

**TEKNIK PERSUASI DAN GAYA BAHASA BERDASARKAN STRUKTUR
KALIMAT PADA SLOGAN IKLAN DALAM APLIKASI BELANJA
DI *GOOGLE PLAY* PERIODE FEBRUARI 2017**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana S1**

oleh
**YAUZA PRAWISADANI
1301040007**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2017**

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

**TEKNIK PERSUASI DAN GAYA BAHASA BERDASARKAN STRUKTUR
KALIMAT PADA SLOGAN IKLAN DALAM APLIKASI BELANJA DI
GOOGLE PLAY PERIODE FEBRUARI 2017**

oleh
YAUZA PRAWISADANI
1301040007

pada Jumat, 4 Agustus 2017
telah diperiksa dan dipersetujui Dosen Pembimbing untuk diujikan
dan dipertahankan di depan Dewan Penguji
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Mengetahui

Pembimbing I



Dra. Hj. Tutut Tugiati, M.Hum.
NIP 19590817 198703 2 002

Pembimbing II



Drs. Eko Suroso, M.Pd.
NIK 2160103

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

**TEKNIK PERSUASI DAN GAYA BAHASA BERDASARKAN STRUKTUR
KALIMAT PADA SLOGAN IKLAN DALAM APLIKASI BELANJA DI
GOOGLE PLAY PERIODE FEBRUARI 2017**

dipersiapkan dan disusun oleh

**YAUZA PRAWISADANI
1301040007**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Agustus 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan mendapat gelar Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Pembimbing

1. **Dra. Hj. Tutut Tugiati, M.Hum.**
NIP 19590817 198703 2 002
2. **Drs. Eko Suroso, M.Pd.**
NIK 2160103

Penguji

1. **Dra. Siti Fathonah, M.Hum.**
NIP 19590411 198503 2 002
2. **Dr. H. Kuntoro, M.Hum.**
NIP 19570901 198303 1 004

**Purwokerto, 11 Agustus 2017
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,**



Drs. H. Pudiyono, M.Hum.
NIP 19560508 198603 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Yauza Prawisadani

NIM : 1301040007

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi dengan judul

Teknik Persuasi dan Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat pada Slogan

Iklan dalam Aplikasi Belanja di *Google Play* Periode Februari 2017 adalah hasil

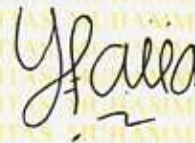
karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari hasil karya orang lain. Demikian

pernyataan ini dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan

maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 11 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Yauza Prawisadani
1301040007

MOTTO

Sebaik apapun skripsimu

Setinggi apapun IPK mu

Semua tak akan tercapai tanpa Doa Ibumu

-Pejuang Skripsi-

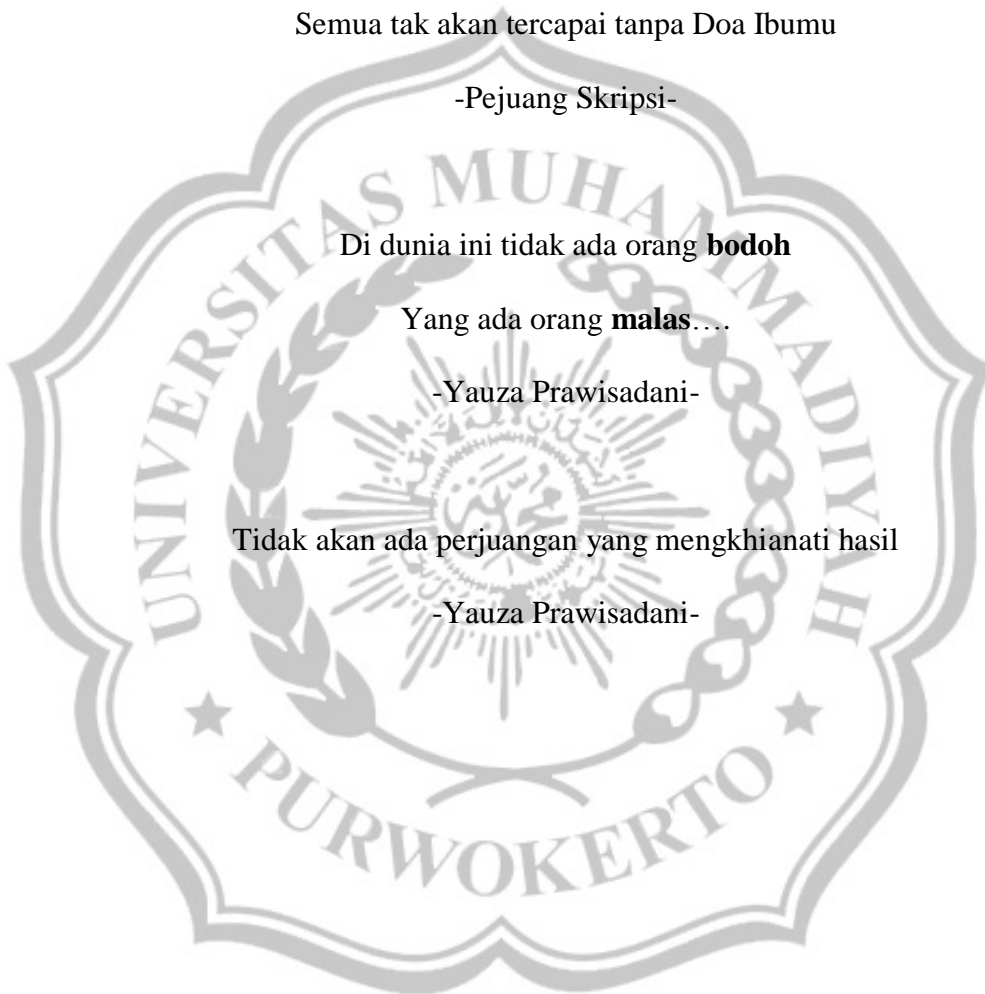
Di dunia ini tidak ada orang **bodoh**

Yang ada orang **malas**....

-Yauza Prawisadani-

Tidak akan ada perjuangan yang mengkhianati hasil

-Yauza Prawisadani-



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan yang sungguh luar biasa dengan selesainya penulisan skripsi ini. Penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Bapak ibuku tercinta Bapak Suwondo dan Ibu Nurkhamidah Hariyani yang tiada henti memberikan doa, cinta, kasih sayang, dorongan semangat, material dan spiritual.
2. Untuk keluarga besar dari pihak Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan dan moral sehingga saya dapat menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Teman-teman seperjuangan PBSI angkatan 2013 PBSI 8-A khususnya (Tanzilla, Putri, Nabila, Cici, Ratna, Yuli, Laras, Ratna, Timbang dan Vollyn) terima kasih selalu memberikan dukungan dan motivasi.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat waktu meskipun penelitian ini masih jauh dari sempurna dan tergolong sederhana. Dalam penulisan skripsi ini ketepatan waktu ini tidak lepas dari kuasa Allah SWT dan adanya bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, maka dari itu pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dra. Hj. Tutut Tugiati, M.Hum., Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Eko Suroso M.Pd., Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan ditengah kesibukannya.
3. Dosen Progam Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dewan Penguji Skripsi Progam Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Semua pihak yang membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap mudah- mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Purwokerto, 20 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat penelitian	7
1. Manfaat Teoretis	7
2. Manfaat Praktis	7

BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Sejenis yang Relevan	8
B. Bahasa	17
1. Pengertian Bahasa	17
2. Fungsi Bahasa	17
a. Alat untuk Menyatakan Ekspresi Diri	18
b. Alat Komunikasi	18
c. Alat Mengadakan Integrasi dan Adaptasi Sosial	19
d. Alat Mengadakan Kontrol Sosial	19
C. Wacana	20
1. Pengertian Wacana	20
2. Jenis Wacana	21
D. Wacana Tulis	22
E. Wacana Persuasif	22
1. Pengertian Wacana Persuasif	22
2. Ciri-ciri Wacana Persuasif	23
a. Bahasa	24
b. Nada	24
c. Detail	25
d. Organisasi	25
e. Kewenangan	25
3. Teknik Persuasi	26
a. Rasionalisasi	26
b. Identifikasi	27
c. Sugesti	27
d. Konformitas	28
e. Kompensasi	28
f. Penggantian	29
g. Proyeksi	29
4. Hubungan Iklan dengan Wacana Persuasif	30
a. Pengertian Iklan	30
b. Pengertian <i>Google Play</i>	31

F. Gaya Bahasa.....	32
1. Pengertian Gaya Bahasa.....	32
2. Jenis Gaya Bahasa.....	33
G. Slogan.....	36
1. Pengertian Slogan.....	36
2. Fungsi Slogan.....	37
3. Ciri-ciri Slogan.....	38
H. Kerangka Berpikir.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Data dan Sumber Data.....	42
C. Metode Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Teknik Persuasi yang Terdapat pada Slogan Iklan dalam Aplikasi Belanja di <i>Google Play</i> Periode Februari 2017.....	46
1. Rasionalisasi.....	47
2. Identifikasi.....	55
3. Sugesti.....	61
4. Konformitas.....	66
5. Kompensasi.....	71
B. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat yang Terdapat pada Slogan Iklan dalam Aplikasi Belanja di <i>Google Play</i> Periode Februari 2017.....	77
1. Klimaks.....	71
2. Antiklimaks.....	85
3. Antitesis.....	88
4. Repetisi.....	91
BAB V PENUTUP.....	93
A. Simpulan.....	93
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Gambar Slogan Iklan dalam Aplikasi Belanja di <i>Google Play</i> Periode Februari 2017.	97
Lampiran 2 : Klasifikasi Data Wacana Slogan Iklan dalam Aplikasi Belanja di <i>Google Play</i> Periode Februari 2017	147
Lampiran 3 : Klasifikasi Data Teknik Persuasi dan Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat pada Slogan Iklan dalam Aplikasi Belanja di <i>Google Play</i> Periode Februari 2017.	150



ABSTRAK

Penelitian berjudul **Teknik Persuasi dan Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat pada Slogan Iklan dalam Aplikasi Belanja di *Google Play* Periode Februari 2017** bertujuan untuk (1) mendeskripsikan teknik persuasi (rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian dan proyeksi) pada slogan iklan dalam aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017 dan (2) mendeskripsikan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat (klimaks, antiklimaks, paralelisme, antitesis dan repetisi) pada slogan iklan dalam aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini 50 wacana tulis pada slogan iklan dalam aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017. Sedangkan sumber datanya berupa slogan iklan yang terdapat pada aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017. Metode dan teknik penelitian ini terinci dalam tiga tahap penelitian yaitu: tahap penyediaan data, tahap penganalisisan data, dan tahap penyajian hasil penganalisisan data. Dalam tahap penyediaan data menggunakan metode simak dengan teknik dasar berupa Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) dan teknik lanjutan berupa teknik catat. Tahap penganalisisan data menggunakan metode padan referensial dengan teknik dasar yaitu teknik Pilah Unsur Penentu (PUP). Selain itu juga menggunakan metode agih dengan teknik dasar berupa Bagi Unsur Langsung (BUL) dan teknik lanjutan berupa teknik ganti. Tahap penyajian data menggunakan metode penyajian informal.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa slogan iklan dalam aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017 mengandung teknik persuasi dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. Berdasarkan hasil data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan (1) teknik persuasi pada slogan iklan dalam aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017 meliputi (rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas dan kompensasi). Selanjutnya (2) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat pada slogan iklan dalam aplikasi belanja di *Google Play* periode Februari 2017 meliputi (klimaks, antiklimaks, antitesis dan repetisi).

Kata kunci : *teknik persuasi, gaya bahasa berdasarkan stuktur kalimat, slogan iklan, aplikasi belanja, Google Play.*