

## ABSTRAK

Fatmawati, Ika. 2021. *Ragam Gaya Bahasa Pertentangan dalam Iklan Minuman di Youtube: Kajian Stilistika*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: (1) Yerry Mijianti, S.S., M.Pd., (2) Eka Nova Ali Vardani, M.Pd.

**Kata kunci:** gaya bahasa, pertentangan, *youtube*, penanda langsung

Iklan minuman dalam media *youtube* memiliki keunikan tersendiri dalam menerapkan berbagai bentuk kebahasaan, bentuk tersebut merepresentasikan sebuah ciri khas dari setiap produk yang diiklankan. Penerapan gaya bahasa pada iklan minuman ini bertujuan untuk menawarkan dan menarik perhatian pembaca atau penonton. Salah satu bentuk keunikan gaya bahasa yang digunakan dalam iklan minuman adalah gaya bahasa pertentangan. Gaya bahasa pertentangan pada dasarnya memiliki bentuk perlawanan yang terjadi dalam suatu pernyataan.

Penggunaan gaya bahasa iklan dengan jenis pertentangan ini menjadikan keunikan tersendiri, bahwa dibalik bentuk-bentuk pertentangan ada modus ajakan. Permasalahan yang muncul berdasarkan latar belakang di atas adalah bagaimana bentuk gaya bahasa pertentangan yang terdapat dalam iklan minuman di *youtube*. Penelitian ini memfokuskan pada gaya bahasa pertentangan yang berupa: oksimoron, paranomasia, inuendo, paradoks, klimaks, antiklimaks, histeron proteron, sinisme, sarkasme, dan hiperbola.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa kalimat yang terdapat bentuk gaya bahasa pertentangan. Sumber data yang digunakan adalah *youtube channel*. Penelitian ini dilakukan selama lima bulan dengan alokasi waktu pra-penelitian, penelitian, dan pasca-penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dan catat dengan bentuk instrumen peneliti sendiri dan tabel instrumen pengumpulan data. Teknik analisis yang digunakan bermula dari analisis kebahasaan pada jenis padan intralingual. Teknik lanjutan yang digunakan adalah Hubung Banding Membedakan (HBB). Teknik lanjutan ini diterapkan didasarkan pada proses analisis dalam penelitian ini adalah mencari bentuk gaya bahasa jenis pertentangan yang isinya membedakan antara kata satu dengan kata lain dalam satu kalimat. Teknik pengujian kesahihan data menggunakan uji kredibilitas data pada jenis perpanjangan pengamatan.

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan, secara umum gaya bahasa pertentangan dalam iklan minuman di *youtube channel* diwujudkan dengan bentuk yang berbeda-beda. Perbedaan ini dibedakan berdasarkan sepuluh jenis gaya bahasa pertentangan yang meliputi: oksimoron, paranomasia, inuendo, paradoks, klimaks, antiklimaks, histeron proteron, sinisme, sarkasme, dan hiperbola. Secara keseluruhan, sepuluh gaya bahasa yang ditemukan dalam iklan minuman memiliki ciri spesifik yaitu adanya penanda langsung dan adanya maksud tersirat yang direpresentasikan dengan bentuk pertentangan sindiran.

Berdasarkan hasil paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa pertentangan yang terdapat dalam iklan minuman di *youtube channel* memiliki dua ciri yaitu adanya penanda langsung dan adanya maksud tersirat yang diwujudkan dalam bentuk kalimat pertentangan disertai maksud sindiran.