancaapp berasal dari kata mantap, terdapat gejala hiperkorek, yaitu fonem /t/ diganti dengan fonem /c/ (Sumber televisi TRANSTV 22-01-2018: 16:58).

Bahasa iklan yang digunakan dalam iklan di atas memunculkan ragam bahasa informal dengan mencampur bahasa satu tuturan, pemilihan kata yang digunakan terkesan santai, luwes, komunikatif dan memiliki variasi berbeda untuk setiap jenis iklan, sehingga bisa dikatakan penggunaan bahasa dalam iklan yang ditayangkan di televisi menarik dan layak untuk peneliti kaji. Dari sinilah, peneliti mencoba mengkaji lebih dalam pemakaian bahasa iklan di televisi tersebut yang peneliti tuangkan dalam sebuah tulisan dengan judul Analisis Pemakaian Bahasa Gaul dalam Iklan Produk Komersial Televisi.

B. Identifikasi Masalah

Iklan komersial banyak hal yang dapat diteliti kejelasan identifikasi masalah sangat diperlukan sebagai pedoman bagi peneliti untuk memperoleh kemudahan proses penelaah sekaligus menghindari kemungkinan-kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam pembahasan.

Pendengar dan pembaca merupakan suatu rangkaian yang dihubungkan oleh bahasa yang digunakan. pendengar juga mempunyai kepekaan yang sangat tajam dan

kemampuan memahami bahasa yang sedang digunakan seperti penambahan fonem, penghilangan fonem dan singkatan dan akronim.

C. Batasan Masalah

Suatu penelitian harus dibatasi supaya penelitian terasa terarah dan tujuan penelitian tercapai. Di dalam penelitian ini penulis akan membatasi masalah hanya dari proses pembentukan kata bahasa gaul pada iklan produk komersial, makna atau pesan yang ingin disampaikan pengiklan khususnya penulis naskah iklan (*copy writer*) di dalam iklan yang memakai bahasa gaul. Data di ambil dari televisi yang diambil secara random pada lima stasiun televisi swasta indonesia (MNCTV, RCTI, SCTV, Trans TV, Antv).

D. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pembentukan bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial televisi?
2. Bagaimana pesan atau makna yang ingin disampaikan pengiklan khususnya penulis naskah iklan di dalam iklan produk komersial televisi yang menggunakan bahasa gaul?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mendeskripsikan proses pembentukan kata-kata bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial.
2. Untuk mengetahui pesan atau makna dari iklan produk komersial yang menggunakan bahasa gaul.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya baik secara teoritis maupun praktis. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis
 - a. Pembaca dapat mengetahui proses pembentukan kata pada bahasa gaul yang terdapat dalam iklan produk komersial.
 - b. Menambah khazanah pengetahuan pembaca tentang bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial.
2. Manfaat praktis
 - a. Masyarakat

Memberikan pandangan baru dan pengetahuan kepada masyarakat tentang iklan dan gejala bahasa. Karena sejatinya iklan bersifat persuasif

dan menarik, masyarakat harus teliti dalam memilih produk yang akan dibeli.

b. Praktis periklanan

Memberikan informasi kepada para praktisi-praktisi periklanan mengenai strategi-strategi kreatif atas penggunaan bahasa dalam pembuatan sebuah iklan, khususnya di media televisi.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kerangka Teoretis

Kerangka teoretis merupakan teori yang berhubungan dengan hakikat suatu penelitian untuk menjelaskan pengertian-pengertian variabel yang diteliti. Selain itu, kerangka teoretis juga membuat batasan dalam uraian atau pembahasan terhadap suatu permasalahan haruslah didukung oleh teori-teori yang objektif, kuat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

1. Hakikat Bahasa

Hakikat bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer (manasuka) yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Adapun hakikat bahasa menurut para ahli yaitu:

Chaer (2012:33), mengatakan definisi bahasa dari Kridalaksana yang sejalan dengan definisi mengenai bahasa dari beberapa pakar lain, kalau dibutiri akan didapatkan beberapa ciri atau sifat yang hakiki dari bahasa. Sifat atau ciri itu, antara lain adalah (1) bahasa itu adalah sebuah sistem, (2) bahasa itu berwujud lambang, (3) bahasa itu berupa bunyi, (4) bahasa itu bersifat arbitrer, (5) bahasa itu bermakna, (6) bahasa itu bersifat konvensional, (7) bahasa itu bersifat unik, (8) bahasa itu bersifat universal, (9) bahasa itu bersifat produktif, (10) bahasa itu bervariasi, (11)

bahasa itu bersifat dinamis, (12) bahasa itu berfungsi sebagai alat interaksi sosial, dan (13), bahasa itu merupakan identitas penuturnya.

2. Fungsi Bahasa

Fungsi bahasa yaitu sebagai alat berbicara pada manusia. Adapun fungsi bahasa menurut para ahli yaitu:

Lubis,1993, dalam Achmad dan Abdullah (2012:153) mengatakan bahwa fungsi bahasa yang digunakan didasarkan atas tujuan yaitu: personal, interpersonal, directive, referential dan imaginative. Bila diperhatikan secara seksama, kelima fungsi itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian utama saja yaitu fungsi personal dan fungsi interpersonal, fungsi direktif, referensial dan imajinatif digunakan untuk berhubungan dengan orang lain.

Holmes,1992, dalam Achmad dan abdullah (2012:153-154) mengatakan fungsi bahasa dibagi menjadi enam yaitu fungsi ekspresif (untuk mengekspresikan perasaan pembicara), fungsi direktif (untuk meminta seseorang untuk melakukan sesuatu), fungsi referensial (untuk menyediakan informasi), fungsi metalinguistik (untuk mengomentari tentang bahasa itu sendiri), fungsi puitis (untuk memfokuskan karakteristik bahasa yang estetik, misalnya, puisi, moto, dan ritme), fungsi fasis (untuk mengekspresikan suatu solidaritas dan empati kepada orang lain).

Jadi dapat disimpulkan bahwa fungsi bahasa yaitu sebagai alat berbicara, dan didasari atas tujuan sebagai berikut:

- personal dan fungsi interpersonal, fungsi direktif, referensial dan imajinatif digunakan untuk berhubungan dengan orang lain.
- ekspresif (untuk mengekspresikan perasaan pembicara), fungsi direktif (untuk meminta seseorang untuk melakukan sesuatu), fungsi referensial (untuk menyediakan informasi).

3. Bahasa Gaul

Bahasa gaul adalah dialek nonformal baik berupa slang atau prokem yang digunakan oleh kalangan tertentu. Adapun pengertian bahasa gaul menurut pendapat para ahli yaitu:

Sahertian, 2003 dalam Theodora (2013:03) mengemukakan ragam bahasa gaul atau dulunya dikenal sebagai bahasa prokem adalah dialek bahasa Indonesia non-formal yang terutama digunakan di daerah perkotaan. Bahasa ini pada kalangan tertentu, seperti homo seksual atau waria. Bahasa gaul merupakan salah satu ragam dari bahasa Indonesia yang digunakan sebagai bahasa pergaulan. Istilah ini muncul pada akhir Tahun 1980-an. Pada saat itu bahasa gaul dikenal sebagai bahasanya para bajingan atau anak jalanan, hal itu disebabkan arti kata prokem dalam pergaulan sehari-hari diartikan sebagai preman.

Moeliono ed,1991 dan Badudu,1998 dalam (Theodora,2013:03) mengatakan salah satu syarat bahasa yang baik dan benar adalah “pemakaian bahasa yang mengikuti kaidah yang dilakukan atau dianggap baku atau pemanfaatan ragam yang

tepat dan serasi menurut penutur golongan penutur dan jenis pemakaian bahasa”. Ragam bahasa gaul semacam ini merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan penduduk Jakarta yang sangat cosmopolitan. Oleh karena itu, banyak kalangan yang menyebutnya ragam santai dialek Jakarta.

Lumintang, dalam Theodora (2013:03) mengatakan bahasa gaul cenderung memilih ragam santai sehingga tidak terlalu baku dan kaku. Ketidakbakuan tersebut tercermin dari kosakata, struktur, kalimat dan intonasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa bahasa gaul adalah mengemukakan ragam bahasa gaul atau dulunya dikenal sebagai bahasa prokem adalah dialek bahasa Indonesia non-formal yang terutama digunakan di daerah perkotaan, penutur golongan penutur dan jenis pemakaian bahasa”. Ragam bahasa gaul semacam ini merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan penduduk Jakarta. Dan bahasa gaul cenderung memilih ragam santai sehingga tidak terlalu baku dan kaku. Ketidakbakuan tersebut tercermin dari kosakata, struktur, kalimat dan intonasi.

Adapun contoh bahasa gaul yang sering dipakai dalam pergaulan anak muda yaitu:

- Woles
- Cius Miapah
- Unyu
- Rempong
- PHP

(Sumber, Lumintang ,2013:03)

4. Iklan komersial

Iklan komersial adalah iklan yang mempromosikan produknya melalui televisi.

Adapun pengertian iklan komersial menurut pendapat para ahli yaitu:

Widyatama (2009:102,103) mengatakan Iklan komersial sering disebut pula dengan iklan bisnis. Sebagaimana namanya, iklan komersial atau iklan bisnis bertujuan mendapatkan keuntungan ekonomi, utamanya peningkatan penjualan. Produk yang ditawarkan dalam iklan ini sangat beragam, baik barang, jasa, ide, keanggotaan organisasi, dan lain-lain. Iklan komersial dapat dibagi dalam tiga jenis iklan, yaitu iklan untuk konsumen, untuk bisnis dan iklan profesional. Perbedaan yang esensial antara ketiganya adalah pada khalayak sasaran yang dituju. Namun semua iklan tersebut tetap dimaksudkan untuk mendapat keuntungan komersial.

Stephanie (2013:2) mengatakan Iklan komersial biasa sering disebut sebagai iklan yang mempromosikan produknya atau disebut juga dengan bisnis. Sebagaimana namanya iklan komersial atau iklan bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi yang terutama untuk peningkatan penjualan. Produk yang ditawarkan dalam iklan ini beragam.

Jadi dapat disimpulkan pengertian iklan komersial adalah iklan komersial atau iklan bisnis, Iklan komersial biasa sering disebut sebagai iklan yang mempromosikan produknya. Bertujuan mendapatkan keuntungan ekonomi, utamanya peningkatan penjualan. Produk yang ditawarkan dalam iklan ini sangat beragam, baik barang,

jasa, ide, keanggotaan organisasi, dan lain-lain. Iklan komersial dapat dibagi dalam tiga jenis iklan, yaitu iklan untuk konsumen, untuk bisnis dan iklan profesional.

Adapun contoh iklan komersial televisi:

- Good Day Coffe Mix “ *Ngeblind abis enakny*”.(Sumber MNCTV 22-01-2018: 17:00)
- Sarimi isi 2 “*Rasa ayam kecap mancaapp*”.(Sumber TRANSTV 22-01-2018: 16:58)

Analisis pembentuk kata-kata bahasa gaul pada iklan produk komersial televisi:

1. Produk minuman ringan: Good Day Coffe Mix

Ngeblind abis enakny

2. Produk makanan: Sarimi isi 2

Rasa ayam kecap mancaapp

Adapun gejala bahasa atau proses pembentuk bahasa gaul dlam iklan produk komersial televisi adalah:

1. Abis

Kata abis dalam iklan ini berasal dari kata dasar habis, terdapat gejala afaresis yaitu penghilangan fonem /h/.

2. Mancaapp

Kata mancaapp berasal dari kata mantap, terdapat gejala hiperkorek yaitu fonem /t/ diganti dengan fonem /c/.

Adapun pesan makna yang terdapat di dalam iklan produk komersial televisi yang menggunakan bahasa gaul sebagai berikut:

1. Good Day Coffe Mix “Ngeblend abis enaknya”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan kopi Good Day Coffe Mix adalah bahwa kopi Good Day Coffe Mix memiliki paduan kopi, susu, gula yang sangat pas. Kalimat “Ngeblend abis” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa paduan kopinya benar-benar tepat dan pas yang membuat rasa kopi ini menjadi enak.

2. Sarimi isi 2 “Rasa ayam kecap mancaapp”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan makanan Sarimi isi 2 adalah bahwa makanan Sarimi isi 2 memiliki dua isi dalam satu bungkus dan isinya lebih banyak dari makan mie yang lainnya. Kalimat “Rasa ayam kecap mancaapp” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa dalam makanan tersebut memiliki variasi rasa ayam kecap yang benar-benar membuat pembeli memakannya sangat enak ditambah ada campuran ayam kecap jadi semakin gurih.

Jadi dapat disimpulkan bahwa iklan produk komersial televisi terdapat bahasa gaul seperti “Ngeblind abis enaknya, dan Rasa ayam kecap mancaapp, dan dalam bahasa gaul tersebut terdapat gejala-gejala bahasa yaitu gejala penghilangan fonem yaitu afaresis dan gejala hiperkorek.

5. Kesalahan Diksi dan Ejaan

A. Kesalahan Diksi

Sugono (2009:222) mengatakan dalam penyusunan kalimat diperlukan kecermatan dalam memilih kata supaya kalimat yang dihasilkan memenuhi syarat sebagai kalimat yang baik. Bidang pemilihan kata itu disebut juga diksi. Jadi, kesalahan diksi ini meliputi kesalahan kalimat yang disebabkan oleh kesalahan penggunaan kata.

a). Pemakaian Kata Tidak Tepat adalah kata yang digunakan secara tidak tepat.

Kata *dari* atau *daripada* sering digunakan secara tidak tepat.

Contoh pemakaian kata tidak tepat menurut Sugono (2009:222) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Hasil *daripada* penjualan saham akan digunakan untuk memperluas bidang usaha.

Perbaikan

- Hasil penjualan saham akan digunakan untuk memperluas bidang usaha.

b). Penggunaan Kata Berpasangan (konjungsi korelatif) seperti baik, maupun, dan. Di dalam contoh-contoh berikut dikemukakan pemakaian kata berpasangan secara tidak tepat.

Contoh penggunaan kata berpasangan (konjungsi korelatif) menurut Sugono (2009:222) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Baik pedagang *ataupun* konsumen masih menunggu kepastian harga sehingga tidak terjadi transaksi jual beli

Perbaikan

- Baik pedagang *maupun* konsumen masih menunggu kepastian harga sehingga tidak terjadi transaksi jual beli.

c). Penggunaan Dua Kata adalah penggunaan dua kata yang makna dan fungsinya kurang lebih sama. Penggunaan dua kata secara serentak ini tidak efisien. Kata-kata yang sering dipakai secara serentak itu, bahkan pada posisi yang sama, antara lain ialah adalah merupakan, agar supaya, demi untuk, seperti misalnya, atau daftar nama-nama.

Contoh penggunaan dua kata menurut Sugono (2009:223) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Peningkatan mutu penggunaan bahasa Indonesia *adalah merupakan* kewajiban kita semua.

Perbaikan

- Peningkatan mutu penggunaan bahasa Indonesia *adalah* kewajiban kita semua.

d). Penghubung Antarkalimat dan Kata maka yaitu sering menyertai ungkapan penghubung antarkalimat, seperti sehubungan dengan itu mak, oleh karena itu, dengan demikian maka, setelah itu maka, jika demikian.

Contoh penghubungan antarkalimat dan kata maka menurut Sugono (2009:223) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Sehubung dengan itu *maka suatu* penelitian harus dibatasi secara jelas supaya simpulannya terandalkan.

Perbaikan

- Sehubung dengan itu, *suatu* penelitian harus dibatasi secara jelas supaya simpulannya terandalkan.

e). Preposisi adalah verba yang disertai preposisi itu kebanyakan berupa verba yang disertai preposisi itu kebanyakan berupa verba intransitif.

Contoh preposisi menurut Sugono (2009:224) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Mereka pergi *luar* kota beberapa hari yang lalu.

Perbaikan

- Mereka *ke luar* kota beberapa hari yang lalu.

Kesimpulan dari kesalahan diksi dapat dibagi dalam beberapa bagian yaitu: penggunaan kata tidak tepat, penggunaan kata berpasangan, penggunaan dua kata, penghubung antarkalimat dan kata maka, dan peniadaan preposisi.

B. Kesalahan Ejaan

Sugono (2009:229) mengatakan penggunaan bahasa masih banyak kesalahan bahasa yang disebabkan oleh kesalahan penerapan ejaan, terutama tanda baca. Penyebabnya, antara lain ialah adanya perbedaan konsepsi, tanda baca di dalam ejaan sebelumnya tanda baca juga diartikan sebagai tanda bagaimana seharusnya membaca tulisan.

- a). Tanda koma di antara subjek dan predikat adalah penggunaan tanda koma itu tidak benar, karena subjek tidak dipisahkan oleh tanda koma dari predikat, kecuali pasangan tanda koma yang mengapit keterangan tambahan atau keterangan aposisi.

Contoh tanda koma di antara subjek dan predikat menurut Sugono (2009:229) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Mahasiswa yang akan mengikuti ujian akhir semester, diharapkan mendaftarkan diri di sekretariat.

Perbaikan

- Mahasiswa yang akan mengikuti ujian akhir semester diharapkan mendaftarkan diri di sekretariat.

- b). Tanda koma di antara keterangan dan subjek adalah keterangan kalimat yang panjang dan menempati posisi awal juga sering dipisahkan oleh tanda koma dan subjek kalimat padahal, meskipun panjang keterangan itu bukan anak kalimat.

Contoh tanda koma di antara keterangan dan subjek menurut Sugono (2009:230) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Dalam pemecahan masalah kenakalan anak kita memerlukan data dari beebagai pihak, antara lain dari pihak orang tua, sekolah, dan masyarakat tempat tinggalnya.

Perbaikan

- Dalam pemecahan masalah kenakalan anak, kita memerlukan data dari berbagai pihak, antara lain dari pihak orang tua, sekolah, dan masyarakat tempat tinggalnya.

c). Tanda koma di antara predikat dan objek ialah objek yang berupa anak kalimat juga sering dipisahkan dengan tanda koma dari predikat. Pemakain tanda koma seperti itu juga tidak benar karena objek tidak dipisahkan dengan tanda koma dari predikat.

Contoh tanda koma di antara predikat dan objek menurut Sugono (2009:230) adalah sebagai berikut:

Kata yang tidak tepat

- Tokoh tiga zaman itu menegaskan, perkembangan teknologi melaju begitu cepat dalam dua dasawarsa terakhir ini.

Perbaikan

- Tokoh tiga zaman itu menegaskan, “Perkembangan teknologi melaju begitu cepat dalam dua dasawarsa terakhir ini”.

Kesimpulan kesalahan ejaan dapat di bagi dalam beberapa bagian yaitu: tanda koma di antara subjek dan predikat, tanda koma di antara keterangan dan subjek, dan tanda koma di antara predikat dan objek.

6. Gejala-gejala bahasa

Badudu (1996:47) mengatakan gejala bahasa adalah peristiwa yang menyangkut bentukan-bentukan kata atau kalimat dengan segala proses pembentukannya. Beberapa gejala bahasa yang ditemukan dalam bahasa gaul pada penelitian sebelumnya berupa penghilang fonem (afaresis, sinkop, apokop), penambahan fonem (protesis, epentesis, paragog), gejala metis, gejala adaptasi, akronim, singkatan.

A. Penghilangan fonem

Badudu (1996:64) mengatakan Penghilangan fonem terdiri atas:

- a) Afaresis yaitu penghilangan fonem pada awal kata.

Contoh gejala afaresis menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Umudik menjadi mudik
- Stani (Sans) menjadi tani

Contoh gejala sinkop dalam bahasa gaul umum adalah:

- Emang menjadi memang
- Aja dari saja

- Naruh dari menaruh

b) Sinkop yaitu proses penghilang fonem ditengah kata

Contoh gejala sinkop menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Bahasa menjadi basa
- Sahaya menjadi saya
- Gemicik menjadi gemericik

Contoh gejala sinkop dalam bahasa gaul umum adalah:

- Asik dari asyik
- Sodara dari saudara
- B'lom dari belum
- Sapa dari siapa

c) Apokop yaitu proses pengilangan fonem pada akhir kata

Contoh gejala apokop menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Improt menjadi impor
- Eksprort menjadi ekspor

Contoh gejala apokop dalam bahasa gaul umum adalah:

- Kalo dari kalau
- Pake dari pakai
- Minim dari minimum

Kesimpulan dari penghilangan fonem adalah penghilangan fonem terdiri atas tiga bagian yaitu: afaresis yaitu penghilangan fonem di awal kata, sinkop yaitu

penghilangan fonem di tengah kata, dan apokop yaitu penghilangan fonem di akhir kata.

B. Penambahan fonem

Badudu (1996:63) mengatakan penambahan fonem terdiri atas:

- a) Protesis yaitu peristiwa penambahan fonem diawal kata.

Contoh gejala protesis menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Mas menjadi emas
 - Stri (sans) menjadi istri
- b) Epentesis yaitu peristiwa penambahan fonem ditengah kata.

Contoh gejala menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Kapak menjadi kampak
 - Sajak menjadi sanjak
 - Peduli menjadi perduli
- c) Pragog adalah peristiwa penambahan fonem di akhir kata.

Contoh gejala paragog menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- hulubala menjadi hulubalang
- Ina menajdi inang
- Sila menjadi silah (pada kata persilahkan)
- Adik menjadi andika

Kesimpulan dari penambahan fonem adalah penambahan fonem terdiri atas tiga bagian yaitu: protesis adalah penambahan fonem diawal kata, epentesis adalah

penambahan fonem ditengah kata, dan pragog adalah penambahan fonem di akhir kata.

C. Gejala Metasis

Badudu (1996:64) mengatakan gejala metasis adalah gejala yang memperlihatkan pertukaran tempat satu atau beberapa fonem.

Contoh gejala metasis menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Sapu menjadi usap
- Lekuk menjadi keluk
- Berantas menjadi banteras

Kesimpulan dari gejala metasis adalah gejala yang memperlihatkan pertukaran tempat satu atau beberapa fonem.

D. Gejala Adaptasi

Badudu (1996:65) mengatakan Adaptasi artinya penyesuaian. Kata-kata pungut yang diambil dari bahasa asing berubah bunyinya sesuai dengan pendengaran atau ucapan orang Indonesia.

Beberapa contoh adaptasi bahasa asing menjadi bahasa gaul berikut ini:

- Merit dari *merried* (Inggris)
- Plis dari *please* (Inggris)
- Akting dari *acting* (Inggris)
- Hepi dari *happy* (Inggris)

Kesimpulan dari gejala adaptasi adalah gejala yang artinya penyesuaian atau kata pungut yang diambil dari bahasa asing berubah bunyinya menjadi ucapan orang Indonesia dengan sesuai pendengaran masing-masing orang.

E. Gejala Hiperkorek

Badudu (1996:58) mengatakan gejala hiperkorek merupakan gejala pembentukan kata yang menunjukkan sesuatu yang salah, baik ucapan, maupun ejaan (tulisan).

Contoh gejala hiperkorek menurut Badudu adalah sebagai berikut:

- Zaman menjadi jaman
- Izin menjadi ijin
- Ijazah menjadi izazah

Kesimpulan dari gejala hiperkorek adalah gejala pembentukan kata yang menunjukkan sesuatu yang salah, baik ucapan maupun ejaan (tulisan).

F. Akronim

Simpen (2015:327) mengatakan akronim yaitu proses pemendekan yang dilakukan dengan cara menggabungkan huruf atau suku kata atau bagian lain yang ditulis atau dilafalkan seperti kata yang memenuhi kaidah fonotatik.

Contohnya:

- ABRI
- PUSDIKLAT
- SIDAK
- SISKAMPLING

- SENDRATARI

Kesimpulan dari akronim adalah pemendekan kata yang dilakukan dengan cara menggabungkan huruf dan suku kata atau bagian lain yang ditulis atau dilafalkan.

G. Singkatan

Simpen (2015:327) mengatakan singkatan yaitu salah satu hasil proses pemendekan yang berupa huruf atau gabungan huruf, baik yang dieja huruf demi huruf maupun tidak.

Contoh singkatan dalam bahasa gaul adalah:

- MBA dari *Married By Accident*
- TP dari Tebar Pesona
- PD dari Pecaya Diri.

Kesimpulan dari singkatan adalah salah satu proses pemendekan yang berupa huruf atau gabungan huruf, baik dieja maupun tidak.

B. Kerangka Konseptual

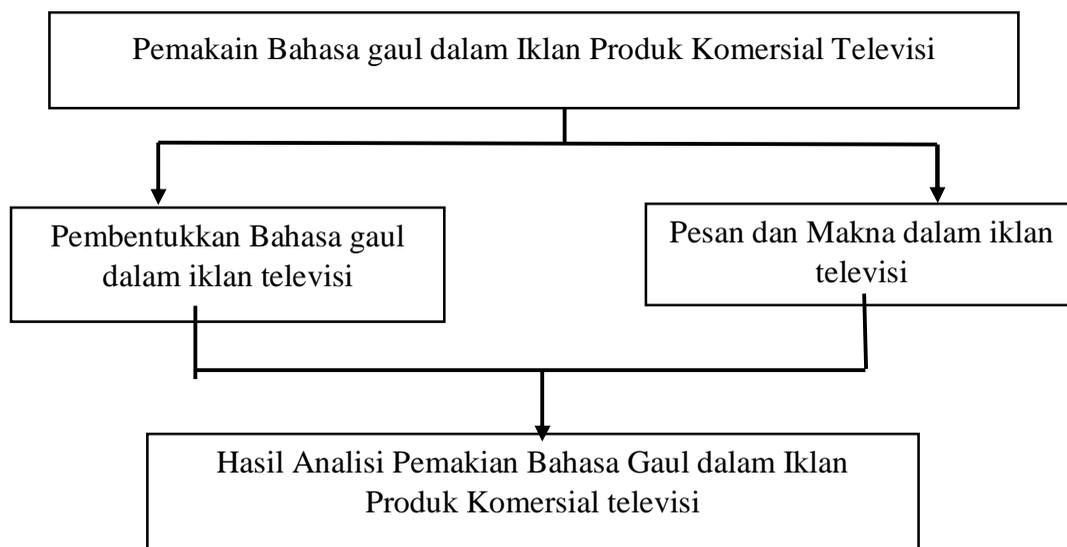
Dalam kerangka teoretis ini penulis telah menjelaskan hal-hal yang menjadi pokok permasalahan penelitian. Pada kerangka konseptual ini, akan disajikan konsep-konsep dasar permasalahan yaitu menganalisis bahasa gaul dalam iklan komersial televisi.

Bahasa gaul adalah mengemukakan ragam bahasa gaul atau dulunya dikenal sebagai bahasa prokem adalah dialek bahasa Indonesia nonformal yang terutama di

gunakan di daerah perkotaan, penutur golongan penutur dan jenis pemakaian bahasa”. Ragam bahasa gaul semacam ini merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan penduduk Jakarta. Dan bahasa gaul cenderung memilih ragam santai sehingga tidak terlalu baku dan kaku.

Iklan komersial adalah iklan komersial atau iklan bisnis, iklan komersial biasa sering disebut sebagai iklan yang mempromosikan produknya. Bertujuan mendapatkan keuntungan ekonomi, utamanya peningkatan penjualan.

Gejala bahasa adalah peristiwa yang menyangkut bentukan-bentukan kata atau kalimat dengan segala proses pembentukannya. Beberapa gejala bahasa yang ditemukan dalam bahasa gaul pada penelitian sebelumnya berupa penghilang fonem (afaresis, sinkop, apokop), penambahan fonem (efentesis, progog), metis, gejala adaptasi, akronim, singkatan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

C. Pernyataan Penelitian

Penelitian ini membahas tentang pemakaian iklan bahasa gaul dalam iklan produk komersial televisi. Adapun pernyataan penelitian ini adalah:

1. Ada proses pembentukan bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial televisi?
2. Ada pesan atau makna yang ingin disampaikan pengiklan khususnya penulis naskah iklan di dalam iklan produk komersial televisi yang menggunakan bahasa gaul?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan waktu

Penelitian ini adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian informasi tersebut dapat di ambil dalam objek tayangan iklan-iklan komersial televisi, sehingga tidak memerlukan lokasi khusus untuk penelitian. Sedangkan dilakukan pada November 2017 sampai dengan April 2018. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1

Rincian Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian																											
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Penyusunan Proposal	■																											
2	Bimbingan Proposal									■																			
3	Seminar Proposal									■																			
4	Perbaikan Proposal													■															
5	Surat Izin Penelitian													■															
6	Pelaksanaan Penelitian																	■											
7	Analisis Penelitian																					■							
8	Penulisan Skripsi																									■			

B. Sumber Data dan Data Penelitian

1. Sumber Data

Menurut Sugiono (2016:225) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

Sumber data penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer penelitian ini yaitu peneliti mengambil informasi sebagai sumber data yang diambil dengan cara merekam gambar pada iklan yang tayang televisi.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder penelitian ini adalah buku referensi sebagai penunjang terselesaikannya penelitian ini.

2. Data Penelitian

Data penelitian ini adalah bagian terpenting penelitian karena data itulah akan diolah dan dianalisis untuk menegaskan hasil penelitian. Data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer penelitian ini adalah hasil rekaman iklan yang tayang di televisi yang berbentuk rekaman atau video.

b. Data sekunder

Data sekunder penelitian ini adalah buku-buku referensi atas terselesaikannya penelitian ini.

C. Metode Penelitian

Sugiyono (2016:9) menyatakan Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah.

Metode kualitatif yakni bersifat holistik, kompleks, dinamis, dan penuh makna, sehingga tidak mungkin data pada situasi sosial tersebut dijangkau dengan metode penelitian kualitatif dengan instrumen seperti test, kuesioner, pedoman wawancara. Selain itu penelitian bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan pola, hipotesis dan teori.

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk membuat kualitatif dan analisis segi penonjolan kata dalam penggunaan bahasa gaul pada iklan komersial di televisi. Dengan menggunakan metode kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk mendapat gambaran yang jelas tentang segi penonjolan kata dalam penggunaan bahasa gaul dalam iklan komersial televisi yang akan dianalisis sesuai dengan data-data aslinya secara sistematis dan faktual.

D. Variabel Penelitian

Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berhubungan dengan variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang akan diteliti yaitu bahasa gaul yang dipakai dalam iklan iklan komersial televisi.

E. Instrumen penelitian

Sugiyono (2016:292) mengatakan Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Instrumen sebagai alat pada waktu penelitian yang menggunakan suatu metode. Menyusun instrumen penelitian dapat dilakukan penelitian jika penelitian telah memahami benar penelitiannya. Pemahaman terhadap variabel atau hubungan antar variabel merupakan modal penting bagi peneliti agar dapat menjabarkan menjadi sub variabel, indikator, deskriptor dan butir-butir instrumennya.

Adapun Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan alat dokumentasi, pedoman dokumentasi yaitu dengan merekam iklan produk komersial televisi dengan cara melihat dan memahami bahasa gaul yang digunakan pada iklan produk komersial televisi tersebut, serta mendeskripsikan pesan dan makna yang disampaikan pada pengiklan khususnya penulis naskah iklan tersebut.

Tabel 3.2

**Pedoman dokumentasi data gambaran Pemakaian Bahasa Gaul dalam Iklan
Produk Komersial Televisi**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Nama produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
1	Hiperkorek						
2	Afaresif						
3	Sinkop						
4	Paragog						
5	Epentesis						
6	Adaptasi						
7	Apokop						
8	Protesis						

Keterangan:

Jenis iklan seperti makanan ringan

Nama Produk seperti Sarimi isi 2

Bahasa gaul seperti Gak

Kata dasar seperti Tidak

Sumber seperti MNCTV

Tanggal atau jam tayang seperti 01-08-2018/ 17:00.

F. Teknik Analisis Data

Sugiyono(2016:244) mengatakan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan

lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang oenting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

- a. Peneliti menyaksikan atau menonton iklan komersial di televisi, memilih iklan komersial yang terdapat penggunaan bahasa gaulnya.
- b. Peneliti mengumpulkan data yang diperoleh melalui pencatatan dan rekaman camera digital atau handpone.
- c. Data tersebut kemudian ditranskrikan ke bentuk tulisan, lalu dikelompokkan atau diklasifikasikan.
- d. Data tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan segi penonjolan kata dan gejala bahasa yang terkandung dalam iklan komersial yang terdapat penggunaan bahasa gaulnya.
- e. Dari semua data yang telah dikelompokkan sebelumnya diidentifikasi, dianalisis satu persatu.
- f. Menarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Data Iklan Produk Komersial Televisi

Iklan merupakan sarana yang digunakan untuk menawarkan barang atau jasa kepada masyarakat. Bahasa yang digunakan dalam penyayangan iklan di televisi berfungsi sebagai alat promosi, yaitu bahasa yang menjadi alat permainan dan manipulasi oleh pihak televisi untuk menjual barang produksi kepada pemirsa dalam bentuk iklan. Pemasang iklan menggunakan pesan untuk mendapatkan keuntungan yaitu dengan mempersuasikan calon konsumen sedemikian rupa sehingga calon konsumen akan melakukan apa yang diharapkan pemasang iklan, atau membeli produk maupun jasa sesuai yang ditawarkan. Iklan tidak sekedar menyampaikan informasi tentang suatu komoditas (benda atau jasa), tetapi memiliki sifat mendorong dan membujuk agar kita menyukai, memilih dan membelinya. Iklan merupakan suatu kegiatan penyampaian berita yang disampaikan atas pesanan pihak yang ingin agar produk atau jasa yang dimaksud disukai, dipilih dan dibeli. Penyampaian informasi dalam iklan banyak sekali menggunakan bahasa agar iklan yang dibuat dapat menarik konsumen. Oleh karena itu adanya kreativitas berbahasa dalam pembuatan iklan.

Data dalam penelitian ini difokuskan pada bentuk pemakaian bahasa gaul pada iklan produk komersial televisi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik

rekam, di ambil dari televisi yang diambil secara random pada lima stasiun televisi swasta indonesia (MNCTV, RCTI, SCTV, Trans TV, Antv).

1. Berdasarkan data yang diperoleh dari iklan sebanyak 18 iklan tersebut.

Adapun gejala bahasa yang diperoleh dalam iklan tersebut adalah, hiperkorek: 18, afaresif: 10, sinkop: 1, paragog: 5, epentesis: 3, adaptasi: 4, apokop: 2, protes: 1.

2. Dari uraian di atas saya akan memaparkan data-data iklan yang terdapat pembentukan gejala bahasa.

Tabel 4.1
Data-data gejala bahasa yang terdapat dalam iklan televisi

- **Hiperkorek**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Nama produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
1.	Hiperkorek	Makanan ringan	TicTac	Gak	Tidak	MNCTV	01-08-2018 17:00
			Sarimi isi 2	Mancaapp	Mantap	TransTV	03-08-2018 16:00
		Biskuit	NabatiH ansel	Gue	Saya	Antv	05-08-2018 10:00
			Malkis Go Coklat	Cetarr	Istimewa	SCTV	08-08-2018 12:00
			Chips Ahoy	Bikin Aja	Buat Saja	TransTV RCTI	12-08-2018 13:00
			Gery salut	Mancaapp	Mantap	MNCTV	17-08-2018 13:10

			Better biscuit	Aja	Saja	MNCTV	20-08-2018 16:00
--	--	--	----------------	-----	------	-------	---------------------

		Permen	Mintz Mojiz	Prazaan Lo	Perasaan Lu	SCTV Antv	24-08-2018 8:00 24-08-2018 8:00
			Split	Bingit	Banget	Antv	30-08-2018 15:00
			Mentos marble	Empuk	Lembut	TransTV	01-09-2018 18:00
		Minuman	Sprite	Bokis	Bohong	TransTV	05-09-2018 23:40
			Teh gelas	Gak	Tidak	SCTV	08-09-2018 16:00
			BIG vit Vit le vita	Meroso oot	Meluncur	SCTV	09-09-2018 17:00
		Rokok	Sampoerna Hijau	Rame-rame	Ramai-ramai	SCTV	10-09-2018 21:00

Afaresif

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
2.	afaresif	Makanan ringan	TicTac	Gak	Tidak	MNC TV	01-08-2018 17:00
		Biskuit	Nabati hansel Malkis go coklat	Gue Cetarr	Saya Istime wa	Antv SCTV	05-08-2018 10:00 08-08-2018 12:00
			Chips ahoy	Bikin	Buat	RCTI	12-08-2018
			Better biscuit	Aja Aja	Saja Saja	RCTI RCTI	13:00 20-08-2018 16:00

		Permen	Mentos marble	Empuk	Lembut	Antv	01-09-2018 18:00
		Minuman	Good day coffee mix	Abis	Habis	MNC TV	07-09-2018 14:30
			Teh gelas BIG	Gak Abis-abis	Tidak Habis - habis	Trans TV	08-09-2018 16:00

- **Sinkop**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
3.	Sinkop	Makanan ringan	TicTac	Brenti	Berhenti	MNCTV	01-09-2018 17:00

- **Paragog**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
4.	Paragog	Biskuit	Nabati hansel	Bangett	Banget	Antv	05-08-2018 10:00
		Permen	Mintz mojiz	Loe	Lu	MNCTV	24-08-2018 08:00
		Rokok	Sampoerna hijau	Rame-rame	Ramai-ramai	SCTV	10-09-2018 21:00

- **Epentesis**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
5.	Epentesis	Biskuit	Chip ahoy	Asyiik	Asyik	RCTI	12-08-2018 13:00
		Minuman	Fulvita selasih	Syantik	Cantik	TransTV	09-09-2018 09:00

		Rokok	U bold filter	Tau	Tahu	SCTV	10-09-2018 20:00
--	--	-------	---------------	-----	------	------	---------------------

- **Adaptasi**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
6.	Adaptasi	Biskuit	Gerysalut	<i>Happy</i> (Ing)	<i>Happy</i>	TransTV	17-08-2018 13:00
		Permen	Superzuper lollipop	<i>Cocwiit</i> (Ing)	(senang) <i>So sweet</i>	TransTV	03-09-2018 09:00
		Minuman	Sprite	<i>No</i> (Ing)	(romantis)	Antv	05-09-2018 23:40
			Good day coffe mix	<i>Ngeblind</i> (Ing)	<i>No</i> (tidak) <i>Blend</i> (panduan)	MNCTV	07-09-2018 14:30

- **Apokop**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
7.	Apokop	Minuman	Sprite	Bokis	Bohong	Antv	05-09-2018 23:40
		Rokok	U bold filter	Cowo	Cowok	SCTV	10-09-2018 20:00

- **Protesis**

No	Gejala bahasa	Jenis iklan	Produk iklan	Bahasa gaul	Kata dasar	Sumber	Tanggal/jam tayang
8.	Protesis	Minuman	Good day coffe mix	Ngeblind	Panduan	MNCTV	07-09-2018 14:30

B. Analisis Data

1. Analisis Pembentukan Kata-kata Bahasa Gaul Dalam Iklan Produk Komersial Televisi

Iklan komersial adalah suatu bentuk promosi hasil produk suatu perusahaan (makanan, obat-obatan, kosmetik, pakaian, dan sebagainya) yang ditawarkan kepada khalayak ramai melalui media massa dalam bentuk tayangan gambar dan juga bahasa. Pemakaian bahasa gaul merupakan strategi produsen dalam menarik perhatian konsumen dengan menyajikan iklan-iklan dengan bahasa yang unik dan menarik.

a. Iklan Yang Menggunakan Bahasa Gaul

1. Makanan ringan

TicTac “ Serunya Gak Bisa Brenti.....”.(Sumber MNCTV 01-08-2018: 17:00)

Sarimi isi 2 “Rasa ayam kecap mancaapp”.(Sumber TRANSTV 03-08-2018: 16:00)

2. Produk biskuit dan makanan ringan

Nabati Hansel “ Gue Banget”.(Sumber Antv 05-08-2018: 10.00)

Malkis Go Coklat “ CETARR BANGETT!!!”.(Sumber SCTV 08-08-2018: 12:00)

Chips Ahoy “ dibikin asyik aja!”.(Sumber RCTI 12-08-2018: 13:00)

Gery Salut “ Happy...Mancaap!”.(Sumber Trans TV 17-08-2018: 13:10)

Better Biscuit “ Di Better IN AJA!”.(Sumber RCTI 20-08-2018: 16:00)

3. Produk Permen

Mintz Mojiz “ Ungkapin Prazaan Loe”.(Sumber MNCTV 24-08-2018: 08:00)

Split “ HIT BINGIT”. (Sumber SCTV 30-08-2018: 15:00)

Mentos Marble “ empuk bingits”.(Sumber Antv 01-09-2018: 18:00)

Super Zuper Lollipop “ Serunya Co Cwiit Banget.....”.(Sumber Trans TV 03-09-2018: 09:00)

4. Produk minuman

Sprite “ No Bokis”.(Sumber Antv 05-09-2018: 23:40)

Good Day Coffe Mix “Ngeblind abis enaknya”.(Sumber MNCTV 07-09-2018: 14:30)

Teh Gelas BIG “Segarnya Gak Abis-Abis”.(Sumber Trans TV 08-09-2018: 16:00)

Vit Levita “Rasanya Merosoot di Tenggorokan”.(Sumber Trans Tv 09-092018: 17:00)

Fulvita Selasih “Selasihnya Syantik”.(Sumber Trans TV 09-09-2018: 09:00)

5. Produk rokok

U bold Filter”Cowo Lebih Tau Tantangan Itu Mainan”.(Sumber SCTV10-09-2018: 20:00)

Sampoerna Hijau”Nikmatnya Rame-Rame”.(Sumber SCTV 10-09-2018: 21:00)

b. Hasil Proses Pembentukan Bahasa Gaul dalam Iklan Produk

Komersial televisi

1. Gak

Proses pembentukannya:

Kata gak berasal dari kata tidak, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /t/ dan /i/ dan fonem /d/ diganti dengan fonem /g/.

2. Brenti

Proses pembentukannya:

Kata brenti berasal dari berhenti, terdapat gejala sinkop, yaitu penghilangan fonem /e/ dan /h/

3. Gue

Proses pembentukannya:

Kata gue berasal dari saya, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /s/ dan /a/ dan fonem /y/ dan /a/ diganti dengan fonem /g/ dan /u/ juga fonem /e/.

4. Cetarr

Proses pembentukannya:

Kata cetarr berasal dari istimewa, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /i/, /s/, /i/, /m/, dan fonem /w/ dan diganti dengan fonem /c/, /e/, dan /r/.

5. Bangett

Proses pembentukannya:

Kata bangett berasal dari banget, terdapat gejala paragog, yaitu penambahan fonem di akhir kata /t/.

6. Bikin

Proses pembentukannya:

Kata bikin berasal dari buat, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /u/, /a/ dan fonem /t/ dan diganti dengan fonem /i/, /k/, dan fonem /n/.

7. Asyiik

Proses pembentukannya:

Kata asyiik berasal dari asyik, terdapat gejala epentesis, yaitu penambahan fonem ditengah kata /i/.

8. Aja

Proses pembentukannya:

Kata aja beraal dari saja, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /s/.

9. Happy

Proses pembentukannya:

Kata happy merupakan adaptasi dari kata happy (Ing) yang artinya senang.

10. Mancaap

Proses pembentukannya:

Kata mancaap berasal dari kata mantap, terdapat gejala hiperkorek yaitu fonem /t/ diganti dengan fonem /c/.

11. Aja

Proses pembentukannya:

Kata aja berasal dari kata saja, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek yaitu penghilangan /s/.

12. Prazaan

Proses pembentukannya:

Kata prazaan berasal dari kata perasaan, terdapat gejala hiperkorek, yaitu fonem /z/ diganti dengan fonem /s/.

13. Loe

Proses pembentukannya:

Kata loe berasal dari kata lu, terdapat gejala hiperkorek dan paragog, yaitu fonem /u/ diganti dengan fonem /o/ dan penambahan fonem /e/.

14. Hit

Proses pembentukannya:

Kata hit berasal dari kata hits, terdapat gejala paragog, yaitu penambahan fonem /s/.

15. Bingit

Proses pembentukannya:

Kata bingit berasal dari kata banget, terdapat gejala hiperkorek, yaitu fonem /i/ diganti dengan fonem /a/ dan fonem /i/ diganti dengan fonem /e/.

16. Empuk

Proses pembentukannya:

Kata empuk berasal dari kata lembut, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /L/ dan fonem /p/ diganti dengan fonem /b/ juga fonem /k/ diganti fonem /t/.

17. Bingits

Proses pembentukannya:

Kata bingits berasal dari kata banget, terdapat gejala hiperkorek dan paragog, yaitu fonem /i/ diganti dengan fonem/a/ dan fonem /i/ diganti dengan fonem /e/, dan penambahan fonem /s/.

18. Co Cwiit

Proses pembentukannya:

Kata co cwiit merupakan adaptasi dari kata so sweet (Ing) yang memiliki arti sangat romantis.

19. No

Proses pembentukannya:

Kata no merupakan adaptasi dari kata no (Ing) yang artinya tidak.

20. Bokis

Proses pembentukannya:

Kata bokis berasal dari kata bohong, terdapat gejala apokop dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /h/, /o/ dan fonem /ng/.

21. Mancaapp

Proses pembentukannya:

Kata mancaapp berasal dari kata mantap, terdapat gejala hiperkorek yaitu fonem /t/ diganti fonem /c/.

22. Ngeblind

Proses pembentukannya:

Kata ngeblind berasal dari kata proses adaptasi dari kata blend (Ing) yang berarti panduan, campuran. Terdapat gejala protesis yang penambahan fonem /n/.

23. Abis

Proses pembentukannya:

Proses pembentukannya:

Kata abis berasal dari kata habis, terdapat gejala afaresis yaitu penghilangan fonem /h/.

24. Gak

Proses pembentukannya:

Kata gak berasal dari kata tidak, terdapat gejala afaresis dan hiperkorek, yaitu penghilangan fonem /t/ dan /i/ dan fonem /d/ diganti dengan fonem /g/.

25. Abis-abis

Proses pembentukannya:

Kata abis berasal dari kata habis, terdapat gejala afaresis yaitu penghilangan fonem /h/.

26. Merosoot

Proses pembentukannya:

Kata merosoot berasal dari kata meluncur, terdapat gejala hiperkorek, yaitu fonem /r/ diganti dengan fonem /L/, fonem /o/ diganti dengan

fonem /u/, fonem /s/ diganti dengan fonem /c/, fonem /t/ diganti dengan fonem /r/.

27. Syantik

Proses pembentukannya:

Kata syantik berasal dari kata cantik, terdapat gejala epentesis dan hiperkorek yaitu penambahan fonem /y/, perubahan fonem /s/ diganti dengan fonem /c/.

28. Cowo

Proses pembentukannya:

Kata cowo berasal dari kata cowok, terdapat gejala apokop, yaitu penghilangan fonem diakhir /k/.

29. Rame-rame

Proses pembentukannya:

Kata rame berasal dari kata ramai, terdapat gejala pragog dan hiperkorek, yaitu penambahan fonem di akhir /i/ dan perubahan fonem /e/ diganti /a/.

30. Tau

Proses pembentukannya:

Kata tau berasal dari kata tahu, terdapat gejala epentesis, yaitu penambahan fonem ditengah /h/.

2. Analisis pesan atau Makna yang Terdapat Di dalam Iklan Produk Komersial Televisi yang Memakai Bahasa Gaul

Produsen akan menggunakan berbagai cara agar produk yang dihasilkannya laku dipasaran. Berbagai kegiatan promosi pun akan dilakukan, salah satunya dengan mengiklankan produknya di teevisi.

Untuk mempermudah kegiatan promosi atau iklan maka orang yang berperan penting untuk membuat kegiatan promosi atau iklan agar berhasil dan sukses adalah pengiklan. Pengiklan akan membuat sebuah iklan sebuah produk menjadi menarik untuk dilihat yaitu dengan menggunakan gambar-gambar dan bahasa yang menarik.

Bahasa gaul dipilih oleh para pengiklan, karena bahasagaul menampilkan bahasa yang unik dan menarik sehingga penonton akan tertarik untuk melihat, memperhatikan serta mengenal iklan produk tersebut.

Apabila penonton sudah mau melihat tayangan iklan maka harapan pengiklan untuk menyampaikan pesan tentang sebuah produk akan berhasil disampaikan.

Adapun pesan atau makna yang terdapat di dalam iklan produk komersial televisi yang menggunakan bahasa gaul periode 01 Agustus – 10 September 2018 adalah sebagai berikut:

1. Iklan Makanan Ringan

- TicTac “ Serunya Gak Bisa Brenti.....”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan makanan TicTac adalah bahwa makanan TicTac kini tersedia berbagai banyak rasa. Kalimat

“serunya gak bisa brenti” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa banyaknya varian rasa yang ada di makanan TicTac bisa membuat konsumen tertarik untuk membelinya, ditambah lagi dengan varian rasa yang banyak pilihan juga membuat konsumen penasaran dan ingin membelinya. TicTac juga bisa sebagai campuran lauk atau makanan lainnya.

- Sarimi isi 2 “Rasa ayam kecap mancaapp”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan makanan Sarimi isi 2 adalah bahwa makanan Sarimi isi 2 memiliki dua isi dalam satu bungkus dan isinya lebih banyak dari mie yang lainnya. Kalimat “Rasa ayam kecap mancaapp” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa dalam makanan tersebut memiliki variasi rasa ayam kecap yang benar-benar membuat pembeli memakannya sangat enak ditambah ada campuran ayam kecap jadi semakin enak gurih.

2. Iklan Produk Biskuit dan Makanan ringan

- Nabati Hansel “ Gue Banget”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan biskuit dan makanan ringan Nabati Hansel adalah bahwa biskuit dan makanan ringan Nabati Hansel memiliki biskuit yang sangat lezat dn renyah dan juga campuran keju nabatinya sangat lezat. Kalimat “Gue Banget” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa dalam biskuit dan makanan ringan nabati makanan yang disukai anak-anak yang gaul dan keren, selain rasanya enak juga biskuit ini sangat cocok buat cemilan nongkrong anak-anak gaul.

- Malkis Go Coklat “ CETARR BANGETT”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan Malkis Go Coklat adalah bahwa coklat Malkis Go merupakan coklat yang sangat enak rasanya perpaduannya sangat cocok dengan biskuit Malkis. Kalimat “CETARR BANGET” merupakan kalimat yang dipilih pengiklan untuk menyampaikan rasanya yang lezat setelah sampai dimulut dan ketagihan dengan paduan rasa coklatnya yang nikmat.

- Chips Ahoy “ dibikin asyik aja!”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan Chips Ahoy adalah bahwa coco chips yang ada di biskuit rasanya sangat enak dan rasa coco chipnya sangat lembut panduan yang sangat cocok dengan biskuit tersebut. Kalimat ” dibikin asyik aja!” merupakan kalimat yang dipilih pengiklan untuk menyampaikan rasanya yang gurih dan lezat, dan cara memakannya pun dengan santai saja jangan terburu-buru dan dibikin asyik saja.

- Gery Salut “ Happy...Mancap!!”

Pesan yang disampaikan pengiklan dalam iklan Gery Salut adalah bahwa biskuit yang ada di gery salut sangat renyah dan enak. Kalimat “Happy...Mancap!!” merupakan kalimat yang dipilih pengiklan untuk menyampaikan rasanya yang renyah dan enak, cemilan biskuit ini juga bisa membuat rasa senang dengan rasanya yang mantap dan enak.

- Better Biscuit “ Di Better IN AJA!”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan menggunakan produk Better berarti lebih baik untuk dijadikan bahasa pada iklan. Pengiklan ingin

menyampaikan bahwa biscuit better lebih baik dari biscuit lainnya kalimat “Di Better IN AJA!” didalam iklan ini merupakan penegasan tentang produknya bahwa coklat yang ada di biscuit better dengan coklat terpilih. Maka dari itu biscuit better memiliki kualitas yang lebih unggul dari merek lain.

3. Iklan Produk Permen

- Mintz Mojiz “ Ungkapin Prazaan Loe”

Mintz Mojiz merupakan salah satu produk permen pengharum nafas yang segar di mulut. Kalimat “Ungkapin Prazaan Loe” didalam iklan ini merupakan kalimat pengiklan yang di pilih untuk menyampaikan produknya, selain rasanya yang mintz permen mojiz ini juga merupakan permen yang pengharum nafas yang dapat membuat komunikasi dapat berjalan dengan lancar dalam mengungkapkan perasaan kepada orang lain. Jadi jika ingin dapat mengungkapkan perasaan kita dengan bebas tanpa harus takut bau mulut maka makanlah permen Mintz Mojiz.

- Split “ HIT BINGIT”

Pesan yang disampaikan pengiklan dalam iklan permen Split terdapat di dalam kalimat “HIT BINGIT” kalimat ini merupakan gambaran pengiklan tentang rasanya yang segar dan membuat orang yang memakannya menjadi orang yang terkenal dengan rasanya yang segar dan enak.

- Mentos Marble “ empuk bingits”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan permen mentos marble terdapat di dalam kalimat “ empuk bingits” kalimat ini merupakan

gambaran pengiklan tentang rasa mentos marble yang lezat dan lembut, sehingga orang-orang yang memakannya suka dan pingin buat memakannya lagi.

- Super Zuper Lollipop “ Serunya Co Cwiit Banget....”

Super Zuper Lollipop merupakan produk permen bercampur rasa buah yang enak dan segar. Kalimat “Serunya Co Cwiit Banget....” didalam iklan super zuper lollipop ingin menyampaikan bahwa permen tersebut sangat enak apa lagi dimakannya saat nongkrong dengan orang yang kita sayang seperti keluarga, sahabat, temen, dan pacar serasa lebih seru dan indah dengan paduan rasa yang enak.

4. Iklan Produk Minuman

- Sprite “ No Bokis”

Pesan yang disampaikan pengiklan dalam iklan Sprite adalah bahwa Sprite memiliki paduan rasa yang segar, apalagi minuman sprite diletakan dilemari es dan rasa kesegaran itu begitu terasa dan nikmat diminum. Kalimat “No Bokis” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa paduan kesegaran minum sprite tidak bohong, minuman ini memang benar-benar segar dan nikmat apalagi diminum dengan keadaan minuman dingin dengan cuaca yang panas begitu nikmat kesegaraannya.

- Good Day Coffe Mix “Ngeblind abis enaknya”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan kopi Good Day Coffe Mix adalah bahwa kopi Good Day Coffe Mix memiliki paduan kopi, susu, gula, yang sangat pas. Kalimat “Ngeblind abis enaknya” dalam iklan

ini ingin menyampaikan bahwa paduan kopi, susu, gula benar-benar tepat dan pas yang membuat rasa kopi ini menjadi sangat enak.

- Teh Gelas BIG “Segarnya Gak Abis-Abis”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan Teh Gelas BIG adalah bahwa kemasannya yang besar membuat para pembeli atau konsumen puas meminumnya. Kalimat “Segarnya Gak Abis-abis” dalam iklan ini pengiklan ingin menyampaikan bahwa segaran teh gelas dengan kemasan yang besar membuat orang yang meminumnya merasakan kesegaran yang tiada henti.

- Vit Levita “Rasanya Merosoot di Tenggorokan”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan Vit Levita adalah rasa vitamin yang ada di minuman ini begitu segar dan nikmat. Kalimat “Rasanya Merosoot di Tenggorokan” dalam iklan ini pengiklan ingin menyampaikan bahwa kesegaran minuman yang ada di vit levita membuat tenggorokan yang minumnya sangat segar dan tubuh merasa lebih vit kembali.

- Fulvita Selasih “Selasihnya Syantik”

Pesan yang ingin disampaikan pengiklan dalam iklan Fulvita Selasih adalah bahwa selasih yang ada di dalam minuman fulvita sangat segar dan nikmat, cocok di minum saat cuaca panas apalagi dalam keadaan dingin. Kalimat “Selasihnya Syantik” dalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa paduan selasih dalam minuman Fulvita Selasih ini sangat cocok dan

orang-orang yang meminumnya membuat wajah lebih cerah dan segar kembali.

5. Produk Rokok

- U bold Filter”Cowo Lebih Tau Tantangan Itu Mainan”

U bold Filter merupakan iklan produk rokok. Sama seperti iklan rokok lainnya, pengiklan tidak dapat dengan jelas dan terbuka untuk menyampaikan pesan kepada penonton untuk membeli produk yang ditawarkannya. Kalimat “Cowo Tau Tantangan Itu Mainan” didalam iklan ini ingin menyampaikan bahwa cowok atau lelaki yang menggunakan rokok ini mempunyai banyak tantangan yang dialaminya, dan tantangan itu mereka membuatnya seperti mainan.

- Sampoerna Hijau”Nikmatnya Rame-Rame”

Sampoerna Hijau merupakan iklan produk rokok. Kalimat “Nikmatnya Rame-Rame” merupakan cara pengiklan untuk menyampaikan pesan bahwa ramai-ramai akan terasa lebih nikmat.

C. Jawaban Pernyataan Peneliti

Jawaban dari proses penelitian setelah ditelaah terhadap iklan televisi dengan menggunakan bahasa gaul yaitu mencermati proses pembentukan bahasa gaul yang terdapat pada iklan produk komersial televisi, dan juga pengiklan juga menyampaikan pesan iklan yang disampaikan pada penulis naskah pada iklan produk komersial televisi yang menggunakan bahasa gaul. Hal ini dapat membuktikan bahwa dari iklan bahasa gaul tersebut terdapat bahasa yang unik yang dapat membuat tertarik para konsumen untuk membeli produknya yang bisa

kita lihat dari beberapa stasiun televisi yaitu: MNCTV, RCTI, SCTV, TRANSTV, dan Antv.

D. Diskusi Hasil Penelitian

Diskusi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat bahasa gaul dalam iklan produk komersial televisi: MNCTV, RCTI, SCTV, TRANSTV, Antv.

Dalam hal ini meliputi pembentukan bahasa gaul yang dengan menggunakan gejala-gejala bahasa seperti penghilangan fonem, penambahan fonem, gejala metasis, gejala adaptasi, gejala hiperkorek, akronim dan singkatan, juga pesan makna yang dibuat oleh pengiklan tersebut.

E. Keterbatasan Peneliti

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, karena saat melaksanakan penelitian ini tentunya peneliti masih mengalami keterbatasan dalam berbagai hal. Keterbatasan yang berasal dari peneliti sendiri yaitu keterbatasan dalam bidang ilmu pengetahuan yaitu bahasa gaul yang ada di iklan televisi, kemampuan moril maupun material yang peneliti hadapi. Keterbatasan ilmu pengetahuan yang penulis hadapi saat mulai menggarap proposal hingga menjadi skripsi, saat mencari-cari buku yang relevan sebagai penunjang terlaksananya penelitian, merangkai kata demi kata sehingga menjadi kalimat yang sesuai dan mencari literatur atau daftar pustaka yang berhubungan

dengan skripsi. Akan tetapi, dengan kemauan yang tinggi akhirnya keterbatasan tersebut dapat peneliti hadapi hingga akhir penyelesaian sebuah karya sastra.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari penelitian yang telah penulis lakukan terhadap pemakaian bahasa gaul pada iklan produk komersial di televisi periode 01 Agustus- 10 September 2018 dapat disampaikan bahwa:

1. Pembentukan bahasa gaul yang terdapat di dalam iklan banyak terbentuk dari gejala hiperkore yaitu gejala bahasa yang menunjukkan sesuatu yang salah, baik ucapan maupun ejaan (tulisan). Selain itu gejala hiperkorek gejala bahasa lain yang membentuk bahasa gaul dalam iklan produk komersial televisi adalah: penghilangan fonem (afaresis, sinkop, apokop), penambahan fonem (profesis, epentesis, paragog), gejala adaptasi.
2. Bahasa gaul yang terdapat di dalam iklan produk komersial televisi merupakan salah satu cara untuk pengiklan untuk menarik perhatian penonton agar melihat iklan yang ditayangkan utamanya hanya untuk menyampaikan pesan dari sebuah produk yang diiklankan agar penonton tertarik untuk membeli produk tersebut.

B. Saran

Penulis berharap pengiklan harus cukup perhatian dan sadar dalam menggunakan bahasa yang akan digunakan pada iklan. Penggunaan bahasa gaul pada iklan dapat membuat konsumen sebagai pemakai bahasa indonesia tidak menghargai serta melupakan bahasa Indonesia baku.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Achmad HP dan Abdullah Alek. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Badudu. JS. 1996. *Pelik-pelik Bahasa Indonesia*. Bandung: Pustaka Prima
- Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pujianto. 2013. *Iklan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI)
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Alfabeta
- Sugono Dendy. 2009. *Mahir Berbahasa Indonesia Dengan Benar*. Jakarta: PT Gramedia: Pustaka Utama
- Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Jurnal

- Simpen, I Wayan. 2015. *Dinamika Pembentukan kata Bahasa Indonesia*. Volume 01 nomer 02. 327.
- Theodora, Novlein. 2013. *Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Di Media Elektronika Radio Pada Penyiar Memora-FM Manado*. Volume II nomer 01. 03.

Lampiran Foto Produk Iklan Komersial Televisi Yang di ambil dari 5

Stasiun televisi Swasta

MNCTV, RCTI, ANTV,TRANSTV,Dan SCTV

1. Produk Iklan Makanan Ringan

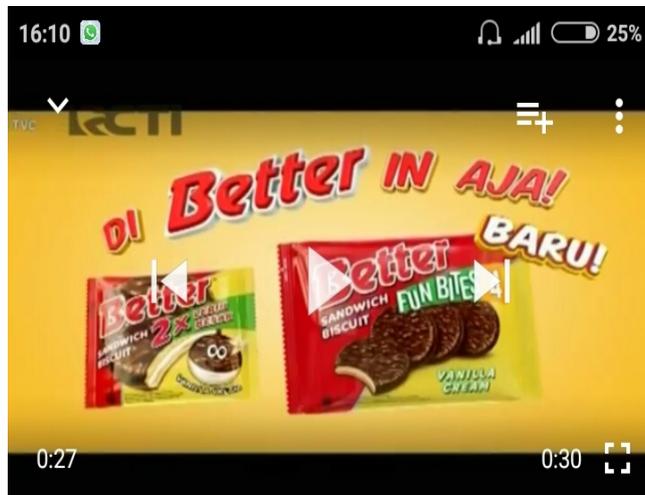


Sumber TRANSTV 03-08-2018, 16:00



Sumber MNCTV 01-08-2018, 17:00

2. Produk Biskuit dan Makanan Ringan



Sumber RCTI 20-08-2018, 16:00

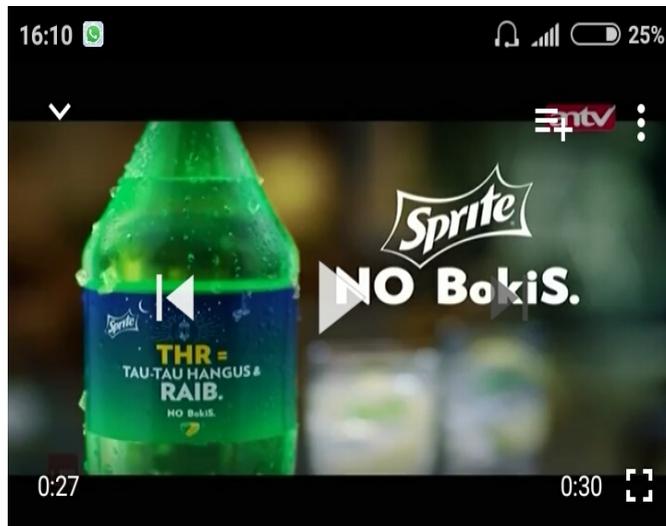


Sumber ANTV 05-08-2018, 10:00



Sumber RCTI 12-08-2018, 13:00

3. Produk Minuman



Sumber ANTV 05-09-2018, 23:40



Sumber TRANSTV 09-09-2018, 09:00

4. Produk Permen



Sumber SCTV 30-08-2018, 15:00



Sumber MNCTV 24-08-2018, 16:00

5. Produk Rokok



Sumber SCTV 10-09-2018, 21:00



Sumber SCTV 10-09-2018, 20:00

Lampiran Foto Riset Di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara







DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nurmalia

Tempat Tanggal Lahir : Stabat Lama, 19 september 1996

Agama : Islam

Alamat : Stabat, Jln Psr 2 Dondong Timur

Data Orang Tua

Nama Ayah : Wagisan

Nama Ibu : Umi Yanti

Alamat : Stabat, Jln Psr 2 Dondong Timur

Jenjang Pendidikan

- I. Tahun 2001-2002 : Taman Kanak-Kanak Miftahul Jannah Stabat lama
- II. Tahun 2002-2008 : SD Negeri 053975 Stabat lama
- III. Tahun 2008-2011 : SMP Swasta Harapan Stabat
- IV. Tahun 2011-2014 : SMK Swasta Harapan Stabat
- V. Tahun 2014 sampai sekarang tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.