

**ANALISIS UNSUR EKSTERNAL
WACANA PADA IKLAN PRODUK
HOME SHOPPING
DI LEJEL TV**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata 1 (S.1)

disusun oleh :

Shinta Ana Pudjiman

0901040031

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

2013

PERSETUJUAN
Skripsi Berjudul

ANALISIS UNSUR EKSTERNAL
WACANA PADA IKLAN PRODUK
HOME SHOPPING
DI LEJEL TV

oleh:

Shinta Ana Pudjiman
0901040031

Telah diperiksa oleh pembimbing pada 5 Agustus 2013
untuk diajukan dan dipertahankan di depan Dosen Penguji
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Mengetahui,

Pembimbing I,



Drs. H. Kuntoro, M.Hum.
NIP. 19570901 198303 1 004

Pembimbing II,



Dra. Noorliana, M.Pd.
NIP. 19600410 198603 2 001

Skripsi Berjudul

**ANALISIS UNSUR EKSTRENAL
WACANA PADA IKLAN PRODUK
HOME SHOPPING
DI LEJEL TV**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Shinta Ana Pudjiman
0901040031

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Agustus 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Pembimbing

1. Drs. H. Kuntoro, M.Hum.
NIP 19570901 198303 1 004
2. Dra. Noorliana, M.Pd.
NIP 19600410 198603 2 001

Penguji

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

Purwokerto, 16 Agustus 2013

Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,

Drs. Ahmad, M.Pd.

NIP 19650804 199403 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Ana Pudjiman

NIM : 0901040031

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Menyusun skripsi dengan judul:

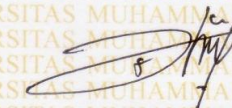
ANALISIS UNSUR EKSTERNAL WACANA PADA IKLAN PRODUK HOME SHOPPING DI LEJEL TV

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bukan dibuatkan orang lain atau jiplakan atau modifikasi karya orang lain.

Bila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang sudah saya peroleh.

Purwokerto, 16 Agustus 2013

Yang menyatakan,



Shinta Ana Pudjiman

0901040031

MOTTO

Keberhasilan yang diraih tidak lepas dari campur tangan Allah SWT

Jangan menunda esok hari bila hari ini bisa dikerjakan

Tidak ada hal yang sulit jika dikerjakan dengan kerja keras, kerja cerdas,
serta kesungguhan



PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Bapak dan Mama yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, nasehat, semangat serta doa yang tiada henti-hentinya di setiap langkahku.
2. Kakakku Nurul Prasetyo dan adikku Barkah Rian Satriadi yang selalu memberikan tawa dan canda dalam berbagi cerita serta inspirasi dan motivasi kepadaku.
3. Keluarga besarku yang selalu memberikan motivasi, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para sahabat seperjuanganku, Afi, Arul, Betty, Bunga, Ferdi, Nurul, Harun, dan Mais, kalian selalu memberikan dukungan, berbagi cerita baik suka dan duka yang menjadikan hari-hariku penuh makna.
5. Dua sahabat terdekatku Ayu dan Erfan di Sorong yang selalu memberikan motivasi kepadaku meskipun hanya melalui SMS dan telepon. Namun, semua itu merupakan dukungan yang begitu besar untukku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Unsur Eksternal Wacana pada Iklan Produk *Home Shopping* di Lejel TV”

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak melibatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Kuntoro, M.Hum, selaku pembimbing I yang selalu menyempatkan diri di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Dra. Noorliana, selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan serta saran-saran yang baik dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dewan Penguji Skripsi Program Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Angkatan PBSI 2009, teman-teman seperjuanganku dalam mencari ilmu.
5. Semua pihak yang telah banyak memberikan motivasi agar terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi bagi kita semua.

Purwokerto, 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TANDA	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian yang Relevan.....	5
B. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Wacana.....	7
2. Jenis-Jenis Wacana.....	8
3. Unsur-Unsur Eksternal.....	11
4. Iklan.....	23
5. Iklan Televisi <i>Home Shopping</i>	27
6. Lejel <i>Home Shopping</i>	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Data dan Sumber Data	30
C. Metode Penelitian	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

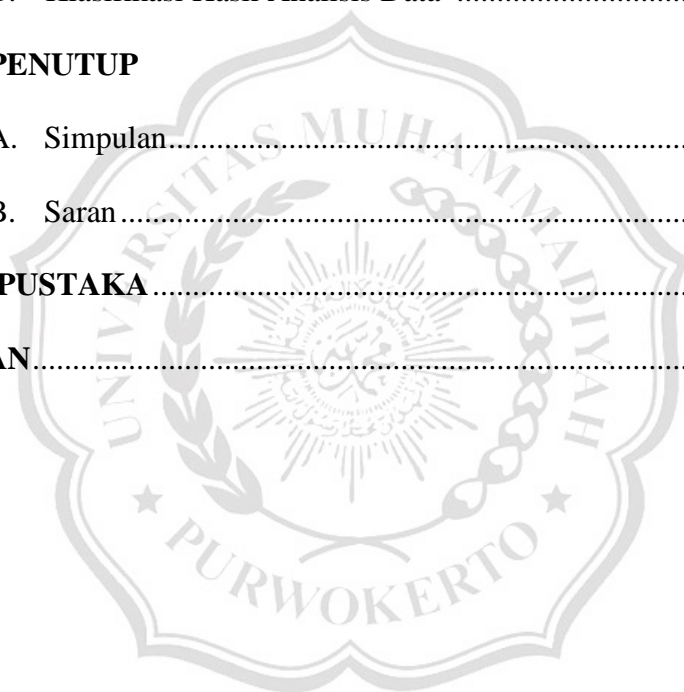
A. Analisis Data	34
B. Klasifikasi Hasil Analisis Data	84

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	183
B. Saran	186

DAFTAR PUSTAKA	188
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	190
-----------------------	-----



DAFTAR TANDA

- “..” Digunakan untuk mengutip wacana.
- (...) Kurung digunakan untuk penomoran data contoh (1.1.1) menunjukan iklan 1 penutur 1 dan kalimat 1.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian pada Iklan Produk <i>Home Shopping</i> di Lejel TV	190
Lampiran 2. Klasifikasi Data Berdasarkan Waktu Tayang	221



ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Analisis Unsur Eksternal Wacana pada Iklan *Home Shopping* di LEJEL TV” bertujuan untuk mendeskripsikan berbagai macam unsur eksternal yang terdapat dalam tuturan iklan produk *Home Shopping*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber dan data dapat diperoleh pada saat iklan berlangsung. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan produk *Home Shopping* sedangkan datanya berupa tuturan iklan produk *Home Shopping* yang mengandung unsur eksternal, yaitu: implikatur, presuposisi, referensi, inferensi dan konteks wacana. Pengumpulan data menggunakan metode simak, yang kemudian dilanjutkan dengan teknik sadap, teknik rekam dan teknik catat. Dalam tahap analisis data digunakan metode padan, alat penentunya diluar, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa (*langue*) yang bersangkutan. Penyajian data menggunakan metode penyajian informal, yaitu perumusan dengan kata-kata biasa walaupun dengan terminologi yang teknis sifatnya.

Berdasarkan data penelitian dan analisis data dapat disimpulkan bahwa tuturan pada iklan produk *Home Shopping* terkandung unsur eksternal, yaitu Implikatur konvensional terdapat pada iklan *Happy Call Double Pan Jumbo* (1.1.1) dan (1.1.6), *Lock and Lock* (2.1.1) dan (2.1.2), *Kitchen Cook Multi Mixer Juicer* (3.2.1) dan (3.2.2), *Air Clumber* (4.1.1), (4.1.2), dan (4.1.9). Al-Qur’an Ku Saku (5.1.3) dan (5.7.4), *Ear Zoom* (6.3.2), (6.3.4) dan (6.6.4), *Magic Plus White Cream* (7.9.1) dan (7.15.1). Implikatur percakapan juga terdapat pada iklan *Happy Call Double Pan Jumbo* (1.5.2) dan (1.6.1), *Magic Plus White Cream* (7.16.1) dan (7.17.1); Presuposisi terdapat pada semua iklan antara lain *Happy Call Double Pan Jumbo*, *Lock and lock*, *Kitchen Cook Multi Mixer Juicer*, *Air Clumber*, Al-Qur’an Ku Saku, *Ear Zoom*, *Magic Plus White Cream*, yang dapat disimpulkan bahwa penutur dalam iklan tersebut memiliki praanggapan bahwa pemirsa di rumah telah mengetahui kelebihan dari tiap-tiap produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan relatif murah dan terjangkau, serta banyak bonus menarik yang dapat menarik perhatian pemirsa untuk segera memesan produk yang diinginkan melalui *Call Center*; Referensi eksopora ditemukan pada iklan *Happy Call Double Pan Jumbo* (1.3.1), *Lock and Lock* (2.7.1), *Kitchen Cook Multi Mixer Juicer* (3.2.2), *Air Clumber* (4.1.1), (4.1.29) dan (4.1.30), Al-Qur’an Ku Saku (5.1.2), *Ear Zoom* (6.28.6), *Magic Plus White Cream* (7.15.1). Referensi Endopora juga ditemukan pada iklan *Happy Call Double Pan Jumbo* (1.40.2), *Lock and Lock* (2.15.1), (2.16.1), (2.7.2) dan (2.19.4), *Air Clumber* (4.1.6) dan (4.1.16), Al-Qur’an Ku Saku (5.1.11), *Magic Plus White Cream* (7.4.1). Dari keseluruhan data diperoleh inferensi yaitu produk-produk yang ditawarkan melalui media televisi agar penonton tertarik dan pada akhirnya menggunakan produk yang sudah ditawarkan. Konteks wacana pada iklan produk *Home Shopping* diperoleh akronim *SPEAKING* yaitu, S: *setting and scene*, *Happy Call Double Pan Jumbo*, *Lock and lock*, dan *Kitchen Cook Multi Mixer juicer* berlatar di ruangan studio yang bertemakan dapur, *Air Clumber*, Al-Qur’an Ku Saku, *Magic Plus White Cream* berlatar di sebuah ruangan studio sambil memperlihatkan masing-masing produk yang sedang ditawarkan oleh pembawa acara dengan ceria dan semangat, *Ear Zoom* berlatar di sebuah ruangan studio yang dilengkapi dengan sarana televisi. P : *participant*, dalam iklan produk *Home Shopping* terdapat pembawa acara serta pemirsa di rumah yang secara tidak langsung dilibatkan. E: *ends*, iklan produk *Home Shopping* bertujuan agar penonton mau membeli produk-produk yang sudah ditawarkan. A: *act*, pesan yang terkandung dalam iklan adalah ajakan untuk menggunakan produk-produk yang sudah ditawarkan oleh pembawa acara. K: *key*, iklan produk *Home Shopping* dalam penyampaian dilakukan dengan santai dan sangat bersemangat. I: *instrument*, iklan disampaikan melalui media audio visual yaitu televisi. N: *norms*, iklan disampaikan dengan halus, terbuka dan tidak memaksa. Sesuai dengan norma-norma kesantunan kebahasaan. G: *genres* iklan merupakan wacana persuasif karena mengajak dan mempengaruhi penonton.

ABSTRACT

The study, titled "An Analysis of External Elements of Discourse in the Advertisement of Home Shopping Products in Lejel TV" aims to describe a wide range of external elements contained in the speech advertising products *Home Shopping*.

This research is a qualitative descriptive study. Sources and the data can be obtained at the last ad. Sources of data in this study is a product advertisement Home Shopping while the data in the form of advertising products Home Shopping utterances that had the external elements, namely: implicature, presupposition, reference, inference and discourse context. Refer to the method of data collection, which is then followed by tapping techniques, recording techniques and technique note. Used in the data analysis stage match method, determining tool outside, detached, and not part of the language (langue) is concerned. Presentation of data using an informal method of presentation, the formulation with ordinary words, although the nature of technical terminology.

Based on research data and analysis of the data it can be concluded that the speech contained advertising products Home Shopping external elements, namely conventional implicature advertisements contained on Happy Call Double Pan Jumbo (1.1.1) and (1.1.6), Lock and Lock (2.1.1) and (2.1.2), Multi Kitchen Cook Mixer Juicer (3.2.1) and (3.2.2), Air Clumber (4.1.1), (4.1.2) and (4.1.9). My Pocket Quran (5.1.3) and (5.7.4), Ear Zoom (6.3.2), (6.3.4) and (6.6.4), Magic Plus White Cream (7.9.1) and (7.15.1). Conversational implicatures are also contained in advertisements Happy Call Double Pan Jumbo (1.5.2) and (1.6.1), Magic Plus White Cream (7.16.1) and (7.17.1); presupposition that all advertisements contained on, among others, Presuppositions contained in all advertisements include Happy Call Double Pan Jumbo, Lock and lock, Multi Kitchen Cook Mixer Juicer, Water Clumber, my Pocket Quran, Ear Zoom, Magic Plus White Cream, which can be inferred that the speaker in the ad have presuppositions that viewers at home have to know the strengths of each product offered, the offer price is relatively cheap and affordable, as well as many exciting bonuses that can attract the attention of viewers to immediately order the desired product through the Call Center; Reference ekspora found in advertisements Happy Call Double Pan Jumbo (1.3.1), Lock and Lock (2.7.1), Multi Kitchen Cook Mixer Juicer (3.2.2), Air Clumber (4.1.1), (1.4.29) and (1.4.30), the Qur'an My Pocket (5.1.2), Ear Zoom (6.28.6), Magic Plus White Cream (7.15.1). References are also found in the ad Endopora Happy Call Double Pan Jumbo (1.40.2), Lock and Lock (2.15.1), (2.16.1), (2.7.2) and (2.19.4), Air Clumber (4.1.6) and (4.1.16), the Qur'an My Pocket (5.1.11), Magic Plus White Cream (7.4.1). Overall inference from the data obtained that the products offered through the medium of television for the audience interested and in the end use product that is offered. Context of the discourse on advertising products Home Shopping obtained acronym SPEAKING ie, S: setting and scene, Happy Call Double Pan Jumbo, Lock and lock, and the Kitchen Cook Mixer Juicer Multi-room studio set in the theme of the kitchen, Air Clumber, Al-Qur'an My Pocket, Magic Plus White Cream background in a studio room while showing each of the products that are being offered by the host with a cheerful and spirit, Ear Zoom is set in a studio room which is equipped with means of television. P: participant, the Home Shopping are advertising products as well as the host of the viewers at home who are not directly involved. E: ends, advertising products Home Shopping intended for the audience to want to buy products that are offered. A: act, ad message contained within is an invitation to use the products that are offered by the host. K: key, Home Shopping in advertising product delivery is done with a relaxed and very excited. I: instrument, advertisements delivered through audio-visual media, namely television. N: norms, ads delivered with smooth, open and not force. In accordance with the norms of linguistic politeness. G: genres advertising is persuasive because it invites discourse and influence the audience.