

GAYA BAHASA DALAM SLOGAN IKLAN MINUMAN DI *YOUTUBE*

Rani Marjana¹, Melia², Mesterianti Hartati³
Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
IKIP PGRI Pontianak
E-mail: ranimarjana12@gmail.com melygautama@gmail.com
mesteriantihartati@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Mendeskripsikan Gaya Bahasa yang terdapat pada slogan iklan minuman di *Youtube*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan bentuk penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa kata, kalimat dan kutipan yang mengandung gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan dan gaya bahasa perulangan yang terdapat pada slogan iklan minuman di *Youtube*. Pada penelitian ini menggunakan teknik studi dokumenter dan teknik simak catat.alat pengumpul data yang digunakan adalah *human instrument* dan kartu pencatat data. Teknik analisis data yang digunakan ialah teknik analisis isi. Adapun dari hasil analisis gaya bahasa yang peneliti temukan, dapat disimpulkan sebagai berikut : gaya bahasa perbandingan yang terdiri dari metafora, personifikasi dan pleonasme. Gaya bahasa pertentangan yaitu hiperbola. Gaya bahasa pertautan yaitu elipsis, erotesis dan sinekdoke. Gaya bahasa perulangan yaitu gaya bahasa asonansi, epistrofa, antanaklasis dan anofora.

Kata Kunci : Stilisika, Gaya Bahasa, Slogan, Iklan, *Youtube*

ABSTRACT

This study aims to describe the style of language contained in the slogan of beverage advertisements on Youtube. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative research form. The data in this study are in the form of words, sentences and quotations containing comparative language style, contradictory language style, linking language style and repetition language style found in beverage advertising slogans on Youtube. This research uses documentary study techniques and note-taking techniques. The data collection tools used are human instruments. The data analysis technique used is content analysis technique. As for the results of the analysis of language styles that researchers found, it can be concluded as follows: comparative language style consisting of metaphor, personification and pleonasm. Contradictory language style is hyperbole. The linking language styles are ellipsis, erotesis and synecdoche. Repetitive language styles are assonance, epistropha, antanaklasis and anophore.

Keywords: Stylistic, Language Style, Advertising, Slogan, *Youtube*