

**ANALISIS STRUKTUR WACANA DALAM IKLAN KOSMETIK
DI TELEVISI SWASTA NASIONAL PERIODE MARET 2016**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)**

oleh

**SITI SULIAH
1201040102**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2016**

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

**ANALISIS STRUKTUR WACANA DALAM IKLAN KOSMETIK
DI TELEVISI SWASTA NASIONAL PERIODE MARET 2016**

**Oleh:
SITI SULIAH
1201040102**

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing
untuk diujikan dan dipertahankan di depan Dosen Penguji
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Mengetahui,

Pembimbing I,



**Dr. H. Kuntoro, M. Hum
NIP. 19570901 198301 1 004**

Pembimbing II,



**Dra. Siti Fathonah, M. Hum
NIP. 19590411 198503 2 002**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRUKTUR WACANA DALAM IKLAN KOSMETIK
DI TELEVISI SWASTA NASIONAL PERIODE MARET 2016**


Dipersiapkan dan disusun oleh:

SITI SULIAH
1201040102

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 6 Agustus 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
kelengkapan mendapat Gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

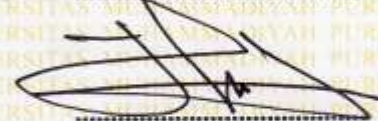
Pembimbing:

1. **Dr. H. Kuntoro, M. Hum.**
NIP. 19570901 198301 1 004
2. **Dra. Siti Fathonah, M. Hum.**
NIP. 19590411 198503 2 002



Penguji:

1. **Drs. Sarwidi, M. Hum.**
NIK. 2160022
2. **Drs. Eko Suroso, M. Pd.**
NIK. 2160103



Purwokerto, 6 Agustus 2016

Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Drs. Pudjono, M. Hum.
NIP. 19560508 198603 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SITI SULIAH

NIM : 1201040102

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Menyusun skripsi dengan judul:

ANALISIS STRUKTUR WACANA DALAM IKLAN KOSMETIK DI TELEVISI SWASTA NASIONAL PERIODE MARET 2016

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri bukan buatan orang lain atau jiplak atau modifikasi karya orang lain. Demikian surat pernyataan ini saya nyatakan secara jujur, apabila kelak dikemudian hari terbukti terdapat unsur jiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 6 Agustus 2016

Yang menyatakan,



SITI SULIAH
1201040102

MOTTO

Untuk mencapai sebuah kesuksesan tidak cukup hanya dengan bermimpi, tetapi harus dibarengi dengan rencana dan tindakan yang nyata, serta rasa percaya yang besar.
(Siti Suliah)



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan, kekuatan serta keyakinan dalam setiap kesulitan yang penulis hadapi. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Orang tuaku tercinta Ibu Karsilah dan Bapak Hadi Suparjo, terima kasih atas doa restu, nasihat, bimbingan, semangat, motivasi, kepercayaan dan kasih sayang yang tulus di setiap saat.
2. Kakak-kakakku tersayang, terima kasih atas doa, semangat dan dukungan kalian.
3. Keponakan-keponakanku tersayang, terima kasih telah memberikan keceriaan.
4. Keluarga besarku yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungan kalian.
5. Orang terdekatku, terima kasih telah memberikan doa, semangat dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syaria't Islam kepada umat manusia. Atas rahmat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Struktur Wacana pada Iklan Kosmetik di Televisi Swasta Nasional Periode Maret 2016" sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. H. Kuntoro, M.Hum., Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar mengarahkan dan memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dra. Siti Fathonah, M.Hum., Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dewan Penguji Skripsi Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Semua pihak yang membantu terselesaikannya skripsi ini.

Mudah-mudahan semua pihak yang turut serta membantu terselesaikannya skripsi ini mendapat imbalan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Purwokerto, 6 Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Penelitian yang Relevan	9
B. Bahasa	11
1. Pengertian Bahasa	11
2. Fungsi Bahasa	11
C. Wacana	13
1. Pengertian wacana	13
2. Pengertian Struktur Wacana	14
3. Struktur Wacana	14
a. Butir Utama (<i>Headline</i>) Iklan	15
1) Proposisi yang Menekankan Keuntungan Calon Konsumen	15
2) Proposisi yang Membangkitkan Rasa Ingin Tahu Calon Konsumen	15
3) Proposisi Berupa Pertanyaan yang Menuntut Perhatian Lebih	16
4) Proposisi yang Memberi Komando atau Perintah kepada Calon Konsumen	16
5) Proposisi yang Menarik Perhatian Konsumen Khusus	16
b. Badan (<i>Body</i>) Iklan	16
c. Penutup (<i>Close</i>) Iklan	16
4. Klasifikasi Wacana	17
5. Konteks Wacana	20
D. Iklan Kosmetik	21
1. Pengertian Iklan	21

2.	Pengertian Iklan Kosmetik	22
3.	Bahasa Iklan	22
4.	Fungsi Iklan	23
5.	Jenis Iklan	25
E.	Peta Konsep	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
A.	Jenis Penelitian	28
B.	Data dan Sumber Data	29
C.	Tahap Penelitian	30
1.	Tahap Penyediaan data	30
2.	Tahap Analisis Data	31
3.	Tahap Penyajian Hasil Analisis data	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A.	Butir Utama (<i>Headline</i>) Iklan	33
1.	Proposisi yang Menekankan Keuntungan Calon Konsumen	33
2.	Proposisi yang Membangkitkan Rasa Ingin Tahu Calon Konsumen	34
3.	Proposisi yang Berupa Pertanyaan yang Menuntut Perhatian Lebih	45
4.	Proposisi yang Memberi Komando atau Perintah kepada Calon Konsumen	52
B.	Badan (<i>Body</i>) Iklan	53
1.	Proposisi Alasan Subjektif	53
C.	Penutup (<i>Close</i>) Iklan	67
1.	Pengembangan Teknik Lunak	67
2.	Pengembangan Teknik Keras	79
3.	Pengembangan Campuran Teknik Keras dan Lunak	82
BAB V	PENUTUP	83
A.	Simpulan	83
B.	Saran	84
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Data.....	86
Lampiran 2. Klasifikasi Data Berdasarkan Struktur Wacana.....	92



ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Analisis Struktur Wacana dalam Iklan Kosmetik di Televisi Swasta Nasional Periode Maret 2016” bertujuan mendeskripsikan struktur wacana iklan kosmetik di televisi swasta nasional periode Maret 2016.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa tuturan yang ada dalam iklan kosmetik. Sumber data dalam penelitian ini yaitu iklan kosmetik di televisi swasta nasional (Indosiar, ANTV, RCTI, MNCTV, SCTV, TRANSTV, Trans7 dan NET). Penelitian dilakukan dengan tiga tahap. Tahap pertama adalah tahap penyediaan data, dilakukan dengan menggunakan metode simak, dengan teknik dasar sadap dan dilanjutkan dengan teknik simak bebas libat cakap (SLBC). Tahap yang kedua adalah tahap analisis data, dilakukan dengan menggunakan metode padan dengan teknik padan referensial. Tahap yang ketiga adalah tahap penyajian hasil analisis data. Data disajikan secara informal dalam wujud laporan tertulis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : dari 31 wacana iklan yang mengandung struktur wacana iklan dengan lengkap berjumlah 22 wacana iklan yaitu wacana iklan *axe*, *biore body lotion*, *citra wakame*, *dove deodoran*, *fair and lovely*, *garnier bb cream*, *garnier light complete*, *garnier pure active*, *garnier sakura white*, *gatsby pomade*, *hair energy*, *lip ice*, *marina*, *nivea*, *nivea man deodoran*, *olay*, *ponds age miracle*, *ponds bb plus cream*, *rexona*, *vaseline*, *vitalis*, *wardah exclusive series*. Dari data keseluruhan struktur wacana butir utama yang mengandung a) proposisi yang menekankan keuntungan calon konsumen berjumlah 1 tuturan, b) proposisi yang membangkitkan rasa ingin tahu pada para calon konsumen berjumlah 17 tuturan, c) proposisi yang berupa pertanyaan yang menuntut perhatian lebih berjumlah 10 tuturan, d) proposisi yang memberi komando atau perintah kepada calon konsumen berjumlah 1 tuturan, e) proposisi yang menarik perhatian konsumen khusus tidak ditemukan. Pada badan iklan yang mengandung a) proposisi dengan alasan subjektif berjumlah 25 tuturan, b) proposisi dengan alasan objektif tidak ditemukan. Pada penutup iklan yang mengandung a) pengembangan dengan teknik keras berjumlah 5 tuturan, b) pengembangan dengan teknik lunak berjumlah 23 tuturan, c) pengembangan dengan teknik keras dan lunak berjumlah 1 tuturan.

Kata kunci : wacana, struktur wacana iklan, iklan, kosmetik

ABSTRACT

This research aimed to describe the discourse on cosmetic advertisement in national private television in March 2016.

The research was a qualitative descriptive study. The data in this study were the utterances used in cosmetics advertising. The data source in this research were cosmetic advertisements on national television (Indosiar, ANTV, RCTI, MNCTV, SCTV, TransTV, Trans7, and NET). The study was conducted in three stages. The first stage was the stage of data provision carried out by using the scrutinize method, the basic observation techniques and continued with the free scrutiny including conversation (SLBC). The second stage was the stage of data analysis, conducted by using equivalent method with referential equivalent techniques. The third stage was result presentation. The data presented informally in the form of a written report.

The results showed that: 22 out of the 31 ads discourse contain complete discourse structure advertisement, those were discourse ads of Axe, Biore Body Lotion, Citra Wakame, Dove Deodorant, Fair and Lovely, Garnier BB Cream, Garnier Light Complete, Garnier Pure Active, Garnier White Sakura, Gatsby Pomade, Hair Energy, Lip Ice, Marina, Nivea, Nivea Man Deodorant, Olay, Ponds Age Miracle, Ponds BB Plus Cream, Rexona, Vaseline, Vitalis, Wardah Exclusive Series. From the overall data of discourse structure, the key points which contain a) a proposition which emphasizes the advantage of prospective consumers was 1 utterance, b) 17 utterances had the proposition that arouse curiosity for potential customers, c) 10 utterances had the proposition of question that demands more attention, d) 1 utterance had proposition of request or command to prospective customers, e) there was no proposition that attract attention to special consumers. In the body of the ads there was a) a proposition with subjective reason totaled 25 utterances, b) there was no proposition to objective reason. In the ads closing, there were a) 5 utterances containing development with hard techniques and, b) development with soft technique totaled to 23 utterances, c) the development with the hard and soft techniques totaled to 1 speech.

Keyword : discourse, discourse structure advertisement, advertisement, cosmetics