

**RAGAM GAYA BAHASA PERTENTANGAN  
DALAM IKLAN MINUMAN DI *YOUTUBE*: KAJIAN STILISTIKA**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Ika Fatmawati**

**NIM 1610221044**



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

**2021**

**RAGAM GAYA BAHASA PERTENTANGAN  
DALAM IKLAN MINUMAN DI *YOUTUBE*: KAJIAN STILISTIKA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam  
menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

**Oleh**

**Ika Fatmawati**

**NIM 1610221044**

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

**2021**

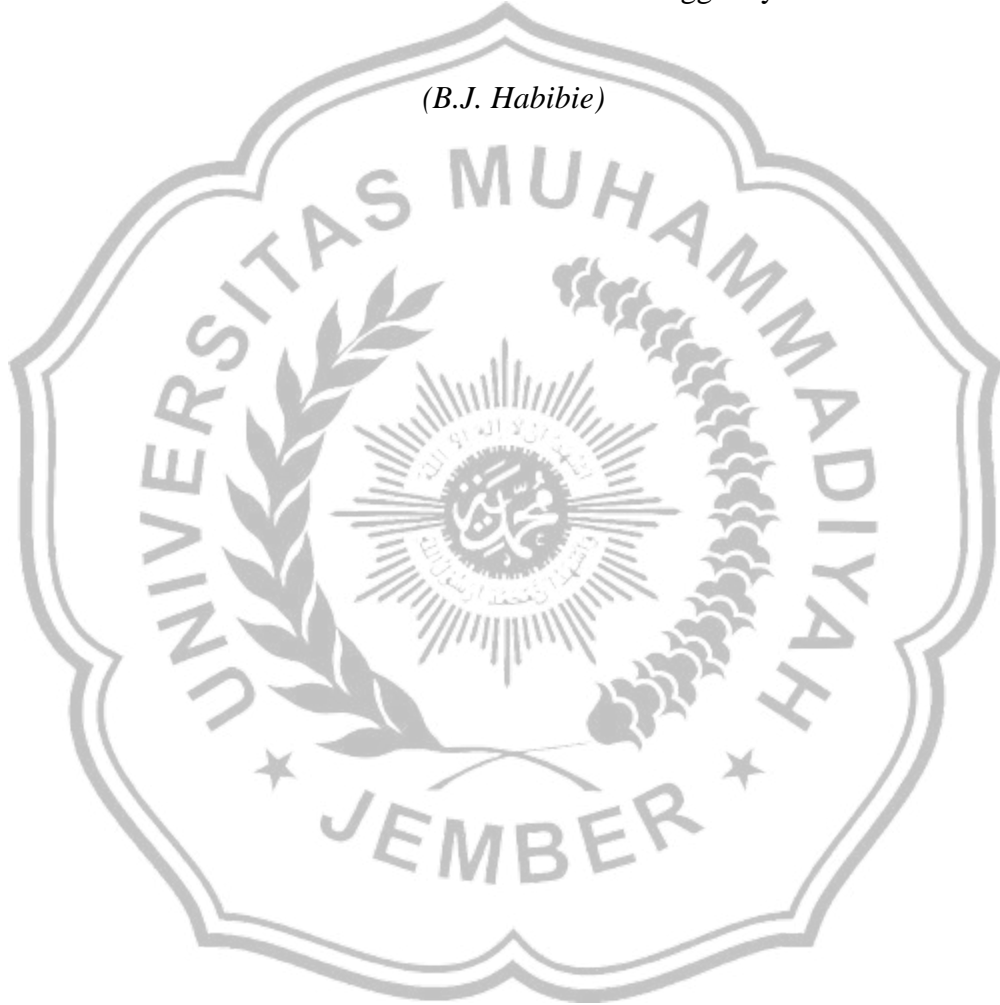
HALAMAN LOGO



## HALAMAN MOTTO

Apabila kamu sudah memutuskan menekuni suatu bidang,  
jadilah orang yang konsisten,  
itu adalah kunci keberhasilan sesungguhnya.

*(B.J. Habibie)*



## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Ika Fatmawati ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji.

Jember, 22 April 2021

Pembimbing I



Yenny Mijianti, M.Pd.  
NPK. 0609452

Pembimbing II




Eka Nova Ali Vardani, M.Pd  
NPK. 1503628

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ika Fatmawati ini telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal Kamis 22 April 2021

Dewan Penguji,

  
Agus Milu Susetyo, M.Pd. Ketua  
NPK. 1503629

  
Yerry Mijianti, M.Pd. Anggota  
NPK. 0609452

  
Eka Nova Ali Vardani, M. Pd. Anggota  
NPK. 1503628

Mengetahui, Dekan

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. Kukuh Munandar, M.Kes  
NIP. 196411141991031003

## PRAKATA

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah. Berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Segala hal yang telah diupayakan semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Skripsi ini berjudul “*Ragam Gaya Bahasa Pertentangan dalam Iklan Minuman di Youtube: Kajian Stilistika*” membahas tentang ragam gaya bahasa pertentangan meliputi Oksimoron, Sarkasme, Inuedo, Hiperbola, Paradoks, Kilmaks, Anti Klimkas, Histeron Proteton, Paronomasia, dan Sinisme. Ragam gaya bahasa pertentangan tersebut ditemukan dalam iklan minuman meliputi Sprite, Bear Brand, Yakult, Lasegar, Pocari Sweat, Coca-cola, Fanta, Hemativon, Extra Joss, KukuBima Ener-G, Nutrisari, Minute Maid Pulpy Orange dan Tehbotol Sosro. Dengan memuat bab I sampai bab VI. Bab I berisi pendahuluan, bab II berisi kajian pustaka, bab III berisi metode penelitian, bab IV berisi hasil penelitian, bab V berisi pembahasan, dan bab VI berisi simpulan dan saran.

Atas kekurangan yang terjadi pada penulisan skripsi ini, penulis menerima kritik dan saran dalam rangka penyempurnaan skripsi ini. Semoga bisa menjadi bahan koreksi bersama untuk perbaikan selanjutnya.

Jember, 12 Maret 2021

Penulis

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengungkapkan syukur ke Hadirat Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini. Demikian juga penulis mengungkapkan terima kasih, atas segala upaya, bimbingan, dan arahan dari semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Kukuh Munandar, M.Kes., Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Agus Milu Susetyo, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Yerry Mijianti, M.Pd dan Eka Nova Ali Vardani, M. Pd., selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Semua dosen Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Seluruh staf pengajaran dan karyawan FKIP Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu disampaikan terima kasih atas semua bantuan dan bimbingannya.

Jember, 12 Maret 2021



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dengan hormat dipersembahkan kepada:

1. Bapak Ishaq Hariyadi dan Ibu Jasmani Dwi Ariyanti, selaku orangtua yang telah memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, dan segala hal dalam proses mendidik penulis dari kecil hingga dewasa ini.
2. Edo Wardo, selaku adik yang selalu memberikan semangat secara tidak langsung dan selalu menemani penulis dalam menjalani kehidupan selama di rumah.
3. Semua guru yang telah mendidik penulis yang terdiri dari guru TK, SD, SMP, SMA, dan dosen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Teman-teman yang memberi banyak inspirasi dan pelajaran hidup.
5. Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Jember.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
UNGKAPAN TERIMAKASIH.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Asumsi Penelitian.....	10
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Definisi Istilah.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Stilistika.....	14
2.2 Gaya Bahasa.....	15
2.2.1 Definisi Gaya Bahasa.....	15
2.2.2 Jenis Gaya Bahasa.....	16
2.3 Iklan.....	35
2.3.1 Definisi Iklan.....	35
2.3.2 Tujuan Iklan.....	36
2.3.3 Jenis Iklan.....	37
2.3.4 Bahasa Iklan.....	37
2.4 Iklan Internet.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Data Penelitian.....	41
3.3 Sumber Data.....	41
3.4 Waktu Penelitian.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Instrumen Pengumpulan Data.....	44
3.7 Teknik Penganalisisan Data.....	46
3.7.1 Penyediaan Data.....	46
3.7.2 Analisis Data.....	47
3.7.3 Penyajian Hasil Analisis Data.....	48
3.8 Teknik Pengujian Kesahihan Data.....	48

## **BAB IV PAPARAN DATA**

4.1 Gaya Bahasa Pertentangan dalam Iklan Minuman di <i>Youtube</i> .....	49
4.1.1 Oksimoron.....	49
4.1.2 Paranomasia .....	55
4.1.3 Inuendo.....	57
4.1.4 Paradoks .....	58
4.1.5 Klimaks .....	59
4.1.6 Antiklimaks.....	61
4.1.7 Histeron Proteron .....	63
4.1.8 Sinisme.....	64
4.1.9 Sarkasme .....	65
4.1.10 Hiperbola .....	66

## **BAB V PEMBAHASAN**

5.1 Bentuk Gaya Bahasa Pertentangan dalam Iklan Minuman di <i>Youtube</i> .....	68
5.1.1 Oksimoron .....	70
5.1.2 Paranomasia.....	78
5.1.3 Inuendo .....	81
5.1.4 Paradoks.....	84
5.1.5 Klimaks.....	85
5.1.6 Antiklimaks .....	87
5.1.7 Histeron Proteron.....	89
5.1.8 Sinisme .....	90
5.1.9 Sarkasme.....	92
5.1.10 Hiperbola .....	93

## **BAB VI PENUTUP**

6.1 Simpulan.....	95
6.2 Saran .....	96

<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>98</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>
----------------------	------------

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Alokasi Waktu Penelitian.....	42
3.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pernyataan Keaslian Tulisan .....	101
2. Riwayat Hidup .....	102
3. Matriks Penelitian .....	103
4. Data Video Iklan .....	104
5. Korpus Data .....	105

