

ABSTRAK

Usman Buato. 2017. *Bahasa Iklan Otomotif*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra dan Budaya, Universitas Negeri Gorontalo. Selaku Pembimbing I Prof. Dr. Supriyadi, M.Pd dan Pembimbing II Dr. Dakia N. Djou M.Hum.

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan (1) diksi yang digunakan dalam iklan otomotif pada Harian Gorontalo Post edisi Agustus-September 2016, (2) gaya bahasa yang digunakan dalam iklan otomotif pada Harian Gorontalo Post edisi Agustus-September 2016. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh deskripsi tentang penggunaan diksi dan gaya bahasa dalam iklan otomotif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori tentang diksi dan gaya bahasa. Dalam mencapai tujuan penelitian tersebut digunakan metode deskriptif untuk menggambarkan bagaimana penggunaan diksi dan gaya bahasa yang ada dalam iklan otomotif.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskripsif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumen, yakni mengutip data-data berupa iklan otomotif pada Harian Gorontalo Post mengenai penggunaan diksi dan gaya bahasa, dilanjutkan dengan teknik baca yakni membaca secara keseluruhan iklan otomotif yang ada, dan terakhir menggunakan teknik catat yakni mencatat penggunaan diksi dan gaya bahasa pada iklan otomotif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif. Langkah-langkahnya sebagai berikut. (1) Mengidentifikasi penggunaan diksi dan gaya bahasa pada iklan otomotif yang terdapat pada Harian Gorontalo Post, (2) mengklasifikasi jenis-jenis diksi dan gaya bahasa pada iklan otomotif yang terdapat pada Harian Gorontalo Post, (3) menganalisis diksi dan gaya bahasa pada iklan otomotif yang terdapat pada Harian Gorontalo Post, (4) menyimpulkan hasil penelitian.

Hasil analisis data penelitian dapat disimpulkan (1) iklan otomotif yang terdapat pada Harian Gorontalo Post menggunakan berbagai macam diksi dan gaya bahasa. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian konsumen untuk membaca iklan tersebut. (2) jenis diksi yang digunakan dalam iklan otomotif terdiri dari diksi denotasi, diksi konotasi, diksi konkrit, diksi abstrak, diksi umum, diksi khusus, diksi ilmiah, diksi populer, diksi asing, diksi serapan. (3) gaya bahasa yang digunakan dalam iklan otomotif terdiri dari gaya bahasa perbandingan meliputi gaya bahasa personifikasi dan gaya bahasa metonimia dan gaya bahasa penegasan meliputi gaya bahasa repetisi.

Kata-kata kunci: bahasa, iklan, diksi, gaya bahasa

PERSETUJUAN PEMBIMBING


**Skripsi yang Berjudul
Bahasa Iklan Otomotif**

Oleh

**Usman Buato
NIM 311 412 101**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



**Dr. Dakia N. Djou, M. Hum
NIP 19590826 198803 1 003**

Mengetahui:

Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia,



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

LEMBAR PENGESAHAN

Bahasa Iklan Otomotif

Oleh

**Usman Buato
NIM 311 412 101**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari, Tanggal : Jum'at, 25 Maret 2017

Waktu : 13.00 – 14.00 WITA

1. Prof. Dr. Sayama Malabar, M.Pd.

1

2. Dr. Asna Ntelu, M.Hum

2

3. Prof. Dr. Supriyadi, M.Pd.

3

4. Dr. Dakia N. Djou, M.Hum

4

**Gorontalo, 24 Maret 2017
Dekan Fakultas Sastra Dan Budaya
Universitas Negeri Gorontalo**



**Dr. H. Harto Manik, M.Hum
NIP 19661004 199303 1 010**