

**ANALISIS GAYA BAHASA
PADA SLOGAN KEMASAN PRODUK MAKANAN RINGAN
PERIODE BULAN JANUARI 2020**



SKRIPSI

**PHALUPI DYAH UTAMI
1601040093**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

**ANALISIS GAYA BAHASA
PADA SLOGAN KEMASAN PRODUK MAKANAN RINGAN
PERIODE BULAN JANUARI 2020**



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

**PHALUPI DYAH UTAMI
1601040093**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

PERSETUJUAN

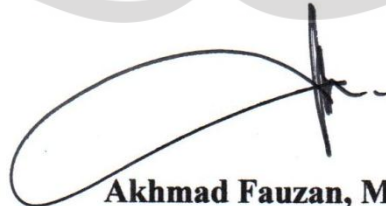
Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Phalupi Dyah Utami
NIM : 1601040093
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Produk Makanan Ringan Periode Bulan Januari 2020

telah diterima dan disetujui

Purwokerto, 11 Juni 2020

PEMBIMBING



Akhmad Fauzan, M.Pd.
NIK 2160440

PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Phalupi Dyah Utami
NIM : 1601040093
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Produk Makanan Ringan Periode Bulan Januari 2020

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Teguh Trianton, M.Pd.
NIK 2160469

Penguji I : Dra. Hj. Siti Fathonah, M.Hum.
NIP 19590411 198503 2 002

Penguji II : Dra. Hj. Sri Utorowati, M.Pd.
NIK 2160059

Penguji III : Akhmad Fauzan, M.Pd.
NIK 2160440

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 13 Juli 2020

Mengetahui,
Dekan FKIP



Drs. Eko Suroso, M.Pd
NIK 2160103

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Phalupi Dyah Utami
NIM : 1601040093
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 13 Juli 2020

Yang membuat pernyataan

Materai

Tanda tangan



Phalupi Dyah Utami

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Ayah dan ibu yang selalu memberikan doa, dukungan, bantuan, serta cinta dan kasih yang tak pernah pudar dan berubah.
2. Kakak dan adik yaitu Pijar Wijayanto dan Prasetyo Wahyu Triaji yang selalu memberikan semangat dan doa, semoga kekeluargaan ini selalu damai.
3. Teman-teman kelas VIII C yang selalu memberikan semangat dan bantuan selama ini, semoga tali persaudaraan kita selalu terjaga dan kita semua dapat menjadi orang-orang sukses bersama.
4. Teman-teman kos Setyo 2 dan semua orang yang telah memberikan semangat, sehingga penulis dapat sampai pada titik ini. Semua jasa-jasa kalian tidak akan pernah penulis lupakan.

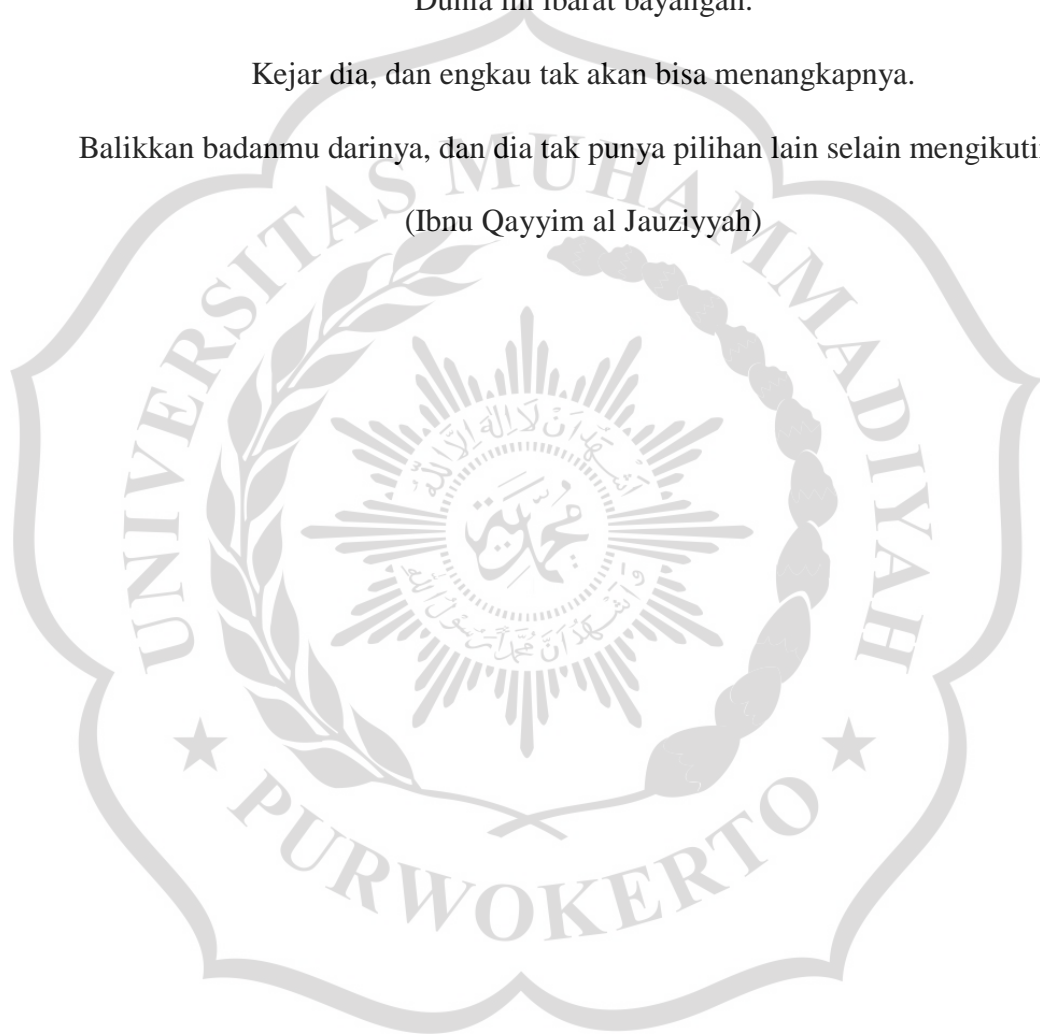
MOTTO

Dunia ini ibarat bayangan.

Kejar dia, dan engkau tak akan bisa menangkapnya.

Balikkan badanmu darinya, dan dia tak punya pilihan lain selain mengikutimu.

(Ibnu Qayyim al Jauziyyah)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr wb.

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Gaya Bahasa pada Slogan Kemasan Produk Makanan Ringan Periode Bulan Januari 2020”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit kiranya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dra. Hj. Siti Fathonah, M.Hum., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Akhmad Fauzan, M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu serta memberikan bantuan, arahan, bimbingan, masukan, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
3. Atasan serta segenap karyawan minimarket Top Kampus Dukuh Waluh yang telah mengizinkan penulis melakukan pengambilan data pada instansinya.
4. Bapak dan ibu serta saudara tercinta yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik material maupun moral.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Amin.

Wassalamu 'alaikum wr wb.

Purwokerto, 13 Juli 2020

Penulis,



Phalupi Dyah Utami



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Phalupi Dyah Utami
NIM : 1601040093
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Gaya Bahasa
pada Slogan Kemasan Produk Makanan Ringan
Periode Bulan Januari 2020

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 13 Juli 2020

Yang menyatakan,



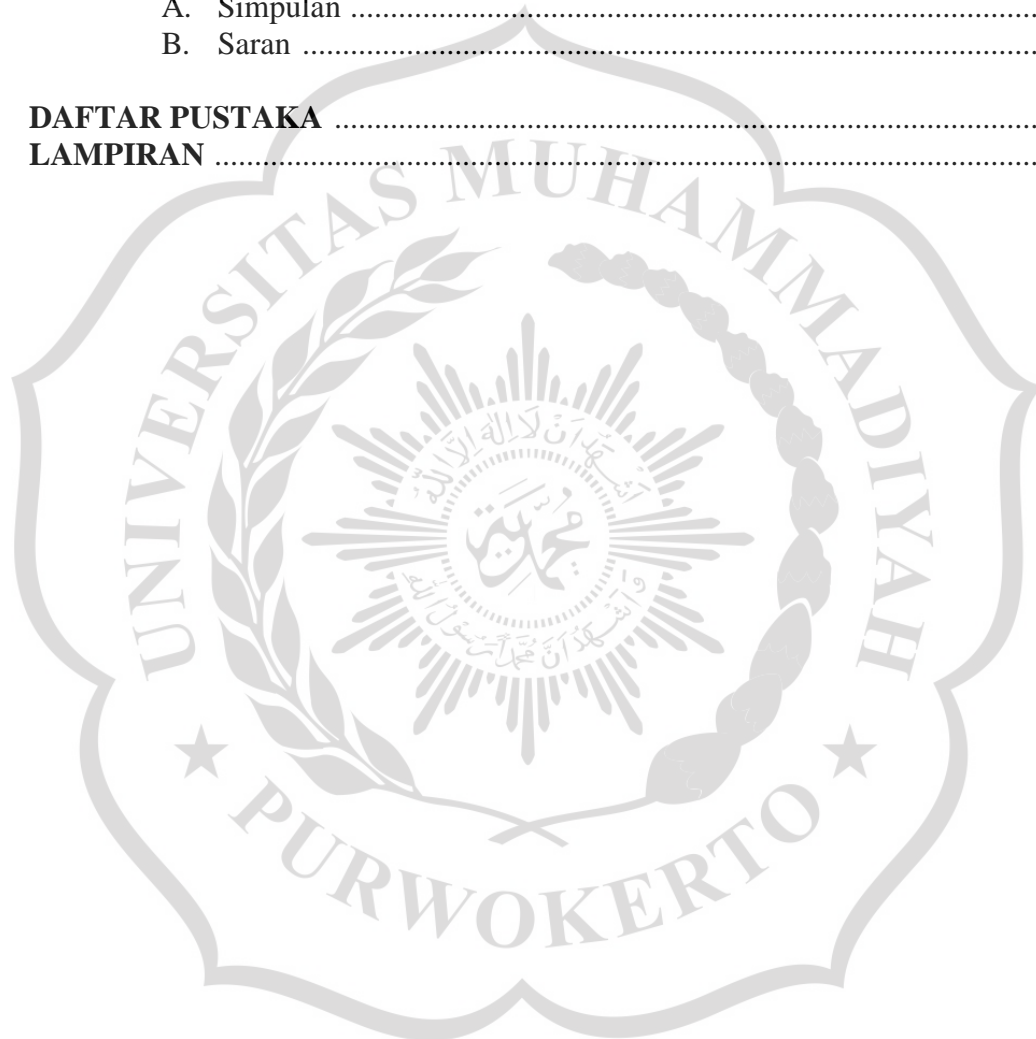
Phalupi Dyah Utami

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Penelitian Relevan	5
B. Gaya Bahasa	6
1. Pengertian Gaya Bahasa	6
2. Jenis-Jenis Gaya Bahasa	8
a. Gaya Bahasa Retoris	8
1) Aliterasi	8
2) Asonansi	9
3) Anastrof	10
4) Apofasis atau preterisio	11
5) Apostrof	11
6) Asidenton	12
7) Polisedenton	13
8) Kiasmus	14
9) Elipsis	15
10) Eufemismus	16
11) Litotes	17
12) Histeron proteron	18
13) Pleonasme dan tautologi	19
14) Perifrasis	21
15) Prolepsis atau antisipasi	22
16) Erotesis	23
17) Silepsis dan zeugma	24
18) Koreksio atau epanortosis	25

19) Hiperbola	26
20) Paradoks	27
21) Oksimoron	28
b. Gaya Bahasa Kiasan	29
1) Persamaan atau simile	29
2) Metafora	31
3) Alegori, parabel, fabel	33
4) Personifikasi atau prosopopoeial	36
5) Alusi	37
6) Eponim	39
7) Epitet	40
8) Sinekdok	41
9) Metonimia	42
10) Antonomasia	43
11) Hipalase	44
12) Ironi, sinisme, sarkasme	45
13) Satire	48
14) Inuedo	49
15) Antifrasis	50
16) Pun atau paronomasia	51
C. Pengertian Slogan	52
D. Pengertian Makanan Ringan	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis Penelitian	54
B. Waktu Penelitian	54
C. Data dan Sumber Data	55
D. Tahap-tahap Penelitian	55
1. Tahap Pengumpulan Data	56
2. Tahap Analisis Data	57
3. Tahap Penyajian Hasil Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian	59
B. Pembahasan	65
1. Aliterasi	65
2. Asonansi	67
3. Anastrof	70
4. Asidenton	71
5. Polisidenton	72
6. Elipsis	74
7. Tautologi	75
8. Erotesis	76
9. Hiperbola	76
10. Paradoks	80
11. Oksimoron	80
12. Alegori	81

13. Alusi	82
14. Epitet	83
15. Sinekdoke	84
16. Metonimia	86
17. Hionalase	87
18. Pun	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
A. Simpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Klasifikasi Data Analisis Gaya Bahasa pada Slogan Kemasan Produk Makanan Ringan Periode Bulan Januari 2020.....	94
Lampiran 2.	Dokumentasi Slogan Kemasan Produk Makanan Ringan Periode Bulan Januari 2020.....	98



**ANALISIS GAYA BAHASA
PADA SLOGAN KEMASAN PRODUK MAKANAN RINGAN
PERIODE BULAN JANUARI 2020**

**Phalupi Dyah Utami¹ Akhmad Fauzan²
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis gaya bahasa yang terdapat pada slogan kemasan produk makanan ringan periode bulan Januari 2020. Adapun jenis penelitian ini yaitu deskriptif-kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah kata, frasa, dan kalimat yang mengandung gaya bahasa yang terdapat pada slogan kemasan produk makanan ringan yang beredar di pasaran pada periode bulan Januari 2020. Sementara sumber datanya adalah slogan-slogan pada kemasan produk makanan ringan yang beredar di pasaran pada periode bulan Januari 2020. Analisis data dimulai dengan mencermati satu persatu slogan kemasan produk makanan ringan. Kemudian data tersebut diidentifikasi menggunakan teknik pilah unsur penentu untuk mengklasifikasikan ke dalam macam-macam gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna dan dijelaskan penggunaannya. Dari hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan: pertama, penulis menemukan jenis-jenis gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna pada slogan kemasan produk makanan ringan diantaranya aliterasi, asonansi, anastrof, asidenton, polisidenton, elipsis, tautologi, erotesis, hiperbola, paradoks, oksimoron, alegori, alusi, epitet, sinekdoke, metonimia, hipalase dan pun. Kedua, dari data di atas, dapat diketahui bahwa gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang paling banyak digunakan pada slogan kemasan produk makanan ringan yaitu gaya bahasa asonansi, dengan frekuensi sebanyak enam data. Gaya bahasa asonansi adalah gaya bahasa dengan menggunakan perulangan huruf vokal yang sama. Gaya bahasa tersebut dirasa paling tepat digunakan pada slogan kemasan produk makanan ringan karena dirasa paling efektif untuk membuat kalimat dalam slogan menjadi menarik tanpa perlu menggunakan kata-kata yang panjang mengingat media untuk menuliskan slogan pada kemasan produk makanan ringan sangat terbatas.

Kata Kunci : gaya bahasa, slogan, makanan ringan

**AN ANALYSIS OF LANGUAGE STYLES
ON THE SLOGANS OF SNACK PACKAGES IN JANUARY 2020**

**Phalupi Dyah Utami¹ Akhmad Fauzan²
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

ABSTRACT

This research aimed to describe the types of language styles on the slogans of snack packages in January 2020. The study used descriptive-qualitative methods. The data were words, phrases and sentences which contained the language styles on the slogan of snack packages. The sources were the slogans of the snack packages on the market in January 2020. The data were analyzed by making data classification tables according to the type of language style based on the direct or absence of meaning. Furthermore, the language styles were based on whether or not the meaning of each data were examined one by one and then were explained its use. The results showed that: first, from 50 slogans on the snack packages, the types of language styles consisted on alliteration, assonance, anastrophe, asyndeton, polysyndeton, ellipsis, tautology, erotesis, hyperbole, paradox, oxymoron, allegory, allusion, epithet, synecdoche, metonymy, hypallage and pun. Second, from the data above, it can be seen that the language style based on whether or not the meaning of the most widely used in the slogans of the snack packages was the style of assonance, with a frequency of seven data. Assonance was a style of language that used the same repetition of vowels. This style of language was considered as the most appropriate to use in the slogan of snack packages because it was the most effective way to make sentences in the slogan interesting without using long words given that the media for writing slogans on snack packages was very limited.

Keywords: language styles, slogan, snacks