

## ABSTRAK

Penggunaan Gaya Bahasa pada Iklan Sampo di Televisi : 2013.  
Rahamsi Budiyono

Kata kunci : Gaya Bahasa dan Iklan

Iklan merupakan sarana yang digunakan untuk menawarkan barang atau jasa kepada masyarakat. Bahasa yang digunakan dalam penayangan iklan di televisi berfungsi sebagai alat promosi. Karena iklan bersifat membujuk dan mempengaruhi, maka dalam penyampaiannya harus menggunakan bahasa yang informatif, komunikatif, dan menarik perhatian. Oleh karena itu, diperlukan adanya kreativitas berbahasa dalam pembuatan iklan. Kreativitas berbahasa dapat ditunjukkan dengan pemakaian kata-kata serta penggunaan gaya bahasa yang menarik dalam sebuah iklan.

Gaya bahasa dapat diartikan sebagai cara penutur mengungkapkan maksudnya. Ada banyak cara yang dapat digunakan untuk mengungkapkan maksud seperti gaya bahasa perbandingan dan gaya bahasa penegas.

Penelitian ini mengambil judul “penggunaan gaya bahasa pada iklan sampo di televisi, adapun permasalahan dalam penelitian ini tentang: 1). Penggunaan gaya bahasa pada iklan sampo di televisi dan, 2). Makna gaya bahasa pada iklan sampo di televisi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, sesuai dengan sifat penelitian yaitu mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa pada iklan sampo di televisi. Metode deskriptif kualitatif yaitu mencatat semua gejala kebahasaan secara teliti yang terdapat dalam iklan sampo di televisi.

Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan sampo di televisi yang berjumlah dua belas iklan sampo. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu Penggunaan gaya bahasa yang digunakan dalam iklan sampo di televisi meliputi gaya bahasa: a) hiperbola; b) asosiasi; c) pertanyaan retorik; d) paralelisme; dan e) repetisi. Dari beberapa gaya bahasa yang terdapat pada iklan sampo di televisi tersebut, gaya bahasa yang paling banyak digunakan dalam penayangan iklan sampo tersebut adalah gaya bahasa hiperbola.

Adapun makna yang terdapat pada iklan sampo di televisi meliputi: a). makna konotasi, b). makna denotasi, c). makna leksikal, d). makna asosiatif, e). makna kias. Namun, kebanyakan kalimat yang digunakan dalam penayangan iklan sampo di televisi bermakna konotasi positif dengan maksud untuk mempengaruhi konsumen agar iklan sampo tersebut menarik dan pada akhirnya konsumen akan membeli produk sampo tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa hiperbola sangat berkaitan dengan makna konotasi positif yaitu untuk mempengaruhi calon konsumen agar tertarik dan pada akhirnya membeli sampo tersebut.