

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**SKRIPSI YANG BERJUDUL
AMBIGUITAS MAKNA PADA BAHASA IKLAN
DI HARIAN GORONTALO POST**


**Oleh
Sri Rohayu Nasiki
NIM 311409014**

telah diperiksa dan disetujui

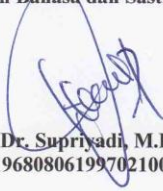
Pembimbing I,

Pembimbing II,


**Prof. Dr. Supriyadi, M.Pd
NIP 19680806 199702 1 002**


**Dr. Fatmah AR. Umar, M.Pd
NIP 19600104 198803 2 002**

**Mengetahui:
Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia**


**Prof. Dr. Supriyadi, M.Pd
NIP 196808061997021002**

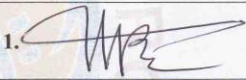



LEMBAR PENGESAHAN

AMBIGUITAS MAKNA PADA BAHASA IKLAN
DI HARIAN GORONTALO POST

Oleh
Sri Rohayu Nasiki
NIM 3114 09 014

telah dipertahankan di depan penguji

Hari/Tanggal : Jum'at, 10 Juli 2015
Waktu : 15.00-16.00 WITA

No	Penguji/Pembimbing	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Moh. Karmin Baruadi, M.Hum NIP 19581026 198603 1 004	1. 
2.	Dr. Asna Ntelu, M.Hum NIP 196210091988032002	2. 
3.	Prof. Dr. Supriyadi, M.Pd NIP 19680806 199702 1 002	3. 
4.	Dr. Fatmah AR. Umar, M.Pd NIP 19600104 198803 2 002	4. 

Gorontalo, Juli 2015

Mengetahui:
Dekan Fakultas Sastra dan Budaya
Universitas Negeri Gorontalo


Dr. Harto Malik, M.Hum
NIP 196610041993031010

ABSTRAK

Sri Rohayu Nasiki. 2015. *Ambiguitas Makna Pada Bahasa Iklan Di Harian Gorontalo Post.*

Dalam Skripsi ini dibahas ambiguitas makna pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post, masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimanakah bentuk ambiguitas makna pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post dilihat dari aspek leksikal dan aspek gramatikal?. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan bentuk ambiguitas makna pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post dilihat dari aspek leksikal dan aspek gramatikal.

Metode penelitian ini adalah dekriptif, sedangkan jenisnya adalah deskriptif kualitatif yakni mendeskripsikan data apa adanya dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif mengenai ambiguitas makna pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post dilihat dari aspek leksikal dan aspek gramatikal, data yang digunakan dalam penelitian ini berupa ambiguitas makna yang terdapat pada bahasa iklan dalam iklan di surat kabar Harian Gorontalo Post. Data yang diperoleh dianalisis dengan cara (1) membaca Koran Harian Gorontalo Post. (2) mengidentifikasi data bahasa iklan yang mengandung ambiguitas makna dilihat dari aspek leksikal dan aspek gramatikal (3) mengklasifikasi data yakni dengan melakukan dua tahap klasifikasi data, yang pertama mengklasifikasi bentuk ambiguitas makna pada bahasa iklan secara leksikal, dan yang kedua mengklasifikasi bentuk ambiguitas makna pada bahasa iklan secara gramatikal, (4) menganalisis data, (5) mendeskripsikan/menyajikan hasil penelitian, (6) menyimpulkan hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua bentuk ambiguitas makna pada bahasa iklan di Harian Gorontalo Post yakni bentuk ambiguitas makna dilihat dari dari aspek leksikal dan aspek gramatikal. Lebih banyak ditemukan ambiguitas makna pada aspek leksikal.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ambiguitas makna yang terdapat pada bahasa iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Gorontalo Post sengaja dilakukan dengan maksud mempengaruhi konsumen agar tertarik pada produk yang diiklankan. Oleh karena itu penggunaan bahasa pada iklan sering memanfaatkan implikatur untuk menyampaikan pesan.

Kata kunci: ambiguitas makna, bahasa iklan, harian gorontalo post.