

**GAYA BAHASA DALAM SLOGAN PENJUALAN  
PRODUK DAN JASA DI KORAN RADAR BENGKULU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana dalam  
Ilmu Tadris Bahasa Indonesia



Oleh:

MERI RATNA DEWI

NIM 1811290085

**PROGRAM STUDI TADRIS BAHASA INDONESIA  
FAKULTAS TARBIYAH DAN TADRIS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI  
SOEKARNO BENGKULU  
2022**

## SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meri Ratna Dewi

NIM : 1811290085

Prodi : Bahasa Indonesia

Jurusan : Tadris

Judul Skripsi : Gaya Bahasa Dalam Penjualan Produk Dan Jasa Di Koran Radar Bengkulu

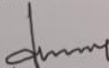
Telah melakukan verifikasi plagiasi melalui program <http://www.turnitin.com>. Skripsi ini memiliki indikasi plagiasi sebesar 28 % dan dinyatakan dapat diterima.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dengan verifikasi ini, maka akan dilakukan peninjauan ulang kembali.

Bengkulu, Juli 2022

Mengetahui,

Ketua Tim Verifikasi

  
Dr. Ediansyah, M.Pd.  
NIP. 197007011999031062

  
Meyatakan  
Meri Ratna Dewi  
NIM. 1811290085

#### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meri Ratna Dewi  
NIM : 1811290085  
Program Studi : Tadris Bahasa Indonesia  
Fakultas : Tarbiyah dan Tadris

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Gaya Bahasa dalam Slogan Penjualan Produk dan Jasa di Koran Radar Bengkulu”** adalah asli hasil karya saya atau penelitian saya sendiri bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi maka saya siap dikenakan sanksi akademik.

Bengkulu, Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Meri Ratna Dewi  
NIM 1811290085



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
FAKULTAS TARBİYAH DAN TADRIS**  
Alamat: JalanTadris Fatah Pagardewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.uinfatbengkulu.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Gaya Bahasa dalam Slogan Penjualan Produk dan Jasa di Koran Radar Bengkulu”**, yang disusun oleh Meri Ratna Dewi, NIM 1811290085, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Tadris UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu pada hari Kamis, 29 Juli 2022, dalam bidang Pendidikan/Tadris Bahasa Indonesia.

Ketua  
**Dr. Edi Ansyah, M.Pd.**  
NIP 197007011999031002

Sekretaris  
**Dr. Ahmad Suradi, M.Pd.**  
NIP 197601192007011018

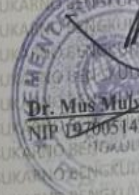
Penguji I  
**Dr. Adisel, M.Pd.**  
NIP 197612292003121004

Penguji II  
**Dr. Qolbi Khoiri, M.Pd.**  
NIP 198107202007101003



*[Handwritten signatures and dates]*  
As. Dewi  
18/08/22

Bengkulu, Agustus 2022  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Tadris  
*[Signature]*  
**Dr. Mus Muliyadi, S.Ag., M.Pd.**  
NIP 197605143000031004





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telp. (0736) 51276-51171-51172-53879, Fax. (0736) 51171-51172

Website: [www.iainbengkulu.ac.id](http://www.iainbengkulu.ac.id)

**NOTA PEMBIMBING**

Hal tawar: **Proposal Skripsi Sdri. Meri Ratna Dewi**  
NIM: **1811290085**  
Kepada: **Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Tadris UINFAS Bengkulu**  
Di Bengkulu

*Assalamu alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca dan memberikan arahan dan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara,

Nama: **Meri Ratna Dewi**  
NIM: **1811290085**  
Judul Skripsi: **Gaya Bahasa dalam Slogan Penjualan Produk dan Jasa di Koran Radar Bengkulu**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada sidang monaqosah guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dalam bidang bahasa Indonesia.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu alaikum Wr. Wb.*

Bengkulu, Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H. M. Akhario S. Ag. S. Hum. M. Pd.**  
NIP. 197509252001121004

**Randi, M. Pd.**  
NIDN. 2012068801

## **PERSEMBAHAN**

Yang utama dari segalanya puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memberikanku sesabaran luar biasa. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku yang telah membesarkan, mendidik dan mendoakan dengan penuh kasih sayang dan kesabaran.
2. Adik-adiku tersayang yang selalu memberi dukungan dalam tiap langkahku.
3. Diri sendiri yang bisa menahan dan menerima semua cobaan baik secara fisik maupun batin saat proses ini sedang diperjuangkan sebagai support system terbaik.
4. Aldo Fasel Sanjaya teman yang selalu mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Pembenci karna berkat kalian mungkin aku tidak akan senekat ini.
6. Almamater IAIN Bengkulu.

## ***MOTTO***

- Keinginan tanpa usaha itu omong kosong
- Orang yang sukses adalah orang yang tidak peduli seberapa besar mimpi itu melainkan orang yang mampu bangkit untuk mewujudkan mimpinya
- Tiada kemudahan tanpa kesukaran dan tiada kesuksesan tanpa proses
- Hanya karna prosesmu lebih lama dari orang lain bukan berarti kamu gagal
- Jangan dengarkan pembenci
- Jangan tunjukkan prosesmu tapi tunjukanlah hasilnya
- Karna semua yang melibatkan Allah apapun hasilnya itu pasti yang terbaik

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas hidayah dan rahmat-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dengan judul “Gaya Bahasa dalam Slogan Penjualan Poduk dan Jasa di Koran Radar Bengkulu” dapat diselesaikan meskipun masih banyak kekurangannya.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan proposal skripsi ini banyak memperoleh bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. KH Zulkarnain Dali, M.Pd. selaku Rektor Universitas Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu, yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di UINFAS Bengkulu.
2. Dr. Mus Mulyadi, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Tadris Universitas Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu dan serta staf nya, yang selalu mendorong keberhasilan penulis.
3. Risnawati, M.Pd. selaku ketua jurusan bahasa yang telah memfasilitasi dan memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi.
4. Heny Friantary, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi.



5. Dr. H. Ali Akbarjono M.Hum. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi.
6. Randi, M.Pd. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, kritik, saran dan motivasi penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi.
7. Hengki Satrisno, M.Pd.I. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan selaku memberikan motivasi penulis.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pada pembaca pada umumnya.

Bengkulu, Juli 2022

Meri Ratna Dewi  
NIM 1811290085

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>vi</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori	
1. Gaya Bahasa.....	9
a. Pengertian Gaya Bahasa dan Penerapannya ..	9
b. Jenis-jenis Gaya Bahasa .....	10
c. Tujuan dari Gaya Bahasa .....	21
d. Fungsi Gaya Bahasa .....	23
2. Slogan.....	24
a. Slogan dan Penerapannya .....	24
b. Jenis-jenis slogan .....	27
c. Fungsi slogan .....	28
3. Penjualan Produk dan Jasa .....	29
a. Pengertian produk .....	29
b. Pengertian jasa .....	30
4. Koran Radar Bengkulu.....	31
5. Semantik.....	32
a. Defenisi Semantik .....	32
b. Jenis Makna dalam Semantik.....	34
B. Kajian Pustaka.....	37
C. Kerangka Berfikir.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	46

B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
C. Sumber Data.....	48
D. Fokus Penelitian .....	49
E. Teknik Pengumpulan Data .....	49
F. Uji Keabsahan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
<b>BAB IV DESKRIPSI dan ANALISA DATA</b>	
A. Deskripsi Data.....	54
1. Profil Singkat Koran Radar Bengkulu .....	54
2. Gaya Bahasa dan Makna Semantik.....	56
3. Fungsi Bahasa Slogan .....	61
B. Analisis Data .....	63
1. Gaya Bahasa dan Makna Semantik.....	63
2. Fungsi Bahasa Slogan .....	83
a. Fungsi Informatif .....	83
b. Fungsi Direktif .....	90
C. Keterbatasan Penelitian .....	94
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran.....	98
<b>Daftar Pustaka</b>	
<b>Lampiran-Lampiran</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.1 Data Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.2 Analisis Fungsi Informatif.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4.3 Analisis Fungsi Direktif .....</b>	<b>90</b>

Nama : Meri Ratna Dewi  
NIM : 1811290085  
Program Studi : Tadris Bahasa Indonesia

### **ABSTRAK**

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini ialah apa saja gaya bahasa, makna yang terkandung dan fungsi bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu edisi April-Juni 2022. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan bentuk, makna dan fungsi bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu. Jenis Penelitian Ini adalah penelitian pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode contentanalysis (analisis isi). Sumber data berupa slogan penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik amati, analisis dan tarik kesimpulan. Instrumen penelitian adalah human instrumen. Hasil menyimpulkan bahwa terdapat sebanyak sebanyak 35 slogan iklan yang mengandung makna gaya bahasa. Gaya bahasa yang digunakan diantaranya adalah 7 gaya bahasa hiperbola, 21 gaya bahasa pertanyaan retorik, 1 gaya bahasa aliterasi, 5 gaya bahasa metafora, dan 1 gaya bahasa repetisi. Serta makna semantiknya yaitu 8 makna kias, 14 makna denotatif, dan 13 makna leksikal. Serta 20 slogan yang memiliki fungsi informatif (informasi) dan 15 gaya slogan yang memiliki fungsi direktif (mengajak).

Kata Kunci: Analisis gaya bahasa, makna semantik, fungsi bahasa slogan, Radar Bengkulu

Name : Meri Ratna Dewi  
Nim : 1811290085  
Study Program : Tadris Bahasa Indonesia

### **ABSTRACT**

The problems raised in this study are what are the language styles, meanings and functions of slogan language in selling products and services in the April-June 2022 edition of the Radar Bengkulu newspaper. The purpose of this study is to describe the form, meaning and function of slogan language in selling products and services. services in Radar Bengkulu newspaper. Type of Research This is a qualitative descriptive approach with content analysis method (content analysis). The source of the data is the slogan of selling products and services in the Radar Bengkulu newspaper. The data collection technique is done by observing, analyzing and drawing conclusions. The research instrument is a human instrument. The results conclude that there are as many as 35 advertising slogans that contain the meaning of language style. The language styles used include 7 hyperbole language styles, 21 rhetorical question styles, 1 alliteration language style, 5 metaphorical styles, and 1 repetition language style. And the semantic meanings are 8 figurative meanings, 14 denotative meanings, and 13 lexical meanings. As well as 20 slogans that have an informative function (information) and 15 styles of slogans that have a directive function (inviting).

Keywords: Language style analysis, semantic meaning, function of slogan language, Radar Bengkulu

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa digunakan untuk berinteraksi satu dengan lainnya. Ini sesuai dengan fungsi bahasa yang merupakan alat komunikasi. Dalam kehidupan masyarakat, manusia dapat menggunakan alat komunikasi selain bahasa, tetapi tampaknya bahasa merupakan alat komunikasi yang paling efektif dan baik jika dibandingkan dengan alat komunikasi yang lain. Komunikasi ada dua macam, yakni komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung dilaksanakan dengan melakukan percakapan secara langsung atau berhadapan. Sementara, komunikasi tidak langsung bisa dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui slogan.<sup>1</sup>

Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan atau

---

<sup>1</sup> Devianty, Rina. "Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan." *Jurnal tarbiyah* vol. 24 no. 2 (Januari 2017). hal. 2.

mengiklan kan sesuatu atau perkataan maupun kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Slogan dibuat untuk menginformasikan suatu hal. Kata- kata dalam slogan disusun sedemikian rupa agar dapat mempengaruhi pembaca dengan ciri-ciri sebagai berikut.

- 1) Kata-katanya singkat, menarik,dan mudah diingat.
- 2) Merupakan semboyan suatu organisasi atau masyarakat.

Slogan dibuat untuk menarik perhatian orang banyak. Slogan ditulis sedemikian rupa sehingga masyarakat tertarik untuk membacanya dan merasa terpanggil untuk melaksanakan imbauan yang terdapat pada slogan tersebut. Slogan kelihatan lebih menarik bila menggunakan gayabahasa yang sesuai dengan apa yang ingin disampaikan. Penggunaan gaya bahasa pada slogan setidaknya dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorangdalam penggunaan bahasa tertentu. Semakin baik gaya bahasanya,semakin baik pula penilaian orang terhadapnya; semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula



penilaian diberikan padanya.<sup>2</sup> Sebuah iklan diciptakan untuk mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat dalam menanggapi iklan yang disampaikan. Daya tarik sebuah iklan dibangun untuk mengingatkan khalayak pada citraan tertentu. Citraan muncul dari penggunaan gaya bahasa yang digunakan dalam sebuah iklan, sehingga para konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Pengiklan membidik dari banyak sisi dalam memasarkan produknya kepada masyarakat. Dari segi bahasa maupun dari segi bentuknya, iklan dapat mengubah citraan atau pandangan masyarakat terhadap suatu produk. Pada awalnya produk tersebut tidak menarik bagi seseorang, tetapi setelah melihat iklan tersebut dapat mengubah pandangan terhadap produk yang diiklankan.

Bahasa yang digunakan dalam slogan produk dan jasa diharapkan dapat dimengerti oleh konsumen dan dapat menarik perhatian mereka terhadap produk tersebut. Slogan sengaja dibuat dengan berbagai gaya dan menarik tanpa mengurangi keakuratan dan keunggulan dari produk tersebut. Oleh karena itu, slogan

---

<sup>2</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2019), hal. 113.

menggunakan gaya bahasa sebagai salah satu cara untuk menarik konsumen. Gaya bahasa dalam retorika dikenal dengan istilah *style* yaitu bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Sebab itu, persoalan gaya bahasa meliputi semua hirarki kebahasaan: pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan mencakup pula sebuah wacana secara keseluruhan. Malahan nada yang tersirat di balik sebuah wacana termasuk pula persoalan gaya bahasa. Jadi jangkauan gaya bahasa sebenarnya sangat luas, tidak hanya mencakup unsur-unsur kalimat yang mengandung corak-corak tertentu, seperti yang umum terdapat dalam retorika-retorika klasik.<sup>3</sup>

Cabang ilmu yang membahas mengenai gaya bahasa adalah semantik. Definisi semantik secara umum adalah cabang ilmu bahasa yang membahas makna dan satuan bahasa. Satuan bahasa itu dapat berupa kata, frasa, klausa dan kalimat. Selanjutnya, semantik merupakan cabang linguistik yang mempunyai

---

<sup>3</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 112.

hubungan erat dengan ilmu-ilmu sosial lain seperti sosiologi dan antropologi bahkan juga dengan filsafat dan psikologi.<sup>4</sup>

Dari hasil observasi di koran Bengkulu diperoleh informasi bahwa banyak terdapat gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, dan perulangan, yang sedemikian dibuat semenarik mungkin, dan mudah diingat dalam kalimat yang singkat yang disebut slogan untuk menjelaskan dan menghidupkan barang atau jasa yang ditawarkan agar menarik perhatian konsumen.<sup>5</sup> Sebagai contoh pada slogan “BAYAR LISTRIK DIAWAL BULAN LEBIH NYAMAN BIAR HIDUP LEBIH NYAMAN”. Slogan tersebut mengandung majas pernyataan retorik karena terdapat asumsi bahwa hanya ada satu jawaban yang mungkin. “COMPUTER MU RUSAK? JANGAN BERSEDIH TANGISAN KALIAN SUNGGUH MENYAYAT HATI, TENANG ADA KAMI DI SINI UNTUK MEMBANTU ANDA!”. Slogan tersebut mengandung majas hiperbola karena

---

<sup>4</sup> Yurnianti, Silvia dkk. "Gaya bahasa iklan produk PT. Unilever Indonesia: Suatu Tinjauan Semantik Dan Pragmatik." *Jurnal Bahasa dan Sastra* , vol. 1 no. 1 (2012): hal. 43.

<sup>5</sup> Observasi di koran Radar Bengkulu. 16 Mei 2022

mengandung pernyataan yang berlebihan, dengan membesarkan sesuatu hal.

Berdasarkan contoh diatas terdapat fenomena variasi gaya bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa, serta fungsi dari bahasa slogan seperti fungsi informatif dan direktif. Adanya gaya bahasa dalam slogan membuat promosi karena terlihat lebih fleksibel. Ketertarikan peneliti terhadap iklan slogan dalam koran yakni banyaknya gaya bahasa yang digunakan di iklan barang dan iklan jasa dalam koran tersebut menarik untuk diteliti. Dalam koran tersebut, iklan digunakan untuk memberikan informasi tentang barang dan jasa yang ditawarkan dan adanya makna tersirat dalam setiap jenis gaya bahasa, serta fungsi dari bahasa slogan. Oleh karena itu, koran tersebut dipilih sebagai subjek penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja gaya bahasa yang terdapat pada slogan produk barang dan jasa di koran Radar Bengkulu?
2. Bagaimana makna semantik yang terkandung dalam slogan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu?
3. Bagaimana fungsi bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa di koran?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan**

Dari rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan gaya bahasa yang terdapat pada slogan produk barang dan jasa di koran Radar Bengkulu.
- b. Mendeskripsikan makna gaya bahasa slogan produk barang dan jasa di koran Radar Bengkulu.
- c. Mendeskripsikan fungsi bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa di koran.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

- a) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pemahaman tentang penelitian dalam linguistik yang berhubungan dengan kajian gaya bahasa pada slogan produk dan jasa di koran.

#### b. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- a) Bagi mahasiswa program studi tadaris bahasa Indonesia, penelitian ini dapat di gunakan untuk menambah informasi mengenai gaya bahasa dan adanya makna semantik yang terkandung dalam gaya bahasa pada slogan penjualan produk barang dan jasa.
- b) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau pedoman tentang ilmu bahasa khususnya tentang kajian gaya bahasa.
- c) Bagi lembaga media cetak provinsi Bengkulu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan wawasan dan masukan bahwa pentingnya peran gaya bahasa dalam penulisan slogan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Gaya Bahasa

##### a. Pengertian Gaya Bahasa dan Penerapannya dalam Bahasa Indonesia

Gaya bahasa merupakan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Gaya bahasa memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu.<sup>6</sup> Gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan sesuatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Secara singkat penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 112.

<sup>7</sup>Laila, M. Pd. "Gaya Bahasa Perbandingan dalam Kumpulan Puisi Melihat Api Bekerja Karya M AAN Mansyur (Tinjauan Stilistika)." *Jurnal gramatika* vo. 2 no. 2 (2016): hal. 148.

Gaya bahasa merupakan bagian dari aksi yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frase atau kalimat tertentu. Adapun jangkauan gaya bahasa tidak hanya unsur kalimat yang mengandung corak tertentu. Gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal lain yang lebih umum. Pendek kata, penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu.<sup>8</sup> Dari beberapa pendapat di atas, menurut peneliti bahwa gaya bahasa adalah cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan atau lisan, Kekhasan dari gaya bahasa ini terletak pada pemilihan kata-katanya yang tidak secara langsung menyatakan makna yang sebenarnya.

#### **b. Jenis-jenis Gaya Bahasa**

Jenis-jenis gaya bahasa yaitu, “Pandangan-pandangan atau pendapat-pendapat tentang gaya bahasa sejauh ini sekurang-kurangnya dapat dibedakan, pertama dilihat dari segi nonbahasa,

---

<sup>8</sup> Ibrahim, Soleh. "Analisis Gaya Bahasa dalam Kumpulan Novel Mimpi Bayang Jingga Karya Sanie B. Kuncoro." *Jurnal Sasindo Unpam* (2017): vol. 3 no. 3. hal. 37.



dan kedua dilihat dari segi bahasanya sendiri.” Dilihat dari segi nonbahasa, style (gaya bahasa) dapat dibagi atas tujuh pokok, yaitu berdasarkan pengarang, masa, medium, subjek, tempat, hadirin, dan tujuan. Dilihat dari segi bahasanya, gaya bahasa dibedakan berdasarkan (1) pilihan kata, (2) nada yang terkandung dalam wacana, (3) struktur kalimat, dan (4) langsung tidaknya makna.<sup>9</sup>

#### 1) Gaya bahasa berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yaitu “mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai untuk posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat”. Dengan kata lain, gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situai tertentu.<sup>10</sup>

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapatlah dibedakan gaya bahasa resmi (bukan bahasa resmi), gaya bahasa tak resmi,

---

<sup>9</sup> Keraf, Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 117.

<sup>10</sup> Keraf, Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 117.

dan gaya bahasa percakapan. Perbedaan antara gaya bahasa resmi dan tak resmi sebenarnya bersifat relatif. Antara kedua ekstrim ini masih terdapat bermacam-macam perbedaan warna yang berturut-turut akan masih mengandung unsur-unsur dari gaya sebelumnya, tetapi sementara itu sudah mengandung juga unsur-unsur dari gaya tingkat berikutnya.

## 2) Gaya Bahasa berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dari pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan.<sup>11</sup> Karena nada itu pertama-tama lahir dari sugesti yang dipancarkan oleh rangkaian kata-kata, sedangkan rangkaian kata-kata itu tunduk pada kaidah-kaidah sintaksis yang berlaku, maka nada, pilihan kata, dan struktur kalimat sebenarnya berjalan sejajar. Yang satu akan mempengaruhi yang lain. Dengan latar belakang ini, gaya bahasa dilihat dari sudut nada

---

<sup>11</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 121.

yang terkandung dalam sebuah wacana, dibagi atas : gaya yang sederhana, gaya mulia dan bertenaga, serta gaya menengah.

### 3) Gaya bahasa berdasarkan Struktur Kalimat

Menurut Keraf mengemukakan bahwa gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat: “struktur buah kalimat dapat dijadikan landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Struktur kalimat bagaimana tempat sebuah unsur kalimat yang di pentingkan dalam kalimat tersebut”.<sup>12</sup> Ada kalimat yang bersifat periodik, bila bagian yang terpenting atau gagasan yang mendapat penekanan ditempatkan pada akhir kalimat. Ada kalimat yang bersifat kendur, yaitu bila bagian kalimat yang mendapat penekanan ditempatkan pada awal kalimat. Bagian-bagian yang kurang penting atau semakin kurang penting dideretkan sesudah bagian yang dipentingkan tadi. Jenis yang ketiga adalah kalimat berimbang, yaitu kalimat yang mengandung dua bagian kalimat atau lebih yang kedudukannya sama tinggi atau sederajat.

---

<sup>12</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 124.

Berdasarkan ketiga macam struktur kalimat sebagai yang dikemukakan di atas, maka dapat diperoleh gaya-gaya bahasa terbagi menjadi lima yaitu: klimaks, antiklimaks, paralelisme, antitesis, repetisi. Pengelompokan gaya bahasa dengan menggunakan teori dari Gorys Keraf di atas digunakan karena banyak teori gaya bahasa yang sesuai dengan gaya bahasa yang ditemukan dalam slogan iklan.

#### 4) Gaya bahasa berdasarkan Langsung tidaknya Makna

Gaya bahasa berdasarkan ketidak berlangsungan makna ini biasanya disebut sebagai trope atau figure of speech. Istilah trope sebenarnya berarti “pembalikan” atau “penyimpangan”. Terlepas dari konotasi kedua istilah itu, kita dapat mempergunakan kedua istilah itu dengan pengertian yang sama, yaitu suatu penyimpangan bahasa secara evaluatif atau secara emotif dari bahasa biasa, entah dalam (1) ejaan, (2) pembentukan kata, (3) konstruksi (kalimat, klausa, frasa), atau (4) aplikasi sebuah istilah, untuk memperoleh kejelasan, penekanan, hiasan, humor, atau sesuatu efek yang lain. Trope atau figure of speech dengan demikian memiliki bermacam-macam fungsi: menjelaskan,

memperkuat, menghidupkan, obyek mati, menstimulasi asosiasi, menimbulkan gelak ketawa, atau untuk hiasan.

Gaya bahasa yang disebut trope atau figure of speech dalam uraian di atas dibagi atas dua kelompok, yaitu gaya bahasa retorik, yang semata-mata merupakan penyimpangan dari konstruksi biasa untuk mencapai efek tertentu, dan gaya bahasa kiasan yang merupakan penyimpangan yang lebih jauh, khususnya dalam bidang makna.<sup>13</sup>

Berikut berupa penjelasan mengenai gaya bahasa tersebut:

a. Metafora

Metafora adalah semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat: bunga bangsa, buaya darat, buah hati, cinderamata dan sebagainya.<sup>14</sup>

Metafora adalah suatu kiasan tuturan yang secara singkat membandingkan dua hal melalui pernyataan bahwa sesuatu itu adalah yang lain. Metafora adalah semacam analogi yang

---

<sup>13</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 129.

<sup>14</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 139.

membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat: bunga bangsa, buaya darat, buah hati, cinderamata, dan sebagainya. Metafora tidak selalu harus menduduki fungsi predikat, tetapi dapat juga menduduki fungsi lain seperti subjek, objek, dan sebagainya. Dengan demikian, metafora dapat berdiri sendiri sebagai kata. Berdasarkan beberapa pendapat pakar di atas, penulis menyimpulkan bahwa metafora merupakan ungkapan kebahasaan yang membandingkan dua hal yang berlainan secara singkat dan langsung.

Metafora sebagai perbandingan langsung tidak mempergunakan kata: seperti, bak, bagai, bagaikan, dan sebagainya, sehingga pokok pertama langsung dihubungkan dengan pokok kedua. Proses terjadinya sebenarnya sama dengan simile tetapi secara berangsur-angsur keterangan mengenai persamaan dan pokok pertama dihilangkan. Metafora adalah perbandingan yang implisit, jadi tanpa kata seperti atau sebagai, di antara dua hal yang. Metafora adalah pemakaian kata-kata bukan arti sebenarnya, melainkan sebagai lukisan yang berdasarkan persamaan atau perbandingan.

### b. Personifikasi

Personifikasi adalah semacam gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda mati atau barang-barang yang tidak bernyawa seolah-olah memiliki sifat-sifat kemanusiaan. Personifikasi merupakan suatu corak khusus dari metafora, yang mengiaskan benda-benda mati bertindak, berbuat, berbicara seperti manusia.

### c. Hiperbola

Menurut Gorys Keraf hiperbola adalah gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal. Sedangkan menurut Burhan Nurgiyantoro hiperbola adalah gaya bahasa yang cara penuturnya bertujuan menekankan maksud dengan sengaja melebih-lebihkan. Jadi dapat disimpulkan hiperbola merupakan suatu cara yang berlebih-lebihan mencapai efek suatu gaya bahasa yang di dalamnya berisi kebenaran yang direntang panjangkan. Dalam konteks slogan penjualan produk dan jasa pada koran hiperbola

digunakan untuk melebih-lebihkan sesuatu, sehingga terlihat hal tersebut tidak masuk akal.<sup>15</sup>

#### d. Sinekdoke

Sinekdoke adalah suatu istilah yang diturunkan dari kata Yunani *synekdechesthai* yang berarti menerima bersama-sama. Sinekdoke adalah semacam bahasa figuratif yang mempergunakan sebagian dari sesuatu hal untuk menyatakan keseluruhan atau mempergunakan keseluruhan untuk menyatakan sebagian.

#### e. Repetisi

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Dalam bagian ini, hanya akan dibicarakan repetisi yang berbentuk kata atau frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratori timbullah bermacam-macam variasi repetisi. Repetisi, seperti halnya

---

<sup>15</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 135.



dengan paralelisme dan antitesis, lahir dari kalimat yang berimbang.

f. Pertanyaan Retoris

Pertanyaan Retoris adalah semacam pertanyaan yang dipergunakan dalam pidato atau tulisan dengan tujuan untuk mencapai efek yang lebih mendalam dan penekanan yang wajar, dan sama sekali tidak menghendaki adanya suatu jawaban. Gaya ini biasanya dipergunakan sebagai salah satu alat yang efektif oleh para oprator. Dalam pertanyaan retorik terdapat asumsi bahwa hanya ada satu jawaban yang mungkin.<sup>16</sup>

g. Aliterasi

Aliterasi adalah semacam gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama. Biasanya dipergunakan dalam puisi, kadang-kadang dalam prosa, untuk perhiasan atau untuk penekanan.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 134.

<sup>17</sup> *Ibid.*, hal. 30

#### h. Asonansi

Asonansi adalah semacam gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi vokal yang sama. Biasanya dipergunakan dalam puisi, kadang-kadang juga dalam prosa untuk memperoleh efek penekanan atau sekadar keindahan.

#### i. Elipsis

Elipsis adalah suatu gaya yang berwujud menghilangkan suatu unsur kalimat yang dengan mudah dapat diisi atau ditafsirkan sendiri oleh pembaca atau pendengar, sehingga struktur gramatikal atau kalimatnya memenuhi pola yang berlaku.

Berdasarkan teori-teori diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa gaya bahasa dan penerapannya dalam bahasa indonesia, dalam konteks penelitian ini adalah upaya untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan batin yang hidup melalui bahasa yang khas dalam bertutur untuk memperoleh efek-efek tertentu sehingga apa yang dinyatakan menjadi jelas dan mendapat arti yang pas.

Indikator gaya bahasa dibagi menjadi 4 yaitu:

- 1) Bahasa perbandingan,

- 2) Bahasa pertentangan,
- 3) Bahasa pertautan,
- 4) Bahasa perulangan.

### **c. Tujuan dari Gaya Bahasa**

Gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta memperbandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum. Pendek kata, penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu. Tujuan dari gaya bahasa yaitu untuk menarik perhatian. Ada beberapa cara untuk menarik perhatian, yaitu dengan, membandingkan, mempertentangkan, atau mempertautkan baik isi maupun kata-katanya. Gaya bahasa merupakan cara penulis dalam berekspresi dengan majas-majas tertentu. Majas yang dikaji dari lagu tersebut adalah majas perbandingan, majas pertentangan, majas pertautan, dan majas perulangan.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Faoziah, Ikoh, Sri Mulyani, and Herdiana Herdiana. "Gaya Bahasa Pada Lirik Lagu dalam Album "Gajah" Karya Muhammad Tulus." *Literasi: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya* vol. 3.no. 1 (April 2019): hal. 11.

Gaya bahasa perbandingan meliputi: perumpamaan, merafora, personifikasi, depersonifikasi, antitesis, dan pleonasme. Gaya bahasa pertentangan meliputi: hiperbola, litotes, ironi, paronomasia, paradoks, klimaks, antiklimaks, sinisme, dan sakarsme. Gaya bahasa pertautan meliputi: metonimia, sinekdoke, alusio, eufemisme, antonomasia, dan paralelisme. Gaya bahasa perulangan meliputi: asonansi, epizeukis, anafora dan tropen. Dengan memperhatikan uraian jenis gaya bahasa dan dasar-dasar pemakaian gaya bahasa yang baik, tampak bahwa pemakaian gaya bahasa tidaklah sembarangan tetapi harus jujur atau langsung tidak berbelit belit, juga harus santun melalui penggunaan bahasa yang jelas dan singkat dan menarik yakni berpengertian baik dan hidup.

#### **d. Fungsi Gaya Bahasa**

Adapun fungsi dari gaya bahasa adalah sebagai berikut.<sup>19</sup>

- a. Gaya bahasa berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi atau meyakinkan pembaca atau pendengar, maksudnya gaya bahasa dapat membuat pembaca atau pendengar semakin yakin dan percaya terhadap apa yang disampaikan penulis;
- b. Gaya bahasa berfungsi sebagai alat untuk menciptakan keadaan perasaan hati tertentu, maksudnya gaya bahasa dapat menjadikan pembaca hanyut dalam suasana hati tertentu, misalnya kesan baik atau buruk, senang, tidak enak dan sebagainya setelah mengetahui tentang apa yang disampaikan penulis;
- c. Gaya bahasa berfungsi sebagai alat untuk memperkuat efek terhadap gagasan yang disampaikan, maksudnya gaya bahasa dapat membuat pembaca atau pendengar terkesan terhadap agasan yang disampaikan penulis atau pembicara.

---

<sup>19</sup> Damayanti, Rini. "Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram" *Jurnal widyaloka ikip widya darma* vol. 5. no. 3 (juli 2018): hal. 269.

## 2. Slogan

### a. Definisi Slogan dan Penerapannya Dalam Penjualan Produk dan Jasa

Slogan merupakan susunan kata atau frase yang digunakan untuk merangkum atau mengekspresikan tujuan dan semangat merek. Kehadiran slogan bukanlah sesuatu yang mutlak, namun perannya cukup unik dalam mendukung komunikasi merek. Slogan digunakan untuk menambah energi aktif pada logo, memberikan dorongan motivasi pada khalayak, mengonsolidasikan filosofi perusahaan atau merek, dan memberikan detail singkat tentang apa yang ditawarkan dan dijanjikan merek (brand promise).<sup>20</sup> Oleh karena itu slogan di buat semenarik mungkin dengan bahasa yang sederhana agar masyarakat yang membacanya tahu maksud dan tujuan yang ada di dalam slogan tersebut.

Slogan merupakan tuturan, perkataan, atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk

---

<sup>20</sup> Marta, Rustono Farady, dan Patricia Agustin. "Kajian Identitas Merek Situs Berniaga. com Melalui Makna Slogan Jualnya Gampang Belinya Senang." *JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL* vol. 2. No. 3 (Maret 2016): hal. 201.

memberitahu, atau menjelaskan tujuan suatu ideologi golongan, organisasi, partai politik, dan sebagainya.<sup>21</sup> Jadi slogan adalah kelompok kata atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk memberitahukan tujuan atau visi suatu organisasi, kegiatan, golongan, organisasi, atau perusahaan. Isi slogan menggambarkan visi atau tujuan suatu organisasi, kegiatan, golongan, organisasi, atau perusahaan. Isi slogan menggambarkan visi, tujuan, dan harapan dari sebuah kegiatan atau organisasi atau perusahaan.

Penerapan slogan dalam penjualan produk dan jasa di anggap sangat penting karena semakin ketatnya persaingan bisnis di masa untuk memikat dan menarik perhatian pembacanya. Isi slogan menggambarkan visi misi atau tujuan suatu perusahaan untuk menginformasi yang ingin disampaikan oleh pengiklan melalui slogan kepada konsumen mengenai produk mereka. Peran slogan dalam produk dan jasa dapat di harapkan membantu minat konsumen untuk slalu mengingat mereka dari produk yang

---

<sup>21</sup> Lastri, Desi dkk. "Analisis Slogan di Kota Bengkulu." *Jurnal Ilmiah KORPUS* vol. 3no. 2 (Agustus 2019): hal. 146.

ditawarkan. Penulisan slogan dalam penjualan produk dan jasa akan kelihatan lebih menarik bila menggunakan gaya bahasa yang semenarik mungkin dan dapat dimengerti oleh konsumen tanpa mengurangi keakuratan dan keunggulan dari produk tersebut.

Berdasarkan teori di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa slogan dan penerapannya dalam penjualan produk dan jasa, dalam konteks penelitian ini adalah upaya untuk menarik perhatian konsumen atau masyarakat agar menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan melalui media koran.

Indikator dari slogan terbagi menjadi 4 yaitu:

- 1) kalimat singkat,
- 2) Menarik,
- 3) Mencolok,
- 4) Mudah diingat.



## **b. Jenis-jenis Slogan**

Adapun jenis-jenis slogan adalah sebagai berikut.<sup>22</sup>

- a. Slogan Pendidikan adalah jenis slogan yang tujuannya untuk memberikan informasi dan motivasi dalam dunia pendidikan. Misalnya, Tut Wuri Handayani, Buku adalah jendela dunia.
- b. Slogan Kesehatan adalah jenis slogan yang tujuannya untuk memberikan informasi, ajakan, dan motivasi di bidang kesehatan. Misalnya, Katakan tidak pada narkoba, mencegah lebih baik daripada mengobati.
- c. Slogan Peduli Lingkungan adalah jenis slogan yang tujuannya untuk memberikan informasi, ajakan, dan peduli akan lingkungan. Misalnya, Buanglah sampah pada tempatnya, kebersihan adalah sebagian dari iman.
- d. Slogan Pemasaran Produk dan Jasa adalah jenis slogan yang tujuannya untuk memberikan informasi, ajakan, dan mempengaruhi khalayak agar mengenal atau menggunakan suatu produk atau bisnis. Misalnya, Energen, minuman

---

<sup>22</sup>Subakti, Hani. "Pengembangan Bahan Ajar Menulis Slogan dan Poster dengan Pendekatan Proses Siswa Kelas Viii Smp Syaichona Cholil Samarinda." *Jurnal Pendas Mahakam* vol. 3no. 2 (Agustus 2018): hal. 90.

makanan bergizi, Kopiko, gantinya ngopi, order desain?

Disini saja pusat order desain keren.

- e. Slogan Motivasi adalah slogan yang bertujuan untuk memotivasi.

### **c. Fungsi Slogan**

Fungsi dari slogan yaitu adalah untuk mengajak oranglain agar melakukan sesuatu sesuai dengan isi slogan tersebut. Adapun beberapa fungsi slogan adalah sebagai berikut.<sup>23</sup>

#### 1) Fungsi Informatif

Fungsi informatif mempunyai tujuan untuk memberikan informasi kepada pasar dan khalayak umum mengenai keberadaan produk yang ditawarkan. Fungsi informatif bermaksud untuk membujuk konsumen untuk membeli sebuah produk dengan cara mengumpulkan permintaan yang telah seleksi. Dari data yang diperoleh, terdapat slogan iklan yang terdapat fungsi informatif bahasa iklan

#### 2) Fungsi Direktif

---

<sup>23</sup> Mubarok, Muhammad Ari Rifqi, and Diding Wahyudin Rohaedi. "Variasi Bahasa Slogan dalam Iklan Situs Belanja Daring Tokopedia: Kajian Sosiolinguistik." Vol. 8 no. 5 (2021): 193-194.

Fungsi direktif bahasa iklan mempunyai tujuan untuk menyuruh orang lain atau publik melakukan sesuatu sesuai arahan pembuat iklan. Dari data yang diperoleh, terdapat slogan iklan yang terdapat fungsi direktif bahasa iklan.

### **3. Penjualan Produk dan Jasa**

#### **a. Pengertian Produk**

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.<sup>24</sup> Di era pemasaran yang banyak persaingan pada masa ini, upaya mengemukakan produk yang lebih kompetitif sangat penting sebagai strategi pemasaran. Melalui penggunaan teknologi dan ilmu pengetahuan yang tinggi, produsen boleh menghasilkan produk yang berkualitas, namun untuk memiliki keunggulan yang kompetitif dikalangan pesaing, produsen memerlukan berbagai inisiatif tambahan dalam pemasaran. Hal terpenting mengenai produk ialah perlunya

---

<sup>24</sup>Puspa, Rani, Angrian Permana, and Erika Karunia. "Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran pada Supermarket K-Store Krakatau Junction." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* vol. 13 no.2 (Agustus 2020): hal. 212.

mengetahui kebutuhan, kemauan dan harapan konsumen. Faktor-faktor lain selain kualitas seperti variety untuk pilihan, ukuran, kemasan, manfaat produk, serta berbagai attribute daripada produk harus diperhatikan untuk menarik perhatian konsumen.

#### b. Pengertian Jasa

Jasa merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dalam strategi bauran pemasaran, yang perlu diperhatikan pertama kali adalah strategi produk. Hal ini penting karena tanpa adanya produk, strategi bauran pemasaran lainnya tidak dapat dilakukan. Jadi produk dan jasa adalah barang dan perbuatan yang di tawarkan untuk keperluan orang banyak.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Putro, Shandy Widjoyo. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden." *Jurnal Strategi Pemasaran* , vol. 2 no. 1 (2014) hal. 9.

#### 4. Koran Radar Bengkulu

Surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kerta Koran, yang berisi berita dan informasi terkini dalam berbagai topik bisa berisi fakta atau opini.<sup>26</sup> Surat kabar sudah dianggap sebagai media informasi yang efisien, di samping televisi dan radio. Koran menjadi salah satu produk jurnalistik yang telah merakyat karena mudah didapatkan dan harganya terjangkau. Surat kabar merupakan salah satu ragam dari ruang lingkup jurnalisme cetak. Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca. Di Indonesia, surat kabar sering disebut juga dengan istilah koran. Oleh karena itu koran menjadi salah satu media yang efisien untuk pengiklanan penjualan produk dan jasa.

---

<sup>26</sup> Aziz, Abdul. "Handphone Mempengaruhi Terhadap Perilaku Remaja Usia SLTP (13-15 Tahun) di Dusun Tegalpare Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, vol. 7 no. 2 (April 2016): hal. 360.

Koran Radar Bengkulu yaitu salah satu penerbit berita media cetak dan online. Kantor pusat koran harian Bengkulu tepatnya di Jl. P. Tendean No. 3 F Kota Bengkulu, dengan nomor telpon/faximile (0736) 2240, email; [radarbengkulu@gmail.com](mailto:radarbengkulu@gmail.com). Informasi yang disajikan koran Bengkulu di sesuaikan dengan kebutuhan pembaca termasuk iklan slogan penjualan produk dan jasa.

## **5. Semantik**

### **a. Definisi Semantik**

Semantik adalah bagian dari struktur bahasa yang berhubungan dengan makna ungkapan dan dengan struktur makna suatu wicara. Definisi lain semantik adalah ilmu yang berkaitan dengan makna atau arti kata. Makna adalah maksud pembicaraan, pengaruh satuan bahasa dalam pemahaman persepsi, serta perilaku manusia atau kelompok.<sup>27</sup>

Semantik adalah ilmu yang mengkaji tentang makna. Semantik menelaah lambang-lambang atau tanda-tanda yang

---

<sup>27</sup> Gani, Saida. "Kajian Teoritis Struktur Internal Bahasa (Fonologi, Morfologi, Sintaksis, dan Semantik)." *A Jamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab* vol. 7 no. 1 (juni 2019): hal. 13-14.

menyatakan makna, hubungan makna yang satu dengan makna yang lain , dan pengaruhnya terhadap manusia dan masyarakat. Oleh sebab itu, semantik mencakup makna kata, perkembangan, dan perubahannya. secara rinci dijelaskan bahwa semantik adalah cabang linguistik yang bertugas menelaah makna kata, bagaimana perkembangannya, dan apa sebabnya terjadi perubahan makna dalam sejarah bahasa.

Semantik memiliki kedudukan yang sama dengan fonologi, gramatika, dan sintaksis dalam satu kajian linguistik. Lebih dari itu, semantik tidak hanya mempelajari makna bahasa, melainkan juga hubungan makna yang satu dengan yang lain. Oleh karena itu, semantik mencakup makna-makna kata, perkembangan, dan perubahannya. Berdasarkan pernyataan tersebut, semantik tidak hanya mempelajari makna, melainkan perkembangan dan perubahan makna dari waktu ke waktu.

Telaah mengenai semantik bahasa Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Memberi pengertian bahwa semantik ialah telaah makna. Semantik menelaah lambang-lambang atau

tanda-tanda yang menyatakan makna, hubungan makna yang satu dengan yang lainnya, dan pengaruhnya terhadap manusia juga masyarakat. Oleh karena itu, semantik mencakup makna-makna, kata, perkembangannya dan perubahannya.

## **b. Jenis Makna dalam Semantik**

### 1) Makna Leksikal dan Gramatikal

Leksikal adalah bentuk ajektif yang diturunkan dari bentuk nomina leksikon (vokabuler, kosa kata, perbendaharaan kata). Makna leksikal adalah makna yang bersifat leksikon, bersifat leksem, atau bersifat kata. Makna leksikal juga dapat dikatakan makna yang sesuai dengan referennya, makna yang sesuai dengan hasil observasi alat indera, atau makna yang sungguh-sungguh nyata dalam kehidupan kita. Makna ini tampak jelas dalam kalimat tikus itu mati diterkam kucing. Kata tikus pada kalimat itu merujuk kepada binatang tikus, bukan kepada yang lain. Makna leksikal biasanya dipertentangkan atau dioposisikan dengan makna gramatikal. Jika makna leksikal itu berkenaan dengan makna leksem atau kata yang sesuai dengan referennya, maka makna gramatikal ini adalah makna yang hadir sebagai



akibat adanya proses gramatika seperti proses afiksasi, proses reduplikasi, dan proses komposisi.

## 2) Makna Referensial dan Nonreferensial

Perbedaan makna referensial dan makna nonreferensial berdasarkan ada tidak adanya referen dari kata-kata itu. Bila kata-kata itu mempunyai referen, yaitu sesuatu di luar bahasa yang diacu oleh kata itu, maka kata tersebut disebut kata bermakna referensial. Jika kata-kata tidak mempunyai referen, maka kata itu disebut kata bermakna nonreferensial. Kata meja dan kursi termasuk kata yang bermakna referensial karena keduanya mempunyai referen, yaitu sejenis perabot rumah tangga yang disebut meja dan kursi. Sebaliknya kata karena dan tetapi tidak mempunyai referen. Jadi, kata karena dan kata tetapi termasuk kata yang bermakna nonreferensial.

## 3) Makna Kata

Secara umum penggunaan bahasa acapkali kata-kata itu digunakan secara tidak cermat sehingga maknanya bersifat umum. Tetapi dalam penggunaan secara khusus, dalam bidang kegiatan tertentu, kata-kata itu digunakan secara cermat sehingga

maknanya pun menjadi tepat. Makna sebuah kata, walaupun secara sinkronis tidak berubah, tetapi karena berbagai faktor dalam kehidupan, dapat menjadi bersifat umum. Makna kata itu baru menjadi jelas kalau sudah digunakan di dalam suatu kalimat.

#### 4) Makna Denotatif

Makna denotatif pada dasarnya sama dengan makna referensial sebab makna denotatif ini lazim diberi penjelasan sebagai makna yang sesuai dengan hasil observasi menurut penglihatan, penciuman, pendengaran, perasaan, atau pengalaman lainnya. Jadi, makna denotatif ini menyangkut informasi-informasi faktual objektif. Seperti contoh kata perempuan dan wanita kedua kata ini mempunyai makna denotasi yang sama, yaitu, manusia dewasa bukan laki-laki.

#### 5) Makna Kias

Semua bentuk bahasa (baik kata, frase, maupun kalimat) yang tidak merujuk pada arti sebenarnya (arti leksikal, arti konseptual, arti denotatif) disebut mempunyai arti kiasan. Jadi, bentuk-bentuk seperti puteri malam dalam arti “bulan” dan raja siang dalam arti “matahari” semuanya mempunyai arti kiasan. Dari teori teori

diatas dapat disimpulkan bahwa semantik dalam konteks penelitian ini adalah upaya untuk mengetahui makna tersirat dan makna tersurat dalam sebuah gaya bahasa.

Adapun indikator dari semantik yaitu:

1. Leksikal dan Gramatikal
2. Referensial dan Nonreferensial
3. Makna Kata
4. Denotatif
5. Makna Kias

## **B. Kajian Pustaka**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis tidak terlepas dari penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang system rekomendasi beserta metode-metode yang digunakan. Penelitian-penelitian sebelumnya merupakan acuan bagi penulis untuk melakukan dan membuat penelitian ini. Dimana penelitian-penelitian sebelumnya merupakan bahan perbandingan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan serta mengetahui dan membandingkan metode-metode yang digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dari hasil perbandingan tersebut, maka

penulis dapat mengetahui metode yang tepat dalam penelitian ini serta pengguna dapat menyempurnakan kekurangan-kekurangan penelitian sebelumnya.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis yaitu sebagai berikut:

1. Jurnal penelitian dengan judul “Gaya Bahasa Iklan Produk PT. Unilever Indonesia (Suatu Tinjauan Semantik dan Pragmatik)” yang di tulis oleh Yurnianti.<sup>28</sup> Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, Pertama, gaya bahasa perbandingan yang terdapat dalam iklan proudk PT. Unilever Indonesia sebanyak 7 (tujuh) gaya bahasa yang terdiri dari gaya bahasa simile sebanyak 5 data, gaya bahasa metafora sebanyak 5 data, gaya bahasa personifikasi sebanyak 33 data, gaya bahasa metonimi sebanyak 15 data, gaya bahasa sinekdoke Pars pro toto sebanyak 6 data, gaya bahasa hiperbola sebanyak 11 data, gaya bahasaparadox sebanyak 3 data. Kedua, gaya bahasa nonperbandingan yang

---

<sup>28</sup> Yurnianti, Silvia, Ermanto Ermanto, and Zulfadhli. "Gaya Bahasa Iklan Produk PT. Unilever Indonesia: Suatu Tinjauan Semantik Dan Pragmatik." *Jurnal Bahasa dan Sastra* , vol. 1 no. 1 (2012): hal. 42.

terdapat dalam iklan produk PT. Unilever Indonesia sebanyak 8 (delapan) gaya bahasa yang terdiri dari gaya bahasa klimaks sebanyak 17 data, gaya bahasa antiklimaks sebanyak 2 data, gaya bahasa repetisi sebanyak 3 data, gaya bahasa paralelisme sebanyak 7 data, gaya bahasa aliterasi sebanyak 1 data, gaya bahasa ellipsis sebanyak 1 data, gaya bahasa ironi sebanyak 1 data, dan gaya bahasa pertanyaan retorik sebanyak 4 data. Penggunaan konteks gaya bahasa yang terdapat dalam iklan produk PT. Unilever Indonesia adalah menjelaskan keunggulan produk untuk meyakinkan dan mengajak pemirsa atau masyarakat yang melihat tayangan iklan produk PT. Unilever Indonesia untuk menggunakan produk tersebut. Adapun perbedaan dari artikel ini dengan penelitian yang diteliti, bahwa dalam artikel ini objek penelitiannya adalah iklan produk PT. Unilever Indonesia. sedang penelitian yang diteliti objek kajiannya adalah slogan penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu. Adapun persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang gaya bahasa, dan metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif kualitatif.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Deary Pratama Husen, Agus Wartiningsih, Agus Syahrani dengan judul analisis gaya bahasa dalam slogan makanan ringan di Pontianak Kalimantan barat.<sup>29</sup> Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap slogan makanan ringan di Pontianak Kalimantan Barat, ditemukan sebanyak 13 data slogan yang mengandung gaya bahasa. Hasil analisis tersebut terdiri dari 7 gaya bahasa hiperbola, 2 gaya bahasa metafora, 2 gaya bahasa repetisi, dan 2 makna denotatif (tidak mengandung gaya bahasa). Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan metode pengamatan dan catat yang dilakukan dengan melihat slogan pada teks produk makanan. Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan teknik kepustakaan yaitu dengan menggunakan sumber-sumber tertulis.

---

<sup>29</sup> Husen, D. P., Wartiningsih, A., & Syahrani, A. Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Makanan Ringan di Pontianak Kalimantan Barat. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, vol. 7 no. 9 (2018), hal. 4.

3. Penelitian Maulana Hasan Sadzili, M. Januar Ibnu Adham, Slamet Triyadi dengan judul analisis kesalahan gaya bahasa pada iklan produk minumandi televisi.<sup>30</sup> Hasil penelitian ini ditemukan gaya bahasa yang digunakan pada slogan iklan makanan ditelevisi pada setasius RCTI, GTC, dan MNCTV per edisi Juli 2020 adalah dengan menggunakan gaya bahasaretoris prolepsis, hiperbola, asidenton, aliterasi, asonansi, anastrof, dan polisindeton. Kemudian, pada gayabahasa kiasan terdiri atas gaya bahasa personifikasi, pras pro toto, dan totum pro parte. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini menggunakan metode pengamatan dan catat sedang kan pada penelitian penulis menggunakan teknik kepustakaan, sedangkan persamaanya yaitu terdapat di subjeknya yaitu membahas tentang analisis gaya bahasa pada slogan.

---

<sup>30</sup> Sadzili, Maulana Hasan, M. Januar Ibnu Adham, and Slamet Triyadi. "Analisis Gaya Bahasa dan Pola Sintaksis pada Slogan Iklan Makanan di Televisi." *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, vol. 7no. 3 (2021): hal. 128.

4. Penelitian yang diteliti oleh Marnetti, dengan judul Analisis gaya bahasa dalam slogan lingkungan hidup.<sup>31</sup> Hasil penelitian ini ditemukan 49 gaya bahasa sederhana, 12 gaya bahasa repetisi, 6 gaya bahasa paralelisme, 1 gaya bahasa anastrof, 3 gaya bahasa asonansi, 8 gaya bahasa metonimia, 3 gaya bahasa personifikasi, 1 gaya bahasa asindeton. Yang menjadi persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu menggunakan penelitian kualitatif sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya, penelitian terdahulu objeknya yaitu slogan lingkungan hidup sedangkan penelitian ini objeknya pada slogan penjualan produk dan jasa pada koran Radar Bengkulu.
5. Penelitian yang diteliti oleh Desi Lastris, Padi Utomo, Agus Trianto, dengan judul Analisis Slogan Di Kota Bengkulu.<sup>32</sup> Hasil penelitian ini ditemukan mengenai ditemukan berjumlah 35 slogan dengan berbagai pembagian jenis slogan, slogan lingkungan berjumlah 4, slogan pendidikan berjumlah 8,

---

<sup>31</sup> Marnetti, M. (2017). Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Lingkungan Hidup. *Madah: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, vol. 8 no. 1 (2017) hal. 50.

<sup>32</sup> Lastris, Desi dkk. "Analisis Slogan di Kota Bengkulu." *Jurnal Ilmiah KORPUS* vol. 3 no.2 (2019): hal. 40.



slogan lalu lintas berjumlah 3, slogan motivasi berjumlah 16, slogan kesehatan berjumlah 2, dan slogan produk berjumlah 2. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini menggunakan metode pengamatan, foto, dan catatan sedang kan pada penelitian penulis menggunakan teknik observasi dan dokumentasi.

Berangkat dari pengantar di atas, maka peneliti mengambil judul Gaya Bahasa dalam Slogan Penjualan Produk dan Jasa di koran Radar Bengkulu.

### **C. Kerangka Berfikir**

Kerangka pemikiran yaitu arahan penalaran agar dapat sampai pada pemerian masalah yang dirumuskan, yaitu untuk dapat mengetahui gaya bahasa pada slogan penjualan produk dan jasa di koran harian Bengkulu, makna gaya bahasa, dan fungsi bahasa slogan. Gaya bahasa merupakan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Gaya bahasa

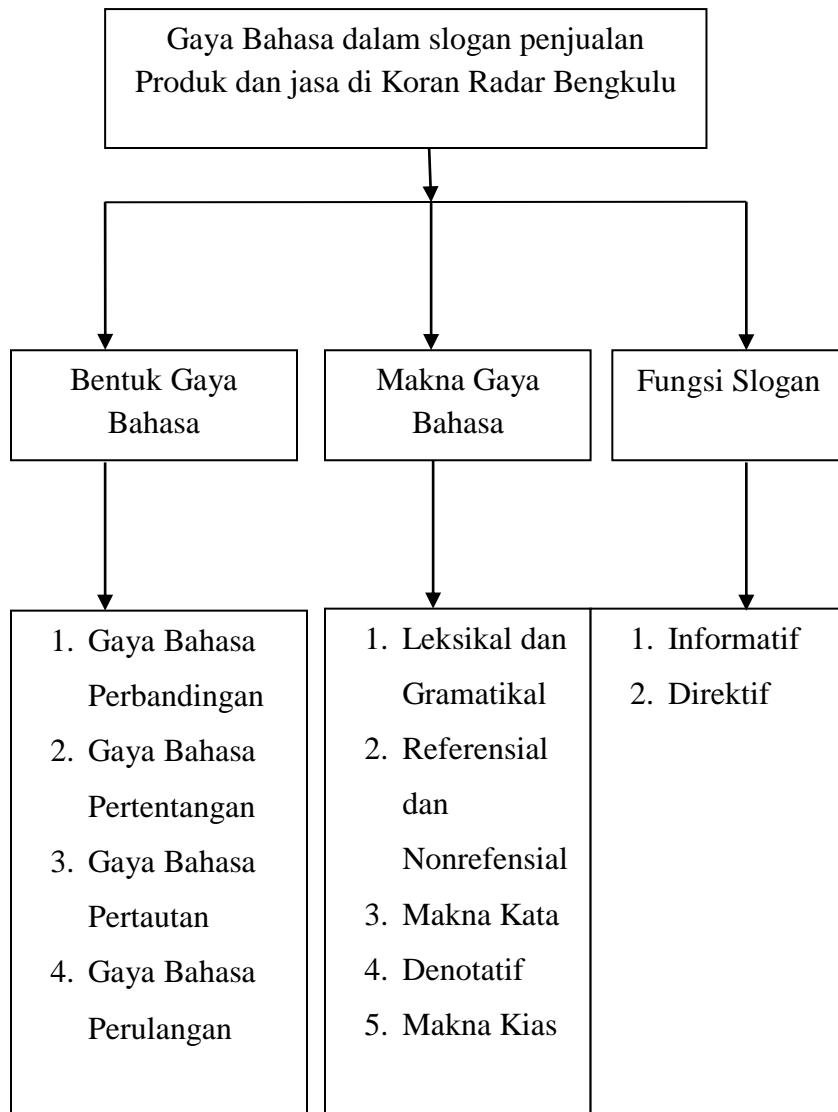
memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu.<sup>33</sup>

Slogan adalah bentuk iklan yang selalu ada, baik iklan media audio maupun visual. Hal ini disebabkan fungsi slogan untuk memberikan daya pikat agar konsumen penasaran dengan produk yang dipasarkan. Selain itu, Makna yang terkandung dalam slogan biasanya gagasan atau informasi yang ingin disampaikan oleh pengiklan melalui slogan kepada konsumen mengenai produk mereka. Peran slogan dalam menghadirkan makanan ringan dapat diharapkan membantu minat konsumen untuk selalu mengingat mereka.<sup>34</sup> Jadi slogan adalah upaya untuk menarik perhatian konsumen atau masyarakat agar menggunakan produk dan jasa dengan menggunakan penulisan gaya bahasa tertentu. Berdasarkan hal tersebut dapatlah digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:

---

<sup>33</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 113.

<sup>34</sup> Husen, Deary Pratama dkk. "Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Makanan Ringan di Pontianak Kalimantan Barat." *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa* vol. 7 no. 9 (2018). hal. 1.



**Tabel 2.1 Kerangka Berpikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian Pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang diselidiki dengan menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode contentanalysis (analisis isi). Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada

suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>35</sup>

Dari beberapa pendapat diatas dapat didefinisikan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud menafsirkan fenomena yang terjadi dengan metode yang ada dan menghasilkan data dalam bentuk kata-kata, serta dapat dapat dideskripsikan. Metode content analysis, yaitu metode yang ditujukan untuk mengumpulkan dan menganalisis dokumen. Setelah peneliti mengumpulkan sejumlah data yang berkaitan dengan tema dan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti segera memulai pesan analisa data-data tersebut.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini dilaksanakan di media cetak koran Radar Bengkulu. Alasan pemilihan koran harian Radar Bengkulu sebagai objek dikarenakan dikarenakan berdasarkan hasil

---

<sup>35</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2019), hal. 225.

observasi peneliti menemukan banyaknya iklan slogan pada koran tersebut yang menarik dan belum pernah digunakan oleh penelitian sejenis, sehingga terhindar dari kemungkinan adanya penelitian yang sama

## 2. Waktu Penelitian

Waktu adalah seluruh rangkaian saat ketika proses dan perbuatan atau keadaan berlangsung atau berada.<sup>36</sup> Jadi, pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada waktu tanggal 23 Juni – 20 Juli tahun 2022.

## C. Sumber Data

Data adalah hasil pencatatan peneliti baik berupa kata, fakta, maupun angka.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Barri, Fudhailul. "Manajemen Waktu Santri di Dayah Tahfidz Ulumul Qur'an Pagar Air Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Didaktika: Media Ilmiah Pendidikan dan Pengajaran* vol. 17 no. 1 (Agustus 2016): hal. 149.

<sup>37</sup> Hapnita, Widia. "Faktor Internal dan Eksternal yang Dominan Mempengaruhi Hasil Belajar Menggambar Dengan Perangkat Lunak Siswa Kelas XI Teknik Gambar Bangunan SMK N 1 Padang Tahun 2016/2017." *Cived Jurnal Pendidikan Ekonomi* vo.5 no.1 (Maret 2018): hal. 2178.

### 1. Sumber data

Data adalah hasil pencatatan peneliti baik berupa kata, fakta, maupun angka. Data dalam penelitian ini adalah kalimat slogan penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu.

### 2. Data Penelitian

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu mengenai gaya bahasa dalam slogan produk dan jasa yang mencakup semua koran di Radar Bengkulu edisi 2022, mengenai makna gaya bahasa yang terkandung dalam slogan produk dan jasa.

## **D. Fokus Penelitian**

Penelitian ini hanya terfokus pada gaya bahasa, makna semantik dan fungsi bahasa slogan di penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur yang sistematis, logis, dan proses

pencarian data yang valid.<sup>38</sup> Kegiatan pengumpulan data dilakukan sebagai upaya pencarian yang dipergunakan untuk mengetahui gambaran yang sedang diamati, dibahas atau dianalisis. Kemudian ditarik kesimpulan dengan melakukan pengujian. Jadi, teknik pengumpulan data merupakan suatu prosedur atau langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data sehingga data yang didapatkan sudah sesuai dan valid.

Adapun dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik pustaka. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik pustaka, yaitu dengan menggunakan sumber-sumber tertulis. Teknik kepustakaan, studi kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengkaji mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah berisi teori teori yang relevan dengan masalah-masalah

---

<sup>38</sup> Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta CV, 2019), hal. 7.



penelitian.<sup>39</sup> Pengumpulan data menggunakan teknik pustaka, yaitu dengan menggunakan sumber-sumber tertulis. Data yang diperoleh dalam penelitian kemudian dideskripsikan. Teknik pengumpulan data juga menggunakan teknik pustaka, yaitu dengan menggunakan sumber-sumber dari koran Radar Bengkulu. Setelah itu, data yang diperoleh oleh peneliti akan dideskripsikan.

#### **F. Uji Keabsahan Data**

Uji keabsahan data adalah cara yang digunakan untuk menguji kebenaran data yang diperoleh. Keabsahan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik pengujian kepercayaan (credibility) yang terdiri dari dua cara, yaitu meningkatkan ketekunan dan menggunakan bahan referensi.<sup>40</sup>

1. Meningkatkan Ketekunan Pemeriksaan keabsahan data menggunakan data dengan melakukan pencarian data, dikumpulkan, dan analisis t untuk dilakukan pengujian

---

<sup>39</sup> Huda, Ikmal Choirul. "Peranan Perpustakaan Sekolah Terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* vol. 2 no.1 (April 2020): hal. 40.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 120.

keaslian dan kebenarannya. Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menganalisis dokumen. Dalam penelitian yang akan dilakukan penulis perlu adanya ketekunan dalam menganalisis data. Hal ini dilakukan agar data yang sudah didapatkan benar atau tidak. Penulis akan melakukan pengecekan kembali terhadap data yang telah dianalisis agar menjaga keakuratan dan keabsahan data.

2. Menggunakan bahan referensi adalah pendukung untuk membuktikan kebenaran data yang telah ditemukan oleh peneliti

### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu.<sup>41</sup> Analisis data menjadi peran penting untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini untuk menentukan data yang tepat

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif , Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019). h. 132.

dalam menentukan makna gaya bahasa dalam slogan produk dan jasa di koran.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi langsung pada iklan slogan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu edisi April-Juni tahun 2022.
2. Mengumpulkan data yang akan dianalisis secara berangsur-angsur selama berminggu-minggu. mengumpulkan data, yaitu berupa pencarian, pengumpulan, dan pemilihan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti.
3. Pengklasifikasian data yaitu mengelompokkan data yang telah terkumpul untuk memudahkan proses analisis.
4. Peneliti akan menganalisis gaya bahasa, makna semantik, dan fungsi dari slogan penjualan produk dan jasa di koran Radar Bengkulu.
5. Mengambil simpulan, merupakan hasil akhir sekaligus jawaban tujuan penelitian ini.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISA DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil singkat Koran Radar Bengkulu**

Koran Radar Bengkulu yaitu salah satu penerbit berita media cetak dan online. Kantor pusat koran Radar Bengkulu tepatnya di Jl. P. Tendean No. 3 F Kota Bengkulu, dengan nomor telpon/faximile (0736) 2240, email; [radarbengkulu@gmail.com](mailto:radarbengkulu@gmail.com). Informasi yang disajikan koran Radar Bengkulu di sesuaikan dengan kebutuhan pembaca termasuk iklan slogan penjualan produk dan jasa.

Radar Bengkulu juga mempunyai portal berita online yaitu [Radarbengkuonline.com](http://Radarbengkuonline.com). berita yang disajikan terbaru dan akurat dengan menitik beratkan pada akurasi dan ketajaman berita sumber informasi yang terpercaya. Radar Bengkulu tidak bekerja untuk kepentingan politik manapun dan berdiri di atas untuk semua golongan. Radar Bengkulu juga taat pada kode etik jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers. Jurnalis Radar Bengkulu tidak boleh terlibat dalam politik praktis, menjadi pengurus atau tim sukses partai politik.

Informasi yang disajikan koran Radar Bengkulu juga seragam, di sesuaikan dengan kebutuhan pembaca khususnya dengan kebutuhan masyarakat yang ada di wilayah Bengkulu dan umumnya masyarakat luas. Berita yang disediakan meliputi politik, olahraga, bisnis, iklan penjualan produk dan jasa, nasional, global, dan berita regional yang mencakup berita yang ada di kota Bengkulu.

Dari hasil observasi di koran Radar Bengkulu diperoleh informasi bahwa terdapat gaya bahasa hiperbola, pernyataan retorik, aliterasi, metafora, dan repetisi yang sedemikian dibuat semenarik mungkin, dan mudah diingat dalam kalimat yang singkat yang disebut slogan untuk menjelaskan dan menghidupkan barang atau jasa yang ditawarkan agar menarik perhatian konsumen.<sup>42</sup> Sebagai contoh pada slogan “YUK BAYAR PAJAK DENGAN PROGRAM PENGUNGKAPAN SUKARELA BURUAN IKUT BANYAK MANFAAT YANG DIDAPAT”. Slogan tersebut mengandung majas pernyataan retorik karena terdapat asumsi bahwa hanya ada satu jawaban

---

<sup>42</sup> Observasi di koran harian Bengkulu. 23 Juni 2022

yang mungkin. “JUAL PAGAR PLANEL BETON TAHAN GEMPA,”. Slogan tersebut mengandung majas hiperbola karena mengandung pernyataan yang berlebihan, dengan membesarkan sesuatu hal. Berdasarkan contoh diatas terdapat fenomena variasi gaya bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa, serta fungsi dari bahasa slogan seperti fungsi informatif dan direktif. Adanya gaya bahasa dalam slogan membuat promosi karena terlihat lebih fleksibel.

## **2. Gaya bahasa dan makna semantik dalam slogan penjualan produk dan jasa di koran Harian Bengkulu edisi April-Juni**

**Tabel 4.1 Data Penelitian**

<b>NO</b>	<b>Slogan</b>	<b>Gaya Bahasa</b>	<b>Makna yang Terkandung</b>
1	“Mobil baru, gaya seru! Mobilnya Wah, Hadiah Berlimpah!. Saksikan kelahiran teknologi hybrid yang pertama dikelasnya.”	Hiperbola	Makna Kias
2	“Buat merchant online shop Yang perlu kurir handal. Barang aman 1 hari sampai”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
3	Slogan Penjualan Mobil: “Promo Paling Murah Diskon Paling Besar”	Aliterasi	Makna Leksikal

4	Slogan Penjualan Wifi: “Bawa Modem Orbit Bisa Wifi-An Di Mana Aja!”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
5	Slogan penjualan pagar: “Pagar panel beton tahan Gempa, Bisa Di Bongkar Pasang, Rapi Dan Kokoh”	Hiperbola	Makna Kias
6	Slogan penjualan oli: “Gunakan Oli Yang Jelas Sumbernya, whatever your”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
7	Slogan jasa: “Ayo adik sanak segalo!!! Kito bayar pajak, kendaraan bermotor menggunakan aplikasi mobile signal”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
8	Penjualan motor&mobil: “Berdaya Maksi, Tarif Murah Dengan Jangkauan Lebih Luas”	Hiperbola	Makna Kias
9	Penjualan elektronik: “MODHECOM Lengkap Murah dan Bergaransi”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
10	Slogan jasa: “Experience Hyunday Creta di buat di indonesia, untuk indonesia. Rasakan sensasi mengemudi hyundai creta dengan teknologi bluelink yang slalu menghubungkan anda dengan hyundai creta.”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif

11	Slogan penjualan mobil fuso: Lautan berlian Mitsubishi Fuso “Truck & Authorized Dealer, dapatkan penawaran terbaik dari kami dengan menghubungi dealer resmi!”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
12	Slogan jasa pembayaran PDAM: “Lancar bayar air dapek motor”	Metafora	Makna Kias
13	Slogan Jasa: “Punya Kendala Teknis Saat di Jalan? Tenang! Ada layanan darurat honda care”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
14	Slogan penjualan mobil: “Kemilau kemerlap rezeki melimpah awal tahun, awali tahun dengan ceria dengan bonus berlimpah”	Hiperbola	Makna Denotatif
15	Slogan jasa: “Dapatkan koran RB versi full color, dengan berlangganan epaper RB, gratissss!!!”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
16	Penjualan produk jok: “Dapatkan diskon 10% dengan membawa potongan iklan ini ke regar jok”	Metafora	Makna Denotatif
17	Penjualan produk mobil: “promo dahsyat daihatsu, daihatsu sahabatku”	Repetisi	Makna Kias



18	Penjualan produk: “Javafon plafon pvc mutu terbaik yang mengutamakan kualitas no 1 dengan harga terjangkau”	Pernyataa Retoris	Makna Leksikal
19	Slogan penawaran rumah subsidi: “Miliki rumah idaman anda bersama kami”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
20	Slogan penjualan mobil: “Gebyar promo mitsubishi khusus bulan ini”	Hiperbola	Makna Denotatif
21	Slogan jasa: “Buat sertifikat tanah mudah loh! Kantor pertanahan Kabupaten Rejang Lebong, melayani, profesional, terpercaya”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
22	Slogan penjualan produk elektronik: “Kenzo jaya segera beralih ke digital”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
23	Slogan penjualan motor: “Promo spesial virtual launching new genio periode 02-04 april 2022 dapatkan potongan 3x ansuran rp 73 ribu!!”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
24	Slogan penjualan toyota: “Time to discover and never settle all new VELOZ go more than ever”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif

25	Slogan jasa: “Sukseskan bulan imunisasi anak nasional, bawalah anak anda ke fasyankes dan pos pelayanan kami”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
26	Slogan jasa baznas bengkulu: “Sedekah tidak akan membuatmu miskin”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
27	“Sudahkah anda membayar listrik bulan ini? Bayar listrik di awal waktu ingat ya..!!”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
28	“Cek berkas dan sertifikat tanah cukup lewat genggaman! Yuk instal sentuh tanahku sekarang juga!”	Metafora	Makna Leksikal
29	“Mari bayar pajak dan retribusi bukti cinta kepada kabupaten bengkulu tengah”	Metafora	Makna Leksikal
30	Slogan jasa: “Mari ajak anak-anak anda yang berkebutuhan khusus melakukan terapi di RDKI Soeprapto Bengkulu”	Metafora	Makna Denotatif
31	Slogan jasa: “Yuk bayar pajak dengan Program pengungkapan sukarela buruan ikut banyak manfaat yang didapat”	Pernyataan Retoris	Makna Leksikal
32	Slogan jasa: “Harimu semakin beken bersama BETV”	Hiperbola	Makna Kias

33	Slogan jasa: “Trans Bengkulu bandar dendanya bengkulu siapa yang tak kenal acaranya”	Pernyataan Retoris	Makna Kias
34	Slogan produk: “Ready genteng mental zinalume mau 2 susun? 6 susun? 20 susun? Tidak masalah!”	Pernyataan Retoris	Makna Denotatif
35	Slogan produk: “New astra daihatsu sigra mempi indah keluarga indonesia”	Hiperbola	Makna Kias

### 3. Fungsi bahasa slogan

#### a. Fungsi Informatif

Fungsi informational adalah fungsi bahasa yang digunakan untuk menginformasikan sesuatu. Fungsi ini dapat digunakan untuk mendeskripsikan, menjelaskan atau menginformasikan sesuatu. Fungsi ini dapat disebut juga dengan istilah fungsi pemerian atau representatif. Dalam fungsi ini bahasa dapat digunakan untuk melaporkan realitas yang sebenarnya seperti yang dilihat atau dialami seseorang.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Tutik, Anisa Dimas, Nur Fitriani, and Elen Inderasari. "Variasi dan fungsi ragam bahasa pada iklan dan slogan situs belanja online Shopee."

Sebagai contoh pada slogan “Gebyar promo mitsubishi khusus bulan ini bunga 0% dp kecil proses cepat” kata informatifnya yaitu promo khusus bulan ini, Kata promo khusus bulan ini menginformasikan kepada konsumen adanya potongan harga khusus bulan ini penjualan mobil dengan bunga 0% dp kecil proses cepat.

#### b. Fungsi Direktif

Fungsi direktif bahasa iklan mempunyai tujuan untuk menyuruh orang lain atau publik melakukan sesuatu sesuai arahan pembuat iklan.<sup>44</sup> Sebagai contoh pada slogan “Cek berkas dan sertifikat tanah cukup lewat genggaman! Yuk instal sentuh tanahku sekarang juga!” Kalimat yuk instal sentuh tanahku sekarang juga bertujuan untuk mengajak masyarakat untuk menginstal aplikasi tanahku agar lebih mudah mengecek setifikat tanah.

---

*Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* vol. 2 no. 2 (Maret 2020): hal. 144.

<sup>44</sup> Mubarok, Muhammad Ari Rifqi, and Diding Wahyudin Rohaedi. “Variasi Bahasa Slogan dalam Iklan Situs Belanja Daring Tokopedia” *Jurnal Kajian Sociolinguistik*. (2021): hal 187-196.

## **B. Analisis Data**

### **1. Gaya bahasa dan makna semantik dalam slogan penjualan produk dan jasa di koran Harian Bengkulu edisi April-Juni**

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.1 maka pembahasan dalam penelitian ini akan membahas tentang gaya bahasa, makna semantik, dan fungsi bahasa slogan dalam penjualan produk dan jasa di koran harian Bengkulu. Adapun pembahasannya sebagai berikut.

#### **a. Hiperbola**

Gaya bahasa hiperbola adalah suatu diantara gaya bahasa yang dipakai untuk melukiskan keadaan secara berlebihan sehingga kenyataan tersebut menjadi tidak masuk akal.<sup>45</sup> Adapun slogan yang memiliki gaya bahasa hiperbola yaitu.

- a) Slogan “mobil baru, gaya seru! mobilnya wah, hadiah berlimpah! Saksikan kelahiran teknologi hybrid yang pertama dikelasnya.” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa hiperbola terlihat jelas melebihi-lebihkan pada kata “mobilnya wah dan kelahiran” makna yang terkandung dalam slogan

---

<sup>45</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 135.

tersebut adalah mengajak orang untuk membeli mobil yang ditawarkan di perusahaannya dengan menjanjikan hadiah yang banyak, slogan iklan ini secara teori semantik mengandung makna kias yaitu pada kata mobil wah hadiah berlimpah yang memiliki arti tidak merujuk pada arti sebenarnya. Kata hadiah berlimpah tersebut dapat menarik konsumen untuk membeli mobil yang ditawarkan di tempat perusahaannya dengan iming-iming hadiah yang banyak, oleh karena itu semua bentuk bahasa (baik kata, frase, maupun kalimat) yang tidak merujuk pada arti sebenarnya disebut mempunyai arti kiasan.

- b) Slogan “tahan gempa, bisa di bongkar pasang, rapi dan kokoh” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa hiperbola yang melebih-lebihkan terlihat jelas pada kalimat “tahan gempa” yang melebih-lebihkan pada kata maknanya. Makna yang terkandung dalam slogan ini yaitu pagar yang ia tawarkan tahan dengan guncangan gempa. Slogan ini secara semantik mengandung makna kias yaitu untuk mempengaruhi konsumen.

- c) Slogan “berdaya maksi, tarif murah dengan jangkauan lebih luas” juga terdapat gaya bahasa hiperbola yang melebih-lebihkan pada kata “jangkauan lebih luas”. Makna yang terkandung dalam slogan adalah untuk menarik konsumen, slogan ini secara semantik mengandung makna kias yakni pada kata tarif murah dengan jangkauan lebih luas yang berarti membuat konsumen terpedaya dengan diskon yang ditawarkan sehingga tertarik untuk membeli produk tersebut.
- d) Slogan “kemilau kemerlap rezeki melimpah awal tahun, awali tahun dengan ceria dengan bonus berlimpah” juga termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa hiperbola terlihat pada kalimat “kemilau kemerlap rezeki berlimpah” yang melebih-lebihkan pada kata maknanya. Makna yang ditawarkan pada slogan ini yaitu memberikan iming-iming bonus yang banyak karena lagi promo barang yang ditawarkan di awal tahun. Slogan ini secara semantik mengandung makna denotatif yakni berupa makna sebenarnya pada slogan tersebut promo yang ditawarkan pada awal tahun.

- e) Slogan “gebyar promo mitsubishi khusus bulan ini” termasuk slogan yang menggunakan menggunakan gaya bahasa hiperbola terlihat pada kalimat “gebyar promo” yang melebih-lebihkan pada kata maknanya. Slogan ini secara semantik mengandung makna denotatif yakni berupa makna sebenarnya pada slogan ini diskon harga pada bulan ini.
- f) Slogan “Harimu semakin beken bersama BETV” termasuk slogan yang menggunakan menggunakan gaya bahasa hiperbola terlihat pada kalimat “beken” yang melebih-lebihkan maknanya yang mempunyai arti terkenal. secara teori semantik mengandung makna kias yaitu pada kata harimu semakin beken pada makna nya menjelaskan bersama BETV maka harimu akan semakin terkenal. Secara semantik slogan ini mengandung makna makna kias karena tidak sesuai dengan arti sebenarnya.
- g) Slogan “New astra daihatsu sigra mimpi indah keluarga indonesia” termasuk slogan yang menggunakan menggunakan gaya bahasa hiperbola terlihat pada kalimat mimpi indah keluarga indonesia yang melebih-lebihkan pada maknanya.



Secara semantik slogan ini mengandung makna makna kias karena tidak sesuai dengan arti sebenarnya.

### **b. Pernyataan Retoris**

Gaya basa pernyataan retoris dalah semacam pernyataan yang tujuannya mencapai efek yang mendalam dan penekanan yang wajar, dan sama sekali tidak menghendaki adanya suatu jawaban.<sup>46</sup>

- a) Slogan “buat merchant online shop yang perlu kurir handal, barang aman 1 hari sampai” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pertanyaan retoris, pertanyaan retoris adalah pertanyaan yang tak perlu sebuah jawaban. Dalam iklan ini terdapat gaya bahasa pernyataan retoris dengan slogan “perlu kurir handal” sebenarnya jawaban dari pertanyaan tersebut sudah diketahui konsumen yaitu gunakan aplikasi merchant online. Slogan ini secara semantik mengandung makna denotatif.
- b) Slogan “modem orbit bisa wifi-an di mana aja!” menggunakan gaya bahasa pernyataan retoris karena dalam slogan ini sudah

---

<sup>46</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 130.

adanya jawaban dari maksud slogan tersebut yaitu modem orbit yang bisa wifian di bawa keman-mana. Secara semantik slogan ini mengandung makna denotatif yakni sebenarnya modem orbit memang bisa di bawa kemana aja.

- c) Slogan “gunakan oli yang jelas sumbernya, whatever your engine” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pernyataan retoris yang tak perlu suatu jawaban yang harus di berikan, dalam slogan tersebut gaya bahasa retoris dengan slogan “whatever your engine” sebenarnya jawaban dari pertanyaan tersebut sudah diketahui yaitu apapun mesinmu gunakanlah oli yang jelas sumbernya. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yakni kata whatever your engine berasal dari bahasa inggris yang artinya apapun mesinmu. Jadi, maksud dari slogan ini pihak perusahaan menarik konsumen dengan cara jika sayangi mesinmu dengan menggunakan oli yang jelas sumbernya. Makna Leksikal adalah makna yang sesuai dengan referennya, sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata dalam kehidupan kita.

- d) Slogan “ayo adik sanak segalo!!! kito bayar pajak, kendaraan bermotor menggunakan aplikasi mobile signal” termasuk juga slogan yang menggunakan gaya bahasa pernyataan retorik, terlihat jelas pada kalimat “ayo adik sanak segalo kito bayar pajak” yaitu maksud dari slogan ini ajakan untuk membayar pajak menggunakan aplikasi signal praktis, mudah dan cepat. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal pada kata aplikasi mobile signal yang berarti bayar pajak tidak usah ke kantor samsat langsung bisa menggunakan aplikasi mobile signal yang bisa didownload di hp dan bayar pajak pun mudah dan cepat.
- e) Slogan “javafon plafon pvc mutu terbaik yang mengutamakan kualitas no 1 dengan harga terjangkau” termasuk juga slogan yang menggunakan pernyataan retorik, maksud dari slogan ini yaitu produk plafon yang ditawarkan mengutamakan kualitas dengan mutu terbaik dan memberikan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat. Secara teori semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana memang , sesuai

dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata terjadi.

- f) Slogan “dapatkan koran rb versi full color, dengan berlangganan epaper Radar Bengkulu, gratissss!!!” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pertanyaan retorik. Pertanyaan retorik adalah pertanyaan yang tak perlu sebuah jawaban. Terlihat jelas pada kalimat gratis yaitu jawabannya adalah jika berlangganan dengan koran Rakyat Bengkulu versi full color bisa didapatkan dengan gratis. Secara teori semantik slogan ini mengandung makna denotatif yakni makna dari kata gratis memang sebenarnya tidak perlu untuk membayar.
- g) Slogan “Experience Hyunday Creta di buat di indonesia, untuk indonesia. Rasakan sensasi mengemudi hyundai creta dengan teknologi bluelink yang slalu menghubungkan anda dengan hyundai creta.” termasuk juga slogan yang menggunakan pernyataan retorik, yaitu pada kalimat “rasakan sensasi mengemudi” yang maksudnya perusahaan ini mengajak konsumen untuk merasakan sendiri teknologi bluelink yang dilengkapi teknologi yang moderen. Secara semantik slogan

ini mengandung makna denotatif yaitu makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya dalam slogan tersebut yaitu kata “kepraktisan ada di tangan anda” memang benar-benar jika ingin praktis membeli mobil hanya dengan menggunakan aplikasi hyundai bluelink.

- h) Slogan “lautan berlian mitsubishi fuso truck & authorized dealer, dapatkan penawaran terbaik dari kami dengan menghubungi dealer resmi!” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pernyataan retoris, yaitu terlihat jelas pada kalimat “dapatkan penawaran terbaik dari kami dengan menghubungi dealer resmi” yang maksud dari kalimat tersebut mengajak konsumen jika ingin membeli fuso truck bisa menghubungi perusahaan yang mereka tawarkan dengan menghubungi dealer mereka dan menjanjikan pelayanan dan penawaran terbaik. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana maknanya sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata dalam kehidupan.

- i) Slogan “modhecom lengkap murah dan bergaransi” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pernyataan retorik, yaitu terlihat jelas pada kalimat modhecom lengkap murah dan bergaransi yang maksud dari kalimat tersebut mengajak konsumen jika ingin membeli barang elektronik bisa bisa menghubungi atau datang langsung ke perusahaan modhecom yang menyediakan barang elektronik lengkap murah serta bergaransi. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana maknanya sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata.
- j) Slogan “punya kendala teknis saat di jalan? tenang! ada layanan darurat honda care” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pernyataan retorik, yaitu terlihat jelas pada kalimat “punya kendala teknis saat di jalan” dari pernyataan tersebut tidak perlu adanya jawaban karena jawabannya sudah diketahui yaitu jika ada kendala saat di perjalanan jauh ada layanan darurat dari honda care yang siap membantu dengan segala kerusakan motor anda. Secara

semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana maknanya memang sungguh nyata dalam kehidupan.

- k) Slogan “miliki rumah idaman anda bersama kami” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa pernyataan retorik, pertanyaan Retoris adalah pertanyaan yang tak perlu sebuah jawaban yang harus di berikan. Dalam slogan ini terlihat jelas pada kalimat miliki rumah idaman anda bersama kami. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata.
- l) Slogan Buat sertifikat tanah mudah loh! Kantor pertanahan Kabupaten Rejang Lebong, melayani, profesional, terpercaya. Slogan tersebut termasuk gaya bahasa pernyataan retorik terlihat pada kalimat buat sertifikat tanah mudah loh, maksudnya disini mengajak masyarakat segera miliki sertifikat rumah agar mempunyai bukti untuk menjaga kepentingan pemegang hak yang bersangkutan secara hukum. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana

sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata.

m) Slogan “Kenzo jaya segera beralih ke digital” termasuk slogan yang mengandung gaya bahasa pertanyaan retorik yaitu pernyataan yang tak perlu sebuah jawaban yang harus di berikan. Secara teori semantik slogan ini mengandung makna denotatif yakni makna dari kata segera beralih ke digital memang sebenarnya untuk mempengaruhi konsumen jika ingin membeli barang elektronik di kenzo jaya tempatnya.

n) Slogan “Promo spesial virtual launching new genio periode 02-04 april 2022 dapatkan potongan 3x ansuran rp 73 ribu!!” Slogan tersebut termasuk gaya bahasa pernyataan retorik pertanyaan yang tak perlu sebuah jawaban yang harus di berikan. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata. Yaitu jika membeli produk yang ditawarkan pada tanggal 2-4 april akan mendapatkan potongan harga pada ansuran pertama sampai ke tiga sebesar 73 ribu rupiah.



- o) Slogan “Time to discover and never settle all new veloz go more than ever” termasuk slogan yang mengandung gaya bahasa pertanyaan retorik yaitu pernyataan yang tak perlu sebuah jawaban yang harus di berikan. Secara semantik slogan ini mengandung makna denotatif yaitu makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya dalam slogan ini menggunakan bahasa inggris yang artinya “waktu untuk menemukan dan tidak pernah menyelesaikan, semua veloz baru lebih dari sebelumnya”.
- p) Slogan “Sukseskan bulan imunisasi anak nasional, bawalah anak anda ke fasyankes dan pos pelayanan kami” Slogan tersebut termasuk gaya bahasa pernyataan retorik terlihat pada kalimat bawalah anak anda ke fasyankes dan pos pelayanan kami, sebenarnya masyarakat sudah mengetahui jawaban dari pernyataan tersebut yaitu mengajak masyarakat untuk imunisasi anak. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata. Yakni kata sukseskan bulan imunisasi dengan membawa anak ke pos

pelayanan kesehatan akan membuat program bulan imunisasi anak berjalan dengan lancar dengan apa yang diharapkan.

- q) Slogan “Sudahkah anda membayar listrik bulan ini? Bayar listrik di awal waktu ingat ya..!!.” Slogan tersebut termasuk gaya bahasa pernyataan retorik terlihat pada kalimat sudahkah anda membayar listrik bulan ini? sebenarnya pembaca sudah mengetahui maksud dari slogan tersebut yaitu agar cepat membayar listrik di awal bulan. Secara semantik slogan ini mengandung makna denotatif yaitu makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya yaitu untuk mengajak pembaca atau masyarakat membayar listrik di awal bulan.
- r) Slogan “Sedekah tidak akan membuatmu miskin” termasuk gaya bahasa pernyataan retorik yaitu pernyataan yang tidak perlu jawaban. Secara semantik slogan ini mengandung makna denotatif yaitu makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya slogan ini mengajak untuk bersedekah untuk bisa di salurkan ke baznas dan membantu

masyarakat yang membutuhkan dengan sedekah tidak akan membuat kita miskin.

- s) Slogan “yuk bayar pajak melalui program pengungkapan sukarela buruan ikut banyak manfaat yang didapat” juga termasuk gaya bahasa pernyataan retorik yaitu pernyataan yang tidak perlu jawaban. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata, slogan ini menawarkan kepada masyarakat yang belum membayar pajak program ini menawarkan membayar pajak sesuai dengan penghasilan berdasarkan pengungkapan harta.
- t) Slogan “Trans Bengkulu bandar dendanya bengkulu siapa yang tak kenal acaranya” Slogan tersebut termasuk gaya bahasa pernyataan retorik terlihat pada kalimat siapa yang tak kenal acaranya yang tidak di perlukan suatu jawaban karena jawabannya sudah di nyatakan dalam slogan tersebut. Secara teori semantik mengandung makna kias yaitu pada kata siapa yang tak kenal acaranya yang memiliki arti tidak merujuk pada

arti sebenarnya karena tidak semua orang tau acaranya kalimat tersebut untuk membuat slogan itu menjadi lebih menarik saja.

- u) Slogan “Ready genteng mental zinalume mau 2 susun? 6 susun? 20 susun? Tidak masalah!” juga termasuk gaya bahasa pernyataan retorik yaitu pernyataan yang tidak perlu jawaban. Secara semantik slogan ini mengandung makna denotatif yaitu makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya yaitu kata ready memang maknanya siap atau sudah tersedia jika konsumen ingin membeli genteng.
- v) Slogan “Mari ajak anak-anak anda yang berkebutuhan khusus melakukan terapi di RDKI Soeprapto Bengkulu” termasuk gaya bahasa pernyataan retorik yaitu pernyataan yang tidak perlu jawaban yaitu terlihat pada kata mari ajak anak anda yang berkebutuhan khusus melakukan terapi sebenarnya pembaca sudah mengetahui jawabannya jika memiliki anak yang berkebutuhan khusus segera bawalah ke RKDI (Rumah Sakit Khusus Jiwa Soeprapto Provinsi Bengkulu). Secara semantik slogan ini mengandung makna denotatif yaitu makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya.

### **c. Aliterasi**

Aliterasi adalah semacam gaya bahasa yang terwujud perulangan konsonan yang sama.<sup>47</sup> Slogan “promo paling murah diskon paling besar” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa aliterasi. Gaya bahasa aliterasi yaitu perulangan bunyi konsonan. Di dalam slogan ini terdapat perulangan bunyi konsonan o. Makna yang terkandung dalam slogan gaya bahasa ini yaitu promo diskon yang ditawarkan perusahaan untuk produk mereka. Slogan ini secara teori semantik mengandung makna leksikal yang mana maknanya memang sedang melakukan promo dan diskon memang sungguh nyata.

### **d. Repetisi**

Gaya bahasa repetisi adalah gaya bahasa yang memunculkan perulangan bunyi, kata atau suku kata di bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.<sup>48</sup> Slogan “promo dahsyat daihatsu, daihatsu

---

<sup>47</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 130.

<sup>48</sup> Budi, Eka Setya, and Yushinta Eka Farida. "Gaya bahasa komentator sepak bola dalam acara AFF U 18 di stasiun televisi Indosiar." *Edulingua: Jurnal Linguistik Terapan dan Pendidikan Bahasa Inggris* vol. 4. no.2 (Desember 2017): hal. 134.

sahabatku” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa repetisi. Pada slogan ini terlihat jelas gaya bahasa repetisi pada kalimat “ daihatsu” yaitu perulangan frase, secara semantik slogan ini mengandung makna kias yaitu pada kata daihatsu sahabatku yang memiliki arti tidak merujuk pada arti sebenarnya. Kata daihatsu sahabatku tersebut yaitu mengartikan hubungan erat antara konsumen jika ingin membeli mobil bisa beli ke perusahaan daihatsu langsung dengan harga promo. oleh karena itu semua bentuk bahasa (baik kata, frase, maupun kalimat) yang tidak merujuk pada arti sebenarnya disebut mempunyai arti kiasan.

#### **e. Metafora**

Metafora adalah semacam alianogi yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat, metafora sebagai perbandingan tidak langsung mempergunakan kata sehingga pokok pertama langsung dihubungkan dengan pokok kedua.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Utama, 2010), hal. 139.

- a) Slogan “lancar bayar air dapek motor” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa metafora yaitu perbandingan antara dua analogi yang berbeda terlihat pada kalimat “modhecom bergaransi” merupakan analogi yang membandingkan antara bayar air dengan dapat motor. Slogan ini secara teori semantik mengandung makna kias yang memiliki arti tidak merujuk pada arti sebenarnya, karena pada slogan ini hanya bermaksud untuk mempengaruhi masyarakat membayar air dengan lancar.
- b) Slogan “dapatkan diskon 10% dengan membawa potongan iklan ini ke regar jok” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa metafora yaitu perbandingan antara dua analogi yang berbeda terlihat pada kalimat jika membawa potongan iklan ini dengan mendapatkan diskon 10%, maksud dari slogan ini yaitu untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli harga jok dengan diskon yang ditawarkan. Secara semantik slogan iklan ini mengandung makna denotatif yaitu makna sebenarnya memang benar jika membawa potongan iklan tersebut akan mendapatkan diskon 10%.

- c) Slogan “Cek berkas dan sertifikat tanah cukup lewat gengaman! Yuk instal sentuh tanahku sekarang juga!” termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa metafora yaitu perbandingan antara dua analogi yang berbeda terlihat pada kalimat sertifikat dengan kata gengaman. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana maknanya sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata yaitu jika ingin melihat sertifikat tanah sekarang bisa lebih praktis dengan menggunakan aplikasi tanahku bisa di instal melalui play store.
- d) Slogan “Mari bayar pajak dan retribusi bukti cinta kepada kabupaten bengkulu tengah” juga termasuk slogan yang menggunakan gaya bahasa metafora yaitu perbandingan antara dua analogi yang berbeda terlihat pada kalimat pajak dengan kabupaten bengkulu tengah. Secara semantik slogan ini mengandung makna leksikal yang mana maknanya sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata yaitu jika cinta dengan kabupaten bengkulu



tengah masyarakat di ajak untuk membayar pajak sebagai bukti cinta kepada bengkulu tengah.

## 2. Fungsi Bahasa Slogan

### a. Fungsi Informatif

Fungsi informatif mempunyai tujuan untuk memberikan informasi kepada pasar dan khalayak umum mengenai keberadaan produk yang ditawarkan.<sup>50</sup> fungsi informatif bermaksud untuk membujuk konsumen untuk membeli sebuah produk dengan cara mengumpulkan permintaan yang telah seleksi. Dari data yang diperoleh, terdapat slogan iklan yang terdapat fungsi informatif bahasa iklan.

**Tabel 4.2 Analisis Fungsi Informatif**

NO	Slogan	Kata Informatif
1	Mobil baru, gaya seru! Mobilnya Wah Hadiah Berlimpah!. Saksikan kelahiran teknologi hybrid yang pertama dikelasnya.”	Teknologi mobil hybrid terbaru dengan banyak hadiah
2	Buat merchant online shop Yang perlu kurir handal “Barang aman 1 hari sampai”	Kecepatan kurir barang

<sup>50</sup> Mubarak, Muhammad Ari Rifqi, and Diding Wahyudin Rohaedi. “Variasi Bahasa Slogan dalam Iklan Situs Belanja Daring Tokopedia” *Jurnal Kajian Sociolinguistik.* (2021): hal 193.

3	Promo Paling Murah Diskon Paling Besar	Promo dan diskon
4	pagar panel beton tahan Gempa, Bisa Di Bongkar Pasang, Rapi Dan Kokoh	Rapi dan kokoh
5	Berdaya Maksi, Tarif Murah Dengan Jangkauan Lebih Luas	Tarif murah dan jangkauan lebih luas
6	MODHECOM Lengkap, Murah dan Bergaransi	Lengkap, murah dan bergaransi
7	Punya Kendala Teknis Saat di Jalan? Tenang! Ada layanan darurat honda care	Layanan darurat honda care
8	Kemilau kemerlap rezeki melimpah awal tahun, awali tahun dengan ceria dengan bonus berlimpah	Bonus berlimpah
9	Dapatkan koran RB versi full color, dengan berlangganan epaper RB, gratis!!!	Gratis
10	Penjualan produk mobil: promo dahsyat daihatsu, daihatsu sahabatku	Promo dahsyat
11	Javafon plafon pvc mutu terbaik yang mengutamakan kualitas no 1 dengan harga terjangkau	Harga terjangkau
12	Miliki rumah idaman anda bersama kami	Rumah idaman

13	Gebyar promo mitsubishi khusus bulan ini bunga 0% dp kecil proses cepat	Promo khusus bulan ini
14	Promo spesial virtual launching new genio periode 02-04 april 2022 dapatkan potongan 3x ansuran rp 73 ribu!!	Promo spesial dengan potongan ansuran
15	Time to discover and never settle all new VELOZ go more than ever	All new VELOZ go more than ever
16	Sedekah tidak akan membuatmu miskin	Dengan bersedekah tidak akan membuatmu miskin
17	Harimu semakin beken bersama BETV	Harimu semakin beken bersama BETV
18	Ready genteng mental zincalume mau 2 susun? 6 susun? 20 susun? Tidak masalah!	Ready genteng mental zincalume
19	New astra daihatsu sigra mempi indah keluarga Indonesia	New astra daihatsu sigra
20	Trans Bengkulu bandar dendangya bengkulu siapa yang tak kenal acaranya	Trans Bengkulu bandar dendangya bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.2 analisis fungsi informatif. Adapun pembahasannya sebagai berikut.

- a) Kalimat “teknologi mobil hybrid terbaru dengan banyak hadiah” merupakan merupakan informasi yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan produk yang mereka tawarkan.
- b) Kalimat “kecepatan kurir barang” merupakan informasi yang menjanjikan kepada konsumen jika menggunakan jasa yang ditawarkan barang mereka akan aman dan tidak perlu menunggu lama sampainya.
- c) Kalimat “promo dan diskon” memiliki akoromi gabungan dari kata promo dan diskon yang berarti sedang adanya potongan harga. Merupakan kata yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen.
- d) Kata “rapi dan kokoh” merupakan kata yang menginformasikan mengenai keunggulan pagar yang di jual tahan gempa, koko, rapi dan bisa bdi bongkar pasang.
- e) Kata “tarif murah dengan jangkauan lebih luas” merupakan kata yang menginformasikan kepada konsumen penjualan

mobil dan motor di ditawarkan mempunyai keunggulan harga murah dengan jangkauan yang jauh lebih luas.

- f) Kata “lengkap, murah dan bergaransi” yaitu menginformasikan bahwa perusahaan modhecom memiliki barang elektronik yang lengkap, murah juga bergaransi.
- g) Kalimat “ada layanan darurat honda care” menginformasikan kepada pengguna honda jika mempunyai kendala teknis saat di jalan bisa menggunakan jasa honda care dengan layanan darurat yang siap membantu.
- h) Kata “bonus berlimpah” yaitu mempunyai arti produk yang ditawarkan memberikan informasi sedang adanya bonus di awal tahun jika membeli produk yang ditawarkan.
- i) Kata “gratis” menginformasikan jika ingin mendapatkan koran Radar Bengkulu versi full colornya bisa dengan berlangganan epaper RB dengan gratis tanpa biaya. Strategi pasar ini untuk membujuk konsumen agar berlangganan di epaper Radar Bengkulu.
- j) Kata “promo dahsyat” tujuannya untuk memberikan informasi kepada calon konsumen terkait strategi pemasaran.

- k) Kata “harga terjangkau” mempunyai tujuan untuk menginformasikan kepada konsumen bahwa jika ingin membeli plafon pvc dengan mutu terbaik yang mengutamakan kualitas no 1 dengan harga terjangkau di javafon solusinya.
- l) Kata “rumah idaman” mempunyai tujuan menginformasikan kepada konsumen yang belum mempunyai rumah dan ingin memiliki rumah bisa menghubungi kopri yang menyediakan perumahan dengan harga promo dengan angsuran yang terjangkau.
- m) Kata “promo khusus bulan ini” menginformasikan kepada konsumen adanya potongan harga khusus bulan ini penjualan mobil dengan bunga 0% dp kecil proses cepat.
- n) Kata “Promo spesial dengan potongan angsuran” menginformasikan kepada konsumen adanya potongan harga 3x angsuran rp 73 ribu pada periode 02-04 april 2022.
- o) Kata “All new VELOZ go more than ever” bertujuan menginformasikan bahwa ada produk mobil avanza veloz baru.

- p) Kalimat “dengan bersedekah tidak akan membuatmu miskin” bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat dengan bersedekah tidak akan membuat kita miskin dan tak perlu menunggu kaya untuk bersedekah dengan bersedekah dapat membantu masyarakat yang membutuhkan.
- q) Kalimat “harimu semakin beken bersama BETV” bertujuan menginformasikan kepada masyarakat layanan Bengkulu Ekspres Televisi membuat hari mu semakin seru.
- r) Kata “ready genteng metal zinalume” bertujuan untuk menginformasikan kepada konsumen bawah jika ingin membeli genteng metal zinalume sudah tersedia stok di tokoh sinar harapan roof tebeng.
- s) Kata “new astra daihatsu sigra” bertujuan menginformasikan kepada konsumen bahwa terdapat produk baru dari daihatsu yaitu kelas mobil astra.
- t) Kalimat “Trans Bengkulu bandar dendangya bengkulu” bertujuan menginformasikan bahwa di bengkulu terdapat studio radio yang siap melayani masyarakat dengan berbagai informasi serta hiburan.

b. Fungsi Direktif

Fungsi direktif bahasa iklan mempunyai tujuan untuk menyuruh orang lain atau publik melakukan sesuatu sesuai arahan pembuat iklan.<sup>51</sup> Dari data yang diperoleh, terdapat slogan iklan yang terdapat fungsi direktif bahasa iklan.

**Tabel 4.3 Analisis Fungsi Direktif**

<b>NO</b>	<b>Slogan</b>	<b>Kata Direktif</b>
1	Gunakan Oli Yang Jelas Sumbernya, whatever your	Gunakanlah oli yang jelas sumbernya
2	Ayo adik sanak segalo!!! Kito bayar pajak, kendaraan bermotor menggunakan aplikasi mobile signal	Ayo bayar pajak
3	Lautan berlian Mitsubishi Fuso Truck & Authorized Dealer dapatkan penawaran terbaik dari kami dengan menghubungi dealer resmi!	Dapatkan penawaran terbaik dari kami dengan menghubungi dealer resmi
4	Lancar bayar air dapek motor	Lancar bayar air dapat motor
5	Dapatkan diskon 10% dengan membawa potongan iklan ini ke regar jok	Dapatkan diskon 10% dengan membawa iklan ini
6	Bawa Modem Orbit Bisa Wifi-An Di Mana Aja!	Bawa modem orbit bisa wifi-an di mana aja

---

<sup>51</sup> Mubarok, Muhammad Ari Rifqi, and Diding Wahyudin Rohaedi. "Variasi Bahasa Slogan dalam Iklan Situs Belanja Daring Tokopedia" *Jurnal Kajian Sociolinguistik.* (2021): hal 194.



7	Experience Hyundai Creta di buat di indonesia, untuk indonesia. Rasakan sensasi mengemudi hyundai creta dengan teknologi bluelink yang slalu menghubungkan anda dengan hyundai creta	Rasakan sensasi mengemudi
8	Slogan penjualan produk elektronik: Kenzo jaya segera beralih ke digital	Segera beralih
9	Buat sertifikat tanah mudah loh!!! Kantor pertanahan Kabupaten Rejang Lebong, melayani, profesional, terpercaya	Buat sertifikat tanah mudah loh
10	Sukseskan bulan imunisasi anak nasional, bawalah anak anda ke fasyankes dan pos pelayanan kami	Bawalah anak anda ke fayankes dan pos pelayanan kami
11	Sudahkah anda membayar listrik bulan ini? Bayar listrik di awal waktu ingat ya..!!	Bayar listrik di awal waktu ingat ya
12	Cek berkas dan sertifikat tanah cukup lewat genggaman! Yuk instal sentuh tanahku sekarang juga!	Yuk instal sentuh tanahku sekarang juga!
13	Mari bayar pajak dan retribusi bukti cinta kepada kabupaten bengkulu tengah	Mari bayar pajak
14	Mari ajak anak-anak anda yang berkebutuhan khusus melakukan terapi di RDKI Soeprpto Bengkulu	Mari ajak anak-anak anda

15	Yuk bayar pajak dengan Program pengungkapan sukarela buruan ikut banyak manfaat yang didapat	Kata yuk dan ikuti
----	--	--------------------

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.3 Analisis Fungsi Direktif. Adapun pembahasannya sebagai berikut.

- a) Kalimat “gunakan oli yang jelas sumbernya” bermaksud untuk mengajak konsumen untuk menggunakan oli yang jelas sumbernya apapun mesinmu dengan oli pertamina pelumas, slogan ini untuk mempengaruhi masyarakat agar berpikir logis.
- b) Kalimat “Ayo bayar pajak” bermaksud mempengaruhi masyarakat membayar pajak menggunakan aplikasi mobile signal agar bayar pajak menjadi lebih praktis tanpa harus datang langsung ke kantor samsat.
- c) Kalimat “dapatkan penawaran terbaik dari kami dengan menghubungi dealer resmi” merupakan slogan yang dibuat untuk menarik konsumen jika ingin membeli mobil atau motor dengan menghubungi dealer resmi yang menjanjikan layanan terbaik.

- d) Kalimat “lancar bayar air dapek motor” adalah salah satu slogan yang memiliki fungsi bahasa direktif yaitu ajakan kepada masyarakat untuk membayar air dengan tanpa tunggakan dengan menjanjikan motor sebagai hadiahnya.
- e) Kalimat “dapatkan diskon 10% dengan membawa iklan ini” bermaksud untuk meminta pembaca untuk menggunakan potongan iklan slogan ini untuk membeli produk yang ditawarkan dan mendapatkan potongan harga 10%
- f) Kalimat “bawa modem orbit bisa wifi-an di mana aja” berfungsi untuk mengajak sekaligus untuk memperkenalkan produk elektronik terbaru yaitu modem orbit kepada konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.
- g) Kalimat “rasakan sensasi mengemudi” berfungsi untuk mengajak sekaligus mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- h) Kalimat “bawalah anak anda ke fayankes dan pos pelayanan kami” berfungsi untuk mengajak ibu-ibu yang memiliki anak untuk imunisasi ke pos pelayanan yang sudah di sediakan.

- i) Kalimat “bayar listrik di awal waktu ingat ya” berfungsi untuk mengajak masyarakat untuk membayar listrik di awal bulan.
- j) Kalimat “yuk instal sentuh tanahku sekarang juga” bertujuan untuk mengajak masyarakat untuk menginstal aplikasi tanahku agar lebih mudah mengecek sertifikat tanah.
- k) Kalimat “mari bayar pajak” bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar membayar pajak sebagai bentuk bukti cinta kepada provinsi bengkulu tengah.
- l) Kalimat “mari ajak anak-anak anda” bertujuan mengajak orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus agar terapi di rumah sakit khusus jika soerrapto provinsi bengkulu.
- m) Kata “yuk dan ikuti” berfungsi untuk mengajak sekaligus memperkenalkan kepada masyarakat Program pengungkapan sukarela yang menawarkan membayar pajak sesuai dengan pengungkapan harta.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Selama melaksanakan penelitian ini tentunya peneliti masih mengalami keterbatasan dalam berbagai hal. Keterbatasan dari

peneliti sendiri yaitu keterbatasan dalam ilmu pengetahuan, kemampuan moril maupun mental yang peneliti hadapi saat memulai mengerjakan proposal hingga menjadi skripsi, saat mencari buku yang relevan sebagai penunjang terlaksananya penelitian, merangkai kata demi kata sehingga menjadi kalimat yang sesuai, dan mencari literatur atau daftar pustaka yang berhubungan dengan skripsi. Walaupun keterbatasan terus timbul tetapi berkat usaha dan kemauan yang tinggi akhirnya keterbatasan tersebut dapat peneliti hadapi hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat sebanyak 35 slogan iklan yang mengandung makna gaya bahasa. Gaya bahasa yang digunakan diantaranya adalah 7 gaya bahasa hiperbola, 21 gaya bahasa pertanyaan retorik, 1 gaya bahasa aliterasi, 5 gaya bahasa metafora, dan 1 gaya bahasa repetisi.
2. Slogan yang memiliki makna semantik yaitu 8 makna kias, 14 makna denotatif, dan 13 makna leksikal.
3. 20 slogan yang memiliki fungsi informatif (informasi) dan 15 gaya slogan yang memiliki fungsi direktif (mengajak). Slogan penjualan produk dan jasa di koran bengkulu edisi bulan April-Juni tahun 2022 slogan yang paling banyak menggunakan gaya bahasa pernyataan retorik sebesar 60%, hiperbola 20%, metafora 14%, aliterasi dan repetisi 2%. Gaya bahasa yang didalamnya menggunakan makna kias sebesar 22%, makna denotatif 40%, dan makna leksikal 37%. Fungsi

bahasa slogan yang paling tinggi yaitu fungsi bahasa informatif sekitar 70% sedangkan slogan yang memiliki fungsi bahasa direktif sebesar 42%.

Adapun pembahasan tentang majas hiperbola adalah gaya bahasa yang mengandung pernyataan atau ungkapan yang berlebihan, pernyataan retoris adalah majas yang berupa pernyataan yang sebenarnya tidak perlu dijawab, gaya bahasa aliterasi adalah semacam gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan sama, majas metafora adalah semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, dan majas refetisi adalah majas yang identik dengan pengulangan kata atau frasa.

Sedangkan makna kias adalah semua bentuk bahasa (baik kata, frase, maupun kalimat) yang tidak merujuk pada arti sebenarnya, makna denotatif adalah makna yang sebenarnya atau makna yang sesuai dengan apa adanya, makna leksikal adalah makna yang mana sesuai dengan hasil observasi alat indra atau makna yang sungguh-sungguh nyata. Fungsi bahasa slogan ada dua pertama fungsi informatif yaitu mempunyai tujuan untuk memberikan informasi kepada pasar dan khalayak umum

mengenai keberadaan produk yang ditawarkan, kedua fungsi direktif mempunyai tujuan untuk menyuruh orang lain atau publik melakukan sesuatu sesuai arahan pembuat iklan.

Penyusun slogan menggunakan gaya bahasa dengan tujuan untuk memperindah tulisan supaya menarik dan untuk menekankan pesan iklan slogan supaya dapat diterima konsumen. Selain gaya bahasa yang terdapat pada tiap-tiap slogan penjualan produk dan jasa, juga terkandung makna pada iklannya. Makna semantik dalam iklan dapat diperoleh oleh peneliti dengan menggunakan teori bahasa tentang semantik serta melihat slogan secara keseluruhan dengan seksama. Tiap-tiap iklan slogan tersebut memiliki makna tersendiri tergantung pada tanggapan oleh peneliti.

## **B. Saran**

Sebagai penutup penelitian ini, ada beberapa hal yang dapat penulis sarankan terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagi pembelajar bahasa agar lebih meningkatkan pengetahuan tentang makna gaya bahasa yang terkandung di



dalam slogan, supaya dapat menangkap pesan dan isi slogan dengan baik dan benar. Penulis juga menyarankan kepada pembaca agar mengetahui tentang perkembangan ilmu bahasa, khususnya pada gaya bahasa dan makna semantik agar dapat bermanfaat dalam pengajaran bahasa dan sastra Indonesia ke depannya.

2. Bagi produsen/pembuat slogan atau iklan, supaya dapat meningkatkan kualitas dari iklan agar dapat memberikan edukasi dan bukan hanya semata-mata membuat slogan untuk membuat orang tertarik pada barang dan jasa yang di tawarkan saja.
3. Peneliti berharap semoga hasil analisis ini dapat menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai analisis gaya bahasa dalam slogan dan juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian mengenai analisis makna slogan dan fungsi bahasa. Peneliti berharap untuk dilakukan penelitian lagi terhadap slogan penjualan produk dan jasa di koran harian bengkulu dengan fokus penelitian dan pendekatan yang berbeda. Dengan demikian akan semakin menambah

wawasan dan memudahkan bagi pembaca untuk memahami makna slogan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Abdul. 2016. "*Handphone* Mempengaruhi Terhadap Perilaku Remaja Usia SLTP (13-15 Tahun) Di Dusun Tegalpare Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, vol. 7 no. 2. Diakses dari <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/darussalam/article/download/23/21>), pada tanggal 28 Februari 2022.
- Barri, Fudhailul. 2016. "Manajemen Waktu Santri di Dayah Tahfidz Ulumul Qur'an Pagar Air Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Didaktika: Media Ilmiah Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 17 no. 1. Diakses dari <https://jurnal.arraniry.ac.id/index.php/didaktika/article/download/1593/1158>), pada tanggal 1 Februari 2022.
- Budi, Eka Setya, dan Yushinta Eka Farida. 2017. "Gaya Bahasa Komentator Sepak Bola dalam Acara AFF U 18 di Stasiun Televisi Indosiar." *Edulingua: Jurnal Linguistiks Terapan dan Pendidikan Bahasa Inggris* vol. 4. no.2. Diakses dari <https://ejournal.unisnu.ac.id/JE/article/download/633/925>), pada tanggal 28 Februari 2022.
- Damayanti, Rini. 2018. "Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram" *Jurnal widyaloka ikip widya darma*,

- vol. 5. no. 3. Diakses dari (<https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wpcontent/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>), pada tanggal 27 Februari 2022.
- Devianty, Rina. 2017. "Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan." *Jurnal tarbiyah*, vol. 24 no. 2. Diakses dari (<http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/tarbiyah/article/download/167/211>), pada tanggal 1 Februari 2022.
- Faoziah, Ikoh dkk . 2019. "Gaya Bahasa pada Lirik Lagu dalam Album “Gajah” Karya Muhammad Tulus." *Literasi: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, vol. 3. no. 1. Diakses dari (<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/literasi/article/download/2007/1626>), pada tanggal 1 Februari 2022.
- Gani, Saida dan Berti Arsyad. 2019. "Kajian Teoritis Struktur Internal Bahasa (Fonologi, Morfologi, Sintaksis, dan Semantik)." *A Jamiy: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab*, vol. 7 no. 1. Diakses dari (<https://journal.umgo.ac.id/index.php/AJamiy/article/download/302/226>) pada tanggal 28 Februari 2022.
- Hapnita, Widia dkk. 2018. "Faktor Internal dan Eksternal yang Dominan Mempengaruhi Hasil Belajar Menggambar dengan Perangkat Lunak Siswa Kelas XI Teknik Gambar Bangunan SMK N 1 Padang Tahun 2016/2017." *Cived Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vo.5

- no.1. Diakses dari  
(<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/cived/article/viewFile/9941/7409>), pada tanggal 1 Mei 2022.
- Huda, Ikmal Choirul. 2020. "Peranan Perpustakaan Sekolah Terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 2 no.1. Diakses dari (<https://core.ac.uk/reader/322536550>), pada tanggal 1 Mei 2022.
- Husen, Deary Pratama dkk. 2018. "Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Makanan Ringan di Pontianak Kalimantan Barat." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, vol. 7 no. 9. Diakses dari (<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/download/28868/75676578636>), pada tanggal 27 Februari 2022)
- Ibrahim, Soleh. 2017. "Analisis Gaya Bahasa dalam Kumpulan Novel Mimpi Bayang Jingga Karya Sanie B. Kuncoro." *Jurnal Sasindo Unpam*, (2017): vol. 3 no. 3. Diakses dari  
(<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Sasindo/article/viewFile/388/314>), pada tanggal 1 Februari 2022.
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Laila, M. Pd. 2016. "Gaya Bahasa Perbandingan dalam Kumpulan Puisi Melihat Api Bekerja Karya M AAN

- Mansyur (Tinjauan Stilistika)." *Jurnal gramatika* vo. 2 no. 2. Diakses dari ([http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?Article=470439&val=8170&title=gayabahasaperbandi ngandalamkumpulanpuisimelihatapibekerjakaryamansyur tinjauanstilistika](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?Article=470439&val=8170&title=gayabahasaperbandi%20ngandalamkumpulanpuisimelihatapibekerjakaryamansyur%20tinjauanstilistika)), pada tanggal 1 februari 2022.
- Lastri, Desi dkk. 2019. "Analisis Slogan di Kota Bengkulu." *Jurnal Ilmiah KORPUS*, vol. 3 no. 2. Diakses dari (<http://repository.unib.ac.id/21402/>), pada tanggal 1 mei 2022.
- Marnetti. 2017. Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Lingkungan Hidup. *Madah: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, vol. 8 no. 1. Diakses dari (<http://madah.kemdikbud.go.id/index.php/madah/article/download/84/76>), pada tanggal 1 februari 2022.
- Marta dkk. 2016. "Kajian Identitas Merek Situs Berniaga. com Melalui Makna Slogan Jualnya Gampang Belinya Senang." *JURNAL Al-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, vol. 2. No. 3. Diakses dari (<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/viewFile/169/158>), pada tanggal 27 Februari 2022.
- Meri. 2022. *Observasi*. Bengkulu: Koran Radar Bengkulu.
- Mubarok dkk. 2021. "Variasi Bahasa Slogan dalam Iklan Situs Belanja Daring Tokopedia: Kajian Sociolinguistik." Vol. 8 no. 5. Diakses dari

- (<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/download/41417/35685>), pada tanggal 28 Februari 2022.
- Puspa dkk. 2020. "Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran pada Supermarket K-Store Krakatau Junction." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, vol. 13 no. 2. Diakses dari (<https://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/download/45/29>) pada tanggal 28 Februari 2022.
- Putro dan Shandy Widjoyo. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden." *Jurnal Strategi Pemasaran*, vol. 2 no. 1. Diakses dari (<http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/download/1218/749>), pada tanggal 28 Februari 2022.
- Sadzili dkk. 2021. "Analisis Gaya Bahasa dan Pola Sintaksis Pada Slogan Iklan Makanan di Televisi." *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, vol. 7 no. 3. Diakses dari (<https://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/download/1523/1343>), pada tanggal 28 Februari 2022.
- Subakti, Hani. 2018. "Pengembangan Bahan Ajar Menulis Slogan dan Poster dengan Pendekatan Proses Siswa Kelas Viii Smp Syaichona Cholil Samarinda." *Jurnal Pendas Mahakam*, vol. 3 no. 2. Diakses dari

- (<https://jurnal.fkipuwgm.ac.id/index.php/pendasmahakam/article/download/213/139>), pada tanggal 27 Februari 2022.
- Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Syahlani, Achmad dan Desy Setyorini. 2021. "Pengembangan Instrumen Hasil Belajar Matematika Siswa (Tes Pilihan Ganda)." *Jurnal Akrab Juara*, vol. 6 no. 3. Diakses dari (<https://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/download/1523/1343>), pada tanggal 1 Februari 2022.
- Tutik, Anisa Dimas dkk. 2020. "Variasi dan Fungsi Ragam Bahasa pada Iklan dan Slogan Situs Belanja Online Shopee." *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, vol. 2 no. 2. Diakses dari (<https://journal.uhamka.ac.id/index.php/imajeri/article/download/5089/1830>), pada tanggal 1 Mei 2022.
- Yurnianti, Silvia dkk. 2012. "Gaya Bahasa Iklan Produk PT. Unilever Indonesia: Suatu Tinjauan Semantik dan Pragmatik." *Jurnal Bahasa dan Sastra*, vol. 1 no. 1. Diakses dari (<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/ibs/article/download/478/400>), pada tanggal 1 Februari 2022.



**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

AGambar 5.1 Slogan Penjualan Produk dan Jasa di Koran Radar Bengkulu Edisi April-Juni 2022

**SUZUKI**

**MOBIL BARU, GAYA SERU!**

Mobilnya Wah, Hadiah Berlimpah!

**XL7**

DP **18** Mulai Jutaan\*

**NEW CARRY**

DP **8** Mulai Jutaan\*

**SMART HYBRID**

SAKSIKAN KELAHIRAN TEKNOLOGI HYBRID YANG PERTAMA DI KELASNYA

UNTUK HARI YANG **LEBIH BAIK**

Bencoolen Mall, 18 Juni 2022

Di Marapkan Oleh:

- 20 Unit Motor Suzuki Nex II
- 1 Unit Mobil All New Ertiga

Dapatkan Kemudahannya:

- KDP Mulai 10%
- Gratis E-Money\*
- Gratis Ekstra 2%
- Gratis Washer Belanja\*
- Special Bunga 0%
- Gratis 2x Angsuran\*

PT. KANGAROO MOTOR MANDIRI

**RB Media Group**

**belijek**

powered by belido.id

**Buat Merchant OnlineShop, Yang Perlu Kurir Handal.**

Hanya **Rp. 10 rb** DALAM KOTA BENGKULU

**"Barang Aman, 1 Hari Sampai"**

Telp atau WhatsApp kami di: **0811 737421** / **0831 6624 1666**

belijek ekspres bengkulu

**TOYOTA** **PROMO PALING MURAH DISKON PALING BESAR** **Agung TOYOTA**

Agya Angsuran 2,6 Jt  
Calya Angsuran 2,7 Jt  
Avanza Angsuran 3,5 Jt  
Pick Up Hilux Angsuran 4,9 Jt  
Dyna Dump Truck Angsuran 8 Jt  
Rush Angsuran 4,4Jt  
Innova Angsuran 5,6Jt  
Fortuner Angsuran 8,5Jt

**Promo Paling Murah Discon Paling Besar Buruan Hanya dibulan ini**

**Jangan Malu Bertanya Yaa...**  
Melayani Pemesanan Mobil, Booking Service dan info Spare Part  
Proses Cepat & Mudah Bertabur Hadiah

Minat...??? Hubungi Anto, S.Sos  
HP/WA : **0852 6869 8619**  
Facebook : **Irwanto SSOS**

Bawa Modem Orbit bisa Wifi-an di mana aja!

**Telkomsel Orbit**

Bisa dipakai di:

- Rumah
- Kafe
- Bepergian
- Kampung Halaman
- Di mana-mana

Rp 500ribuan  
 150GB

Orbit GraPARI Outlet terdekat

**GUNAKAN OLI YANG JELAS SUMBERNYA**

Hubungi :  
**PT. TRI GADING MAKMUR**  
 Distributor Resmi Pelumas Pertamina  
 Jl. Seruni No. 33 Nusa Indah Kota Bengkulu  
 Telp/Fax : 0736 - 22016 / 26531  
 Email : tgm\_bengkulu@yahoo.co.id

WHATEVER YOU'RE ENGINE  
 PERTAMINA PELUMAS

**AVO ADIK SANAK SEGALO !!!**

**KITO BAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MENGGUNAKAN APLIKASI MOBILE SIGNAL**

SAMSAT DIGITAL NASIONAL

TANPA HARUS DATANG KE KANTOR SAMSAT

DEMBAYARAN DIKEMBANGKAN MELALUI CHANNEL:

- 3 bank bengkulu
- BNI BSI
- BANK BRI
- mandiri

78-858MERKE (BANK LAINNYA)

NOTES DALAM LINGKUNGAN MELALUI

KOMBER POLI SUMARDI, SH  
 DISKANTAS  
 POLDA BENGKULU

HJ YIA PRAWATI, SE, MM  
 KENALAN BPSD  
 DISYNER BENGKULU

RAMAH MESTER SE  
 KEMASAM BAKARAJA  
 CASABO BENGKULU

*Welan Mini* **BERDAYA MAKSI**  
 Tarif MURAH dengan Jangkauan LEBIH LUAS

Tarif Iklan Rp 5.500 per baris. Minimal 3 baris, maksimal 10 baris.

**GRAHA PENA,**  
 Jl. P. Natadirja No. 69 Km 7  
 Telp (0736) 22060 & (0736)-20882

**• DIKONTRAKKAN •**  
 RUMAH, Pinggir Jln Besar, Jl Mu-  
 sium Pdg Dedok Tnh Pth Bkl, Hub.  
 H. Radiman Hpl/Wa 081367714447

**• KEHILANGAN •**  
 BPKB, Mobil a/n SYAFI RADEN Toyota  
 Avanza 1300 G, BD1764AF, Nomin :  
 DE17019, Noka: MHFM1BA3,9K158122

**MODHECOM**  
 LENGKAP MURAH DAN BERGARANSI

**PROMO CCTV.....!**

PAKET CCTV HIXVISION 4 CH HANYA 2 JT  
 PAKET CCTV INFINITY 4 CH HANYA 4 JT  
 PAKET CCTV SCANEL 4 CH HANYA 1,7 JT  
 PAKET CCTV PHILSAT 4 CH HANYA 2 JT

Melayani Jasa Maintenance, Jaringan, Lan, Server, Telekomunikasi dan Alat Kantor

**JL. MERAPI RAYA NO.47 PANORAMA, SAMPING SPBU TEBENG**  
**TELP.0736 27734 (HUNTING) FAX 0736 27734 HP.081369363370**

**Experience Hyundai CRETA**  
 Dibuat di Indonesia, untuk Indonesia.

**Test drive now.**

Be the Spotlight with Hyundai CRETA. Rasakan sensasi mengemudi Hyundai CRETA dengan teknologi BlueLink yang selalu menghubungkan Anda dengan Hyundai CRETA. Segera kunjungi dealer Hyundai terdekat untuk test drive.

Download sekarang. Dapatkan fitur yang lebih canggih dan bermanfaat dengan aplikasi myHyundai Indonesia.

**BlueLink**  
 The Joy of Connection

**Hyundai Owner Assistance Program**  
 70% Risiko Value Guarantee\*

**NEW CRETA**

**Hyundai SmartDeal**  
 4,1% per Bulan  
 20% DP  
 3+1 FREE

Aplikasi myHyundai Indonesia & Hyundai BlueLink tersedia di  
 Google Play | App Store

Book Now | Test Drive Now  
 \*Syarat dan ketentuan berlaku.

**HYUNDAI**

**Lautan Berlian** 

**CANTER**  
FE84 SHDX - 150 PS





**FREE SERVICE**  
40.000 KM\*  
2 TAHUN

**MITSUBISHI FUSO TRUCK & AUTHORIZED DEALER**  
DAPATKAN PENAWARAN TERBAIK DARI KAMI DENGAN  
MENGHUBUNGI DEALER RESMI DI ALAMAT BERIKUT:

PT. LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR BENGKULU  
JL. ADAM MALIK NO.3, KM 9, PAGAR DEWA, KEC. SELEBAR, KOTA BENGKULU, TELP : 10736-51800

PT. LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR PENANG  
JL. UTAR BANGSI BENGKULO PADANG KM.200 DESA MEKAR MUYA PENANG, TELP : 0610-7138179

PT. LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR KEPAHANG  
JL. RAYA KEPAHANG SURAB KM 25, PULAU BOTO BAKU, NEGRI KABUPATEN KEPAHANG, BENGKULU, TELP : 0732 - 928387

PT. LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR PUTIH HILAU  
JL. RAYA KOTA BAKI, RT. 007, DESUR MEKAR JAYA DESA KOTA BAKI, PUTIH HILAU, KAB. BENGKULU UTARA, TELP : 0852-79272008

 **UNTUK INDONESIA** 

**Lancar Bayar Air Dapek Motor**

 **Via BNI e-Channel**  
ATM, Mobile Banking,  
Agen 46, Sms Banking



Bayar Tagihan Perumda Tirta Hidayah Kota Bengkulu  
Bisa Kapan Aja Dimana Aja  
**Berlaku sampai 31 Desember 2022**

**Marhaban Ya Ramadhan**

Selamat Menunaikan  
**IBADAH PUASA**  
1443 H

**Jadwal Puasa Ramadhan dan Imsakiyah**

**14 APRIL 2022**  
13 Ramadhan 1443 H

<b>1500046</b> BNI Call	<b>Magrib</b>	<b>Imsak</b>	<b>Subuh</b>
	<b>18.15 WIB</b>	<b>4.45 WIB</b>	<b>4.55 WIB</b>

BNI terdaftar dan diawasi oleh OJK. BNI merupakan peserta penjaminan.  [www.bni.co.id](http://www.bni.co.id)

**PUNYA KENDALA TEKNIS SAAT DI JALAN?**  
**TENANG !!! ADA LAYANAN DARURAT HONDA CARE**



**Honda Care**  
 CUSTOMER ASSISTANCE ROAD EMERGENCY

Klik [www.hondabengkulu.co.id/care](http://www.hondabengkulu.co.id/care)

ATAU WHATSAPP / TELP / SMS ( HOTLINE )  
**0819-2500-989**  
 UNTUK WILAYAH KOTA BENGKULU

**HUBUNGI 1500 989** UNTUK WILAYAH DI LUAR PROVINSI BENGKULU

JAM OPERASIONAL SENIN - SABTU 08:00 WIB - 16:00 WIB

**SUZUKI**

**KEMILAU**  
 Awali Tahun Baru Dengan Certa

**BONUS**  
 1000 Liter Minyak  
 20 Duit Suzuki\*

**XL7** DP 20 Mulai  
 2000000

**CARRY** DP 9 Mulai  
 1000000

**ERTIGA** DP 14 Mulai  
 1000000

**IGNIS** DP 15 Mulai  
 1000000

**BALENO** DP 29 Mulai  
 2000000

**PT. KANGAROO MOTOR MANDIRI**  
 1. Bekasi: Jl. Raya Bekasi No. 85, Bekasi, Telp. 021-73333333  
 2. Lampung: Jl. Raya Lampung No. 1, Lampung, Telp. 0821-7774-433

**R B EPAPER**

**DAPATKAN KORAN RB VERSI FULL COLOR**

**DENGAN BERLANGGANAN EPAPER RB GRATIS!!!**



Download EPAPER RB dari playstore di handphone android anda

**HUBUNGI 0852 6854 7888 0811 737 421**

**DAPATKAN PROMO DISKON 5-10 PERSEN DENGAN MEMBAWA POTONGAN IKLAN INI**

# REGAR JOK

**SPECIALIS JOK MOBIL BENGKULU**

- ✓ JOK MOBIL SEMUA MODEL, PATEN-SEMI PATEN-SARUNG
- ✓ PINTU MOBIL
- ✓ PLAFON MOBIL SEMUA MODEL
- ✓ KARPET DASAR
- ✓ TENDA BESAR / TARUF
- ✓ DAN LAIN-LAIN

**MENJUAL BAHAN JOK MBETEC & NAVA SILK**

**0811 7321 182**

**JL. MAYJEND SUTOYO NO. 44 RT/RW 01/01  
KEL. JABATAN KECIL KEC. SINGARAN PATI KOTA BENGKULU**

**DAIHATSU**  
Daihatsu Sahabatku

## PROMO DAHSYAT DAIHATSU

Syarat dan ketentuan berlaku

**XENIA** DP 11 jutaan | **SIRION** DP 40 jutaan | **SIROG** DP 10 jutaan | **AYLA** DP 9 jutaan | **TERIOS** DP 14 jutaan | **GRANMAX PICK UP** DP 12 jutaan | **LUXIO** DP 40 jutaan

TUNAS DAHATSU BENGKULU J.L. P. NATADIRJA KM 7.5 KOTA BENGKULU Telp (07342428)

Hubungi Person: WINA HP/WA (0853-8450-9921) - RAIBILI HP/WA (0817-7910-0427)  
Pis Curup- Jl. Air Putih baru CP-08117321182 (Baby)

Dapatkan Layanan DMS dan free jasa service max 50 Km

# JAVAFON

PLAFON PVC MUTU TERBAIK

Plafon PVC pertama yang mengutamakan kualitas no 1 dengan harga terjangkau

**KEUNGGULAN PRODUK JAVAFON**

- MUDAH DIKAWALANJKA
- CEMILAN PERAWANGANNYA
- TIDAK MERAMBAT API
- HEMAT BIAYA
- LEBIS KUAT DAN LENTUR
- MODERN & MEWAH

**Efektif Pengganti MULTIPLEK dan GYPSUM**

**TOKO SUMBER MAKMUR JAYA GYPSUM**  
Distributor, Supplier

PLAFON PVC, JAVAFON, DAK, MBK & WALLPAPER BENGKULU

Jln. Kalimantan no 2 rawa makmur 100 meter setelah jembatan kampung klawi sebelah Yayasan salom  
HP / WA : 08 1272222560 / 081273270966  
0821 7872 7153 / 0857 8802 5917

**AGEN JAVAFON RESMI**

Tobeng	=	0813 6664 7649
Penarik	=	0813 6614 6780 / 0812 7211 7198
Ipuh	=	0853 6941 4949 / 0821 8217 8819
Ketahun	=	0853 6680 0543
Lebong	=	0853 6880 0543
Ardamakmur	=	0852 6822 9575
Curup	=	0812 9841 9841
Manna	=	0812 3023 3023 / 0823 3737 8370

**STOK TERBATAS**

**KORPRI IDAMAN ESTATE**  
**Rumah Type 36 Subsidi**

Lokasi: Jl Korpri IV RT.08 RW.05 - BENTIRING  
*Meliki Rumah Idaman Anda Bersama Kami*



**PROMO BULAN INI**  
**5 Juta**  
 TERIMA KUNCI SKB

**ANGSURAN MULAI**  
**Rp. 877.741**

**DIDUKUNG KPR**  
 Bank  **BTN**

**Segera Hubungi...!!** ☎ 0852 6791 1112  
 ☎ 0853 8431 2727 ☎ 0821 8265 4441

 **PT. IDAMAN GRAHA MANDIRI**  
 Kantor Pusat : Rukan No. 8 - 9 Jl. Tribrita - Kcl. Cempaka Permai  
 Telp. (0736) 52319 - BENGKULU

**GEBYAR PROMO MITSUBISHI KHUSUS BULAN INI**

**Bunga 0% DP Kecil Proses Cepat**

**FESHDX Dump Truck**

**L300** **Xpander**

**HUBUNGI:**  
**DYTHA 0853 6684 7030**  
**DIAN 0813 6826 6062**



**KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN REJANG LEBONG**  
*Melayani, Profesional, Terpercaya*

**BUAT SERTIPIKAT TANAH MUDAH LOHI!**

SEMUA INFORMASINYA BISA SOBAT DAPAT DI MEDIA SOSIAL KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN REJANG LEBONG

- [kab-rejanglebong.atr.bn.go.id](http://kab-rejanglebong.atr.bn.go.id)
- [Kantor Pertanahan Rejang Lebong](#)
- [facebook.com/kantahkabrl](http://facebook.com/kantahkabrl)
- [@kantahkabrejanglebong](#)
- [Kantor Pertanahan Kabupaten Rejang Lebong](#)
- 0822 9950 0728 (Pesan Singkat!)**

Jika ada Pertanyaan seputar Informasi Pertanahan maupun Pengaduan, Sobat dapat menghubungi kami melalui:

Media Sosial/ Telp. 0732 3344650  Website [lontos.atr.bn.go.id](http://lontos.atr.bn.go.id)

 Website [lopor.go.id](http://lopor.go.id)  [bit.ly/loporios](http://bit.ly/loporios)  [bit.ly/loporandroid](http://bit.ly/loporandroid)






**KJ KENZO JAYA**

SEGERA BERALIH KE DIGITAL

SCAN ME

Kenzo Jaya  
Kenzo Jaya  
Kenzo Jaya

0821 7506 0808 0821 7673 1118 0853 5788 8000 0736 343082

JL. SALAK RAYA NO. 88 (DEPAN PT. PAS HONDA LINGKAR TIMUR) PANORAMA - BENGKULU

ASTRA MOTOR  
#Gen. Plus

PROMO SPESIAL  
VIRTUAL LAUNCHING

PERIODE 02 - 04 APRIL 2022

POTONGAN ANGSURAN  
RP. 73 RB

GRATIS ANGSURAN  
3X

AGUNG HONDA BENGKULU

LET'S GO BEYOND  
TOYOTA

Agung TOYOTA

TIME TO DISCOVER AND NEVER SETTLE

ALL NEW VELOZ  
GO MORE THAN EVER

Info Pemesanan Hubungi :  
0736 - 21127 AGUNGTOYOTABENGKULU

**SUKSESKAN..!**  
**Bulan Imunisasi Anak Nasional**  
**GRATIS Anak & Berkualitas**

DR. H. ROHIDIN MERSYAH  
 Gubernur Bengkulu

H. Herwak Antoni, SKM, M.P.S., M.Si  
 Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Bengkulu

**Bawalah Anak Anda ke Fasyankes\* dan Pos Pelayanan BIAN**  
 mulai bulan MEI 2022

BIAN (Bulan Imunisasi Anak Nasional) adalah pemberian imunisasi tambahan Campak-Rubela serta melengkapi dosis imunisasi Polio dan DPT-HB-Hib yang terlewatkan

Sasaran :

- Imunisasi tambahan Campak Rubela untuk anak umur bulan s/d 12 Tahun
- Melengkapi imunisasi Polio dan DPT - HB - Hib bagi anak umur 12 s/d 59 bulan

Manfaat BIAN dapat mencegah kesakitan dan kecacatan akibat :

- Campak
- Rubella
- Polio
- Difteri
- Pertusis (batuk rejan)
- Hepatitis B
- Pneumonia (radang paru) dan Meningitis (radang selaput otak)

Rp. 2000 PER BULAN

PEMERINTAH KOTA BENGKULU

**SEDEKAH TIDAK AKAN MEMBUATMU MISKIN**

"Tak perlu nunggu kaya, cukup masukan Rp 2 ribu ke kotak amal yang telah pemerintah siapkan. Insya Allah, setelah itu sedekah yang dikumpulkan akan disalurkan ke Baznas. Kemudian hasilnya ini bisa digunakan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan."

H.HELMI HASAN,SE  
 WALIKOTA BENGKULU

Salurkan Donasi Anda Melalui  
 Bank Fadhilah atas nama  
 Badan Amil Zakat Nasional Kota Bengkulu  
 di **0010100080**

Sedekah Tidak Akan Membuatmu Miskin

mediasosial.bengkulikota.go.id | Info Media Center Kota Bengkulu | mediasosial.jababengkulu | @pnlmpendabtu | Media Center Pemerintah Kota Bengkulu

**BUMN** **PLN**

SUDAHKAH ANDA BAYAR LISTRIK BULAN INI...?

# BAYAR LISTRIK DI AWAL WAKTU

BATAS AKHIR PEMBAYARAN TANGGAL 20 SETIAP BULAN

MULAI TANGGAL **02**

**INGAT YA...!!!**

- 02** BAYAR DI AWAL WAKTU
- 20** BATAS AKHIR PEMBAYARAN
- 21** PUTUS SEMENTARA

*Star Bala*

**Catatan:**  
Bayar tagihan listrik sebelum tanggal 20 setiap bulan sama dengan berpartisipasi membangun daerah

PLN UW 5238 #PowerBeyondGenerators

**KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN REJANG LEBONG**  
Melayani... Profesional... Terpercaya

**Sentuh Tanahku**  
Kemudahan di Genggam

## CEK BERKAS DAN SERTIPIKAT TANAH CUKUP LEWAT GENGAMAN!

Sentuh Tanahku adalah aplikasi mobile yang dibuat untuk memudahkan masyarakat untuk pengecekan berkas dan sertipikat tanah. Sentuh Tanahku memberikan informasi syarat-syarat pengurusan pelayanan beserta simulasi biaya yang interaktif sehingga masyarakat dapat memprediksi besaran biaya yang diperlukan untuk pengurusan layanan pertanahan.

**Yuk, Install Sentuh Tanahku Sekarang juga!**

[Play Store](#) [App Store](#)

Wakil Bupati Rejang Lebong: [@rejanglebong](#) | [@rejanglebong](#) | [@rejanglebong](#)

**BADAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN BENGKULU TENGAH**

# MARI !!!

## BAYAR PAJAK DAN RETRIBUSI

"BUKTI CINTA KEPADA KABUPATEN BENGKULU TENGAH"

**Dr. Herryandi Rani, MSi**  
Wakil Bupati Bengkulu Tengah

**Lili Trianti, S.Sos**  
Kepala BID Bengkulu Tengah

**Yuliana Nurzaha, S.Sos, MAP**  
Sekretaris



KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA

**UMAH SAKIT KHUSUS JIWA SOEPRAPTO PROVINSI BENGKULU**  
 Jalan Bhakti Husada Lingkar Barat Bengkulu 38225  
 Tlp. Kantor/Fax.(0736) 22988 Tlp IGD (0736) 343339 Email rskj.soeprapto@bengkuluprov.go.id

---

**POLI PSIKOLOGI KLINIS RISKI SOEPRAPTO PROVINSI BENGKULU MELAYANI TERAPI AUTIS :**  
**"Misi, Rizik Anak – anak Anda yang berkebutuhan Khusus melakukan Terapi di RISKI Soeprapto Bengkulu"**

**Jenis Pelayanan Terapi:**

- Terapi Perilaku
- ADHD – Igepan Detak
- Autis – Disleksia/kesulitan Membaca
- Terapi Senam
- Terapi Musik
- Asesmen dan Edukasi Peningkatan Gigit Paha Anak Berkebutuhan Khusus
- Remedial Hdl

**Membantu Terapi:**  
 Rutika RSI, Csi, Ds, Ds

Informasi Lebih Lanjut:  
 CP : RITA 0813 2180 0343  
 AZARA F 0852 6881 3097

Buka Setiap Hari ( 08.00 WIB s/d 14.00 WIB)  
 Ditangani Dengan Ahli Di Bidangnyanya

*"Membantu Kesehatan, Kita Mampukan Kelangkaan, Kita Saja"*



Dr. H. Robidin Maryah, M.M.A  
Gubernur Bengkulu

Dr. H. Rusjedyah, S.I.P., M.Si  
Wakil Gubernur Bengkulu

Dr. Herry Permana  
Direktur RSJ Soeprapto



Kanwil DJP Bengkulu dan Lampung



# Tersisa Sebentar Lagi!

## Buruan ikut!

banyak manfaat yang didapat.

[www.pajak.go.id/PPS](http://www.pajak.go.id/PPS)



**Ungkap Saja**

**Dibuka Pejok Pajak Bencoolen Indah Mall (Dekat Pintu Masuk)**  
 Sabtu, 18 & 25 Juni 2022  
 Pukul 10.00-21.00 WIB

**Dibuka Pejok Pajak Pasar Air Muring, Putri Hijau Bengkulu Utara**  
 Sabtu, 23 Juni 2022  
 Pukul 10.00-21.00 WIB

**Dibuka Pejok Pajak Bunderan Ketahun, Bengkulu Utara**  
 Kamis, 23 Juni 2022  
 Pukul 10.00-15.00 WIB

**Dibuka Pejok Pajak Pos Pelayanan Pajak Argamakmur**  
 Senin-Kamis, d.d 30 Juni 2022  
 Pukul 10.00-15.00 WIB

**Konsultasi PPS Konsultasi Perpajakan**

[www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)



**Harimu Semakin Beken bersama**  **On Air Mulai Pukul 08.00 s/d 24.00 WIB**

[www.bekentv.com](https://www.bekentv.com)

[bengkuluekspres.com](https://www.bengkuluekspres.com)

[www.bekentv.com](https://www.bekentv.com)

**RADIO TRANS 102.7 BENGKULU FM**

**Bandar Dendangnya Bengkulu**  
*Siapa Yang Tak Kenal Acaranya*

- Relay RADIO NETHERLAND RANESI 05-06
- PADI BENGKULU SMS mania 081366951027
- LINTAS PESONA SIANG: setiap hari 09-12
- KUCINDAN BASAMO setiap hari 12-15
- BOLLYWOOD MELAYU Set/Kam/Ming 16-17
- DANGDUT KENANGAN Sen/Rab/Jum 16-17
- KULTUM SEJENAK setiap Kamis 17-18
- DENDANGNYA PILIHAN setiap hari 19-22
- CORESAN HATI setiap Sabtu 20-21
- PRO INDO TRANS setiap malam 22-24

Studio Siaran & Kantor Manajemen :  
 Wisma Lesitta, Jl. Merapi XIV No. 46 Kebun Tebeng  
 Tel. 0736 - 21980 *hunting!* Fax. 0736 - 20998  
[www.facebook.com/transwahana.bengkulu](http://www.facebook.com/transwahana.bengkulu)  
 Kota Bengkulu - 38227

**APS**  
 Holding Management



**SINAR HARAPAN ROOF**  
**GENTENG METAL ZINCALUME**

**Ready STOK**

2 susun..?  
 6 susun..?  
 20 susun..?

**Tidak Masalah..!!!**  
 Menyediakan Truss / Rangka Baja Ringan

- Kualitas Terbaik Dan Terjamin
- Ringan Dan Mudah Mengikuti Eksistok Atap
- Anti Gempa Dan Angin Kencang
- Jarak Reng Bisa di Atur Sesuai Dengan Keinginan Anda Sehingga Anda Dapat Menghemat Reng

Hubungi SINAR HARAPAN  
 Jl. KiriBaku No. 87, Kebun Tebeng - Bengkulu  
 Phone ( 0736 ) - 21653, Hp. 0822 7838 6870

**DAIHATSU**  
 Daihatsu Sahabat Kita

New **ASTRA DAIHATSU SIERA**

Mimpi Indah Keluarga Indonesia

**Sahabat Impian Keluarga**



Smoked LED Head Lamp    Shark Fin Antenna    Spooky Alloy Wheel

Informasi lebih lanjut klik [www.daihatsu.co.id](http://www.daihatsu.co.id)