

**ANALISIS PENGGUNAAN GAYA BAHASA DAN KOSAKATA
DALAM IKLAN JEPANG PADA MEDIA ONLINE (STUDI KASUS
PADA YAHOO.CO.JP)**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Bahasa Jepang



oleh :

Nabilana Cardita
NIM 1505470

DEPARTEMEN PENDIDIKAN BAHASA JEPANG FAKULTAS
PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA UNIVERSITAS PENDIDIKAN
INDONESIA 2019

LEMBAR HAK CIPTA

ANALISIS PENGGUNAAN GAYA BAHASA DAN KOSAKATA DALAM
IKLAN JEPANG PADA MEDIA ONLINE (STUDI KASUS PADA
YAHOO.CO.JP)

Oleh

Nabilana Cardita

1505470

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra

©Nabilana Cardita 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2019

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang


Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

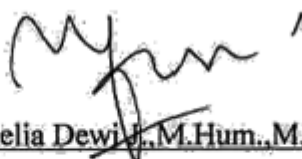
**ANALISIS PENGGUNAAN GAYA BAHASA DAN KOSAKATA DALAM
IKLAN JEPANG PADA MEDIA ONLINE (STUDI KASUS PADA
YAHOO.CO.JP)**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



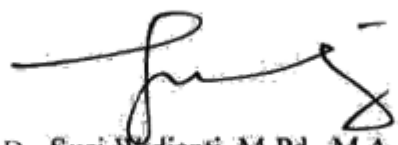
Drs. H. Sugihartono, M.A.
NIP. 196301041988031003



Dra. Hj. Melia Dewi, M.Hum., M.Pd.
NIP. 196105061987032001

Mengetahui,

Ketua Departemen Pendidikan Bahasa Jepang



Dr. Susi Widiyanti, M.Pd., M.A.
NIP. 197312032003122001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Dan Kosakata Dalam Iklan Jepang Pada Media Online (Studi Kasus Pada Yahoo.co.jp)**” ini sepenuhnya adalah karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain. Saya juga tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

Nabilana Cardita

NIM. 1505470

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat serta hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “**Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Dan Kosakata Dalam Iklan Jepang Pada Media Online (Studi Kasus Pada Yahoo.co.jp)**” ini.

Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Departemen Pendidikan Bahasa Jepang Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan yang tidak penulis sadari. Karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga menjadi perbaikan yang dapat mengisi kekurangan penelitian ini untuk penelitian kedepannya.

Akhir kata, penulis juga berharap semoga penelitian dan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya, dan para pembaca pada umumnya.

Bandung, Agustus 2019

Penulis,

Nabilana Cardita

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kesehatan, dan kemudahan bagi penelitian dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Dan Kosakata Dalam Iklan Jepang Pada Media Online (Studi Kasus Pada Yahoo.co.jp)”. Dalam proses perencanaan, penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kata-kata yang tidak dapat dibandingkan dengan apa yang telah penulis terima, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Yuyus Yustiana dan Nunung Karyati yang selalu mendoakan, mengingatkan, memberi nasihat, memberi dukungan moriil maupun materil, semangat, dan kasih sayang yang tak terhingga pada penulis. Kakak saya Dianissa Cardita dan adik saya Bellami Kayza Yudita, serta keluarga dan kerabat yang senantiasa memberikan doa dan semangat kepada penulis.
2. Ibu Dr. Susi Widianti, M.Pd., M.A., selaku Ketua Departemen Pendidikan Bahasa Jepang Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Hj. Nuria Haristiani, M.Ed., Ph.D., selaku Sekretaris Departemen Pendidikan Bahasa Jepang Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Drs. H. Sugihartono, M.A. selaku Pembimbing I, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Hj. Melia Dewi J., M. Hum., M.Pd. selaku Pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Noviyanti Aneros, S.S., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan nasihat serta dukungan selama penulis menjalani masa perkuliahan di UPI.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Departemen Pendidikan Bahasa Jepang FPBS UPI yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Atas didikan, ajaran dan nasihat yang telah diberikan pada penulis selama ini.
8. Staf/karyawan TU Departemen Pendidikan Bahasa Jepang FPBS UPI yang selalu membantu penulis dalam penyelesaian administrasi.
9. Rizki Hilmiyawan Abidien selaku kekasih yang selalu menemani, memberikan semangat dan dukungan pada saat pengerjaan skripsi.
10. Elvin Primadhani, Novira Asri Septiani, Rembulan Teja Maulid Wargawinata, Rianti Dwiningrum, Siti Alfiyyah Syifaa, dan Sopi Nur Aini Syaripah selaku teman seperjuangan dari tingkat satu pada masa kuliah dan juga teman dalam mengerjakan skripsi.
11. *Senpai* dan *kouhai* yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
12. Teman-teman kelas A Departemen Pendidikan Bahasa Jepang FPBS UPI angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan dan kesan selama masa perkuliahan.
13. Teman-teman angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan.

Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
要旨	Error! Bookmark not defined.
SINOPSIS	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan dan Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Wacana Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.2 Tujuan Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Manfaat Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Bahasa Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.5 Fungsi Bahasa Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.6 Slogan.....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Gaya Bahasa	Error! Bookmark not defined.
2.7.1 Pengertian Gaya Bahasa	Error! Bookmark not defined.
2.7.2 Jenis-Jenis Gaya Bahasa.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.3 Fungsi Gaya Bahasa	Error! Bookmark not defined.
2.8 Kosakata	Error! Bookmark not defined.
2.8.1 Kosakata dalam Bahasa Jepang.....	Error! Bookmark not defined.
2.8.2 Jenis-jenis Kosakata dalam Bahasa Jepang.....	Error! Bookmark not defined.
2.8.3 <i>Roomaji</i>	Error! Bookmark not defined.
2.9 Definisi Semantik	Error! Bookmark not defined.
2.9.1 Definisi Semantik	Error! Bookmark not defined.

2.9.2 Jenis Makna	Error! Bookmark not defined.
2.10 Penelitian yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Hiperbola	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Metonimia.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Personifikasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Sinekdoke	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Asidenton.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Aliterasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.7 Epizeuksis.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.8 Asonansi	Error! Bookmark not defined.
4.1.9 Penegasan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Penggunaan Gaya Bahasa Pada Iklan Media Online (Yahoo.co.jp)	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Kosakata yang Menonjol Pada Iklan Media Online (Yahoo.co.jp)	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.3 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabulasi dan Klasifikasi Data Merek dan Jenis Iklan Media Online (Yahoo.co.jp)Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.2 Tabel Terjemahan Data Iklan Media OnlineError! Bookmark not defined.

Tabel 4.3 Analisis Gaya Bahasa Pada Iklan Media Online (Yahoo.co.jp)Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.4 Gaya Bahasa dan Kosakata Dalam Iklan Jepang Pada Media Online (Studi Kasus pada Yahoo.co.jp)Error! Bookmark not defined.

ANALISIS PENGGUNAAN GAYA BAHASA DAN KOSAKATA DALAM IKLAN JEPANG PADA MEDIA ONLINE (STUDI KASUS PADA YAHOO.CO.JP)

Nabilana Cardita

1505470

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang gaya bahasa dan kosakata yang menonjol dalam iklan Jepang pada media online di yahoo.co.jp. Dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Jepang dalam berita pesanan sering dijumpai adanya penggunaan gaya bahasa pada penelitiannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan gaya bahasa dan kosakata yang menonjol dalam iklan Jepang di yahoo.co.jp adalah salah satu portal web yang banyak diakses setiap hari sehingga dimanfaatkan juga sebagai iklan barang dan jasa. Persaingan iklan tersebut mendorong kreativitas dan inovasi dalam komunikasi menggunakan kata-kata yang disusun para pengiklan untuk menarik minat para pembaca iklan. Kreativitas dan inovasi kata-kata ini menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan gaya bahasa dan kosakata yang terdapat dalam wacana iklan Jepang pada yahoo.co.jp. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wacana iklan Jepang pada yahoo.co.jp sebanyak 60 data. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ditemukan sebanyak 100 data yang mengandung gaya bahasa meliputi gaya bahasa hiperbola 12 data, metonimia 8 data, personifikasi 4 data, sinekdok 1 data, asidenton 2 data, aliterasi 1 data, epizeuksis 6 data, asonansi 3 data, dan penegasan 63 data. Adapun fungsi gaya bahasa iklan yang terdapat dalam iklan di penelitian ini yaitu fungsi *precipitation* dan fungsi *persuasion*. Dalam analisis ini, diungkap pada jenis kata yang sering digunakan adalah *kango* dan *wago*.

Kata kunci: gaya bahasa, kosakata, iklan

**ANALYSIS OF USE OF FIGURES OF SPEECH AND VOCABULARY IN JAPAN
ADVERTISEMENTS ON ONLINE MEDIA (CASE STUDY ON YAHOO.CO.JP)**

Nabilana Cardita

1505470

ABSTRACT

This research is analyzing figures of speech and prominent vocabulary in Japanese advertisements on online media at yahoo.co.jp. Indonesian and Japanese in message news, there is often a use of figures speech in writing. The purpose of this research is to find out the use of figures speech and prominent vocabulary in Japanese advertisements at yahoo.co.jp because it is web portal that is often accessed every day that it is used also as an advertisement for goods and services. Advertising competition there encourages the creativity and innovation of words that the advertisers make to attract the readers of the advertisement. Creativity and innovation of words attracted the attention of writer to conduct research about figures of speech and prominent vocabulary contained in the Japanese advertising on yahoo.co.jp. The data sources used in this research are 60 Japanese advertisements on yahoo.co.jp. The method of this research is descriptive analysis. Results obtained from this research found 100 data containing figures of speech including hyperbole 12 data, metonymy 8 data, personification 4 data, synecdoche 1 data, asidenton 2 data, alliteration 1 data, epizeuksis 6 data, assonance 3 data, and affirmation 63 data. The function of the style of advertising language contained in the advertisement in this research is the precipitation function and the persuasion function. In this analysis, revealed on the type of words that are often used are kango and wago.

Keywords: figures of speech, vocabulary, advertisement

オンライン・メディアの広告における比喩と語彙の使用の分析 (yahoo.co.jp のケーススタディ)

ナビラナ・チャルディタ

1505470

要旨

本研究は yahoo.co.jp のオンライン・メディアの広告における比喩と顕著な語彙の使用を分析している。インドネシア語と日本語の注文ニュースにおいては、書き込みにおける比喩を使用することが良くある。本研究の目的は yahoo.co.jp のオンライン・メディアの広告における比喩と顕著な語彙の使用を調べる

yahoo.co.jp

は、毎日アクセスされる多くのポータルサイトの一つであるため、商品やサービスの広告としても使用される。そこでの広告の競争は、広告主が広告の読者の注目を引くために作る言葉の創造性と革新を奨励する。言葉の創造性と革新性は、yahoo.

co.jp

の日本の広告における比喩と顕著な語彙についての研究に、筆者の注目を引く。本研究で使用したデータの出典は、yahoo.co.jp

の60の日本の広告である。結果としては yahoo.co.jp

のオンライン・メディアの日本の広告における比喩が100ある。それは、誇張が12、換喩が8つ、擬人法が4つ、喩法が1つ、アシンデトンが2つ、頭韻が1つ、畳語法が6つ、類韻が3つ、反復法が63である。本研究に、広告における比喩の機能は、降水機能と説得機能である。そして、よく使用される語彙は、漢語と和語である。

キーワード：比喩、語彙、広告

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2002). *Copywriting: Seni Mengasuh Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Z., Zulkarnain, & Jumariam. (1992). *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Chaer, Abdul. (2006). *Kajian Bahasa*. Jakarta: Rineka Cipta
- Djajasudarma, T. Fatimah. (1993). *Metode Linguistik*. Bandung: Eresco.
- George E. Belch dan Michael A. Belch. (2001). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspectives, Fifth Edition*. New York: Graw Hill.
- Hastuti, Ph, Sri. dkk. (1993). *Pendidikan Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: UPP IKIP.
- Keraf, Gorys. (2002). *Diksi dan Gaya Bahasa: Komposisi Lanjutan 1*. Jakarta: Gramedia.
- Keraf, Gorys. (2010). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Kridalaksana, Harimurti. (2001). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Press.
- Matsumura, A. (1995). *大辞泉*. Tokyo: 小学館.
- Matsumura, A. (2006). *大辞林 第三版*. Tokyo: 三省堂.
- Mulyana. (2005). *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nazir, Muhammad. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Nurgiyantoro, Burhan. (2007). *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rahmat, Jalaliddin. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Satori, Djam'an. Aan Komariah. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sayuti, Suminto. (2002). *Berkenalan dengan Prosa Fiksi*. Yogyakarta: Gama Media
- Shurter, R. L. (1971). *Written Communication in Business*. New York: McGraw Hill.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Press.
- Sudjianto dan Ahmad Dahidi. (2017). *Pengantar Linguistik Bahasa Jepang*. Bandung: Humaniora.
- Shurter, R. L. (1971). *Written Communication in Business*. New York: McGraw Hill.
- Sutedi, Dedi. (2008). *Dasar-Dasar Linguistik Bahasa Jepang*. Bandung: Humaniora.
- Sutedi, Dedi. (2010). *Penelitian Pendidikan Bahasa Jepang*. Bandung: Humaniora.
- Swastha, Basu. (1984). *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Suyanto. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tarigan, Henry Guntur. (1985). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Widyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Wijaya, Laksmi. (2012). *EYD: Ejaan Yang Disempurnakan, Peribahasa, Majas, Pedoman Umum Pembentukan Istilah, Singkatan dan Akronim*. Depok: Pustaka Makmur.

Zuchdi, Darmiyanti. (1993). *Panduan Penelitian Analisis Konten*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta.

太郎, 島村瀧. (1987). 縮刷新美辭學.大阪 : 早稲田大學 出版部蔵版

[online]

Tersedia:http://members3.jcom.home.ne.jp/balloon_rhetoric/shimamura/shimamura-top.html 02-0804.html. [20 Juni 2019]

松浦, 検事. (1994). 日本語インドネシア語辞典. *Kamus Bahasa Jepang Indonesia*. Kyoto: Kyoto Sangyo University Press

