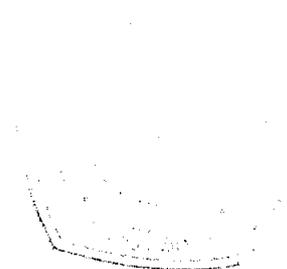


**DIKSI DALAM RAGAM BAHASA PROMOSI**  
(Studi Kasus terhadap Bahasa Promosi pada Baligo dan Kain Rentang  
di Pertokoan Kota Bandung)

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Sastra  
jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia



oleh

Nirra Anggraeni

044231

**Program Bahasa dan Sastra Indonesia**  
**Jurusan Pendidikan Bahasa dan sastra Indonesia**  
**Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni**  
**Universitas Pendidikan Indonesia**

**2008**

**DIKSI DALAM RAGAM BAHASA PROMOSI**

**(Studi Kasus Terhadap Bahasa Promosi pada Baligo dan Kain Rentang  
di Pertokoan Kota Bandung)**

oleh  
Nirra Anggraeni  
044231

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



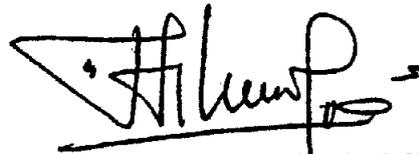
Drs. Iyo Mulyono L.S., M.Pd  
NIP 130321118

Pembimbing II,



Dra. Hj. Nuny Sulistiany Idris, M.Pd.  
NIP 131946759

Disetujui  
Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni  
Universitas Pendidikan Indonesia,



Dr. Andoyo Sastromiharjo, M.Pd  
NIP 130256654



*Senja itu kesabaran, perlahan menguning dan menghilang,  
senja itu perjuangan, meskipun lelah, bertahan 'tuk kembali,  
senja itu harapan, berharap sore menjadi terang.  
lalu, senja itu selalu memberi harapan untuk segala perjuangan dan  
kesabaran*

*Karya kecil ini kupersembahkan kepada Ayahanda dan Ibunda  
tercinta  
sebagai tanda terima kasih dan bukti cinta dari anakmu  
Dan untuk kedua adikku, Eri dan Elena yang senantiasa mengisi  
hari-hariku  
Serta pelindung hatiku, penyemangat jiwaku,  
M. Wahyu Dermawan...*



**DIKSI DALAM RAGAM BAHASA PROMOSI**  
**(Studi Kasus terhadap Ragam Bahasa Promosi pada Baligo dan Kain Rentang)**

**ABSTRAK**

**Nirra Anggraeni**  
**044231**

Penelitian ini berjudul "Diksi dalam Ragam Bahasa Promosi" yang menggunakan media baligo dan kain rentang. Dalam bahasa promosi, diksi sangat berperan penting untuk menyampaikan pesan penjualan yang ingin disampaikan produsen kepada konsumen.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) kelas kata apa yang dominan digunakan dalam ragam bahasa promosi?; 2) bagaimana makna diksi yang digunakan dalam ragam bahasa promosi?; 3) bagaimana ragam bahasa yang digunakan dalam bahasa promosi?; 4) apa tujuan dari penggunaan diksi tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan proses diksi dalam ragam bahasa promosi. Tujuan tersebut dapat dirinci menjadi: 1) mendeskripsikan jenis kata atau kelas kata yang dominan terpilih dalam sebuah bahasa promosi; 2) mendeskripsikan makna diksi yang digunakan dalam bahasa promosi; 3) mendeskripsikan ragam bahasa yang digunakan dalam ragam bahasa promosi; 4) mendeskripsikan tujuan penggunaan diksi dalam ragam bahasa promosi.

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah media iklan berupa baligo dan kain rentang yang memuat ragam bahasa promosi baik yang menawarkan barang maupun jasa yang berada di Jalan Setiabudhi, Jalan Cihampelas, Jalan Merdeka, Jalan Ir. Djuanda (Dago), dan Jalan Sukajadi. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket, kartu data, dan tabel frekuensi diksi.

Dari hasil penelitian ditemukan 62 diksi. Pada penggunaan kelas kata benda yang dominan digunakan dalam ragam bahasa promosi sebanyak 28 diksi dengan persentase 45,2%, rata-rata setiap ragam bahasa promosi memiliki makna denotasi sebanyak 46 diksi dengan persentase 74,2%, ragam bahasa yang digunakan sebagian banyak merupakan ragam bahasa baku sebanyak 42 diksi dengan persentase 67,7%, kemudian dari hasil penelitian ditemukan tujuan penggunaan diksi tersebut yaitu untuk meningkatkan penjualan pada toko yang mempromosikan sebanyak 16 diksi dengan persentase 53,3%.





## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat dan karunianya-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw.

Skripsi ini berjudul “Diksi dalam Ragam Bahasa Promosi: Studi Kasus terhadap Bahasa Promosi pada Baligo dan Kain Rentang di Pertokoan Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelas kata yang dominan digunakan, makna diksi, ragam bahasa, dan tujuan dari penggunaan diksi pada ragam bahasa promosi.

Tidak ada manusia yang sempurna, maka dalam penyusunan skripsi ini penulis sangatlah jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Skripsi ini dapat terwujud berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Mudah-mudahan segala kebaikan yang telah mereka berikan mendapat balasan dari Allah Swt. Semoga penyusunan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak terkait. Akhir kata hanya kepada Allah Swt penulis memohon lindungan dan anugerah serta apa yang penulis kerjakan menjadi sebuah amal ibadah, Amien...

Bandung, Juli 2008

Penulis



## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan kepada segala pemilik alam semesta beserta isinya, Allah Swt. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammmad Saw, kepada keluarganya, dan para sahabatnya.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat motivasi, dorongan, dan doa dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua yang telah membesarkan penulis dengan segala peluh, dan kerja keras hingga penulis berhasil meraih pendidikan yang tinggi. Semoga penulis dapat membalas semua jasa dan pengorbanan meskipun tak sebanding dengan pengorbanan kedua orang tua penulis.

Penulis mendapatkan bimbingan dalam proses pembuatan skripsi ini maka, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Drs. Iyo Mulyono L.S., M.Pd. selaku dosen pembimbing I, dan juga kepada Dra. Hj. Nuny Sulistiany Idris, M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang ditengah kesibukannya selalu memberikan waktu luang dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada Dr. Andoyo Sastromiharjo, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Dra. Nunung Sitaresmi, M.Pd. selaku Ketua Program Bahasa Indonesia Non Kependidikan, dan juga seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu yang bermanfaat.

Terima kasih juga untuk Staf Tata Usaha, terutama Mas Joko dan Pak Aep yang selalu membantu penulis dalam mengurus surat-surat selama perkuliahan. Terima kasih juga untuk kedua adikku di rumah, sabar ya...suatu hari nanti keadaan ini pasti berubah. Untuk saudara-saudaraku di rumah kakek terima kasih atas doanya.

Tidak terlupakan juga untuk M. Wahyu Dermawan, terima kasih yang sebesar-besarnya telah menemani penulis dalam segala ketakutan, kesedihan, dan selalu mengajarkan penulis untuk tetap bertahan dalam keadaan sesulit apapun, mengajarkan penulis untuk tetap tersenyum dan meyakinkan kalau esok sang pagi akan menyambut dengan nyanyian burung yang lebih indah daripada hari ini.

Selanjutnya untuk sahabat-sahabatku Esa, Vina, Enceu (Eni), Seli, Wiw, Bu Neneng, Tete Siti yang semakin gaul aja, Salman, Diah, Deka, Tika, Anggi, Noeh, anak-anak Selasar Kemuning, anak-anak 04, saudara-saudaraku di Go Ateu, Bunda (Noni), Boe, Mia. Terima kasih semuanya telah memberiku motivasi dan keceriaan. Penulis mohon maaf bila ada nama-nama yang belum disebutkan.

Terakhir, untuk semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara moril maupun materil yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga yang kita lakukan menjadi amal kebaikan yang dapat diterima oleh-Nya. *Amin Ya Robbal Alamin.*

Bandung, Juli 2008

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Masalah Penelitian .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.1 Batasan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Definisi Operasional .....	7
<b>BAB 2 PROMOSI DALAM PERIKLANAN</b> .....	9
2.1 Promosi .....	9
2.2 Promosi Penjualan .....	10
2.3 Iklan .....	11
2.4 Fungsi dan Tujuan iklan .....	13
2.4.1 Fungsi Nyata Iklan .....	13
2.4.2 Fungsi Tersembunyi Iklan .....	14
2.5 Bahasa Iklan .....	16

2.6 Pengertian Diksi.....	17
2.6.1 Unsur-Unsur Diksi Menurut Jeffkins .....	19
2.6.2 Unsur-Unsur Diksi Menurut Gorys Keraf .....	20
2.7 Pengertian Kelas Kata.....	22
2.8 Makna Kata.....	26
2.8.1 Makna Leksikal dan Makna Gramatikal.....	27
2.8.2 Makna Denotatif dan Makna Konotatif.....	28
2.9 Ragam Bahasa.....	29
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode Penelitian .....	32
3.2 Teknik Penelitian .....	32
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.2 Teknik Pengolahan Data.....	33
3.3 Sumber dan Korpus .....	34
3.3.1 Sumber Data .....	34
3.3.2 Korpus Penelitian.....	34
3.4 Instrumen Penelitian .....	34
<b>BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Pendahuluan.....	35
4.2 Analisis Data.....	36
4.3 Pembahasan Diksi.....	72

4.4 Data dan Pembahasa tentang Kelas kata/Frasa Pilihan.....	72
4.4.1 Pembahasan Kelas Kata Benda atau Frasa Nomina .....	73
4.4.2 Pembahasan Kelas Kata Kerja atau Frasa Verba .....	73
4.4.3 Pembahasan Kelas Kata Sifat atau Frasa Ajektiva .....	73
4.4.4 Pembahasan Kelas Kata Keterangan atau Frasa Adverbial .....	73
4.4.5 Pembahasan Kelas Kata Keterangan atau Frasa Numeralia .....	74
4.5 Data dan Pembahasan tentang Makna Diksi.....	74
4.5.1 Pembahasan Makna Denotasi .....	74
4.5.2 Pembahasan Makna Konotasi .....	75
4.6 Data dan Pembahasan tentang Ragam Bahasa.....	76
4.6.1 Pembahasan Ragam Baku.....	76
4.6.2 Pembahasan Ragam Tidak Baku .....	76
4.7 Analisis Angket.....	77
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.1.1 Diksi.....	79
5.1.2 Kelas Kata.....	79
5.1.3 Makna Diksi.....	80
5.1.4 Ragam Bahasa.....	80
5.1.5 Keunikan Ragam Bahasa Promosi.....	81

5.1.6 Tujuan Penggunaan Diksi .....	81
5.2 Saran .....	81

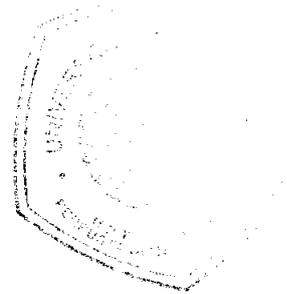
**PUSTAKA ACUAN**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Frekuensi Diksi.....	9
Tabel 4.2 Data Hasil Rekapitulasi Kelas Kata/Frasa Pilihan.....	72
Tabel 4.3 Data Hasil Rekapitulasi Makna Diksi.....	74
Tabel 4.4 Data Hasil Rekapitulasi Ragam Bahasa .....	76





## PUSTAKA ACUAN

- Chaer, Abdul. (1994). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damaianti, Vismaia S. dan Nunung Sitaresmi. 2005. *Sintaksis Bahasa Indonesia*. Bandung: Pusat Studi Literasi Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni UPI Bandung.
- Djajasudarma, Fatimah. 1999. *Semantik 1 Pengantar ke Arah Ilmu Makna*. Bandung: Refika.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Jeffkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Verhar, J.W.N. 1983. *Pengantar Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Keraf, Gorys. 1994. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Keraf, Gorys. 1984. *Tata Bahasa Indonesia*. Jakarta: Nusa Indah.
- Kosasih, E. Drs. M.Pd. 2002. *Kompetensi Ketatabahasaan*. Bandung: Yrama Widya.
- Kridalaksana, Harimurti. 1990. *Kelas Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Parera, J.D. 2007. *Morfologi Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Ramlan, M. Prof. Drs. 2001. *Morfologi Suatu Tinjauan Deskriptif*. Yogyakarta: C.V Karyono.
- Sabarti, Akhadiah. (1998). *Pembinaan Kemampuan Menulis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Samsuri. 1988. *Morfologi dan Pembentukan Kata*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

Subandi Ibrahim, Idi. 2007. *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*. Simbiosis Rekatama Media : Bandung.

Sukaeti, Dewi. 2004. *Analisis Gaya Bahasa Iklan Perniagaan Pada Televisi Swasta*. Skripsi. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Suwito. 1983. *Sosiolinguistik Teori dan Problematikan*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

