

## Gaya Bahasa pada Slogan Iklan e-commerce bol.com di Kanal YouTube Edisi Natal = Figurative Language in Slogans of bol.com e-commerce Advertisements on YouTube Channel in Christmas Edition

Siti Nurbayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524797&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai gaya bahasa yang terdapat dalam delapan slogan iklan e-commerce bol.com di kanal YouTube edisi Natal. Bol.com merupakan e-commerce yang dimulai pada 1999 sebagai toko buku daring namun karena slogan yang berhasil dibentuk dan akhirnya melekat, bol.com mulai dikenal sebagai e-commerce di Belanda dan Belgia. Melalui iklan yang persuasif, bol.com memiliki omset penjualan yang tinggi melalui iklan. Gaya bahasa di dalam slogan iklan bol.com dapat mempengaruhi tingkat penjualan barang yang diiklankan. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian analisis-deskriptif dengan menganalisis gaya bahasa serta unsur persuasif yang terdapat di dalam delapan slogan iklan bol.com edisi natal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya 10 gaya bahasa yang muncul dari delapan slogan iklan e-commerce bol.com, gaya bahasa yang paling sering muncul adalah repetisi. Gaya bahasa seperti personifikasi, metafora, anafora, repetisi, ellipsis, antithese, totum pro parte, dan inversie juga menyampaikan pesan produsen dengan cara yang tidak biasa. Dengan adanya variasi gaya bahasa pada slogan iklan bol.com yang disampaikan secara persuasif membuat penonton merasa terlibat sehingga membeli produk yang diiklankan.

.....This study discusses the figurative language contained in eight slogans of bol.com e-commerce advertisements on the Christmas edition of the YouTube channel. Bol.com is an e-commerce that started in 1999 as an online bookstore but because of the slogan that was successfully formed and finally stuck, bol.com began to be known as an e-commerce in the Netherlands and Belgium. Through persuasive advertising, bol.com has a high sales turnover through advertising. The figurative language in bol.com's advertising slogans can affect the level of sales of the advertised goods. This study uses descriptive-analytical research method by analysing the language style and persuasive elements contained in eight bol.com advertising slogans in the Christmas edition. The results of this study show that there are 10 figurative language that appear in the eight slogans of bol.com e-commerce advertisements, the most frequent language style is repetition. Styles such as personification, metaphor, anaphora, repetition, ellipsis, antithesis, totum pro parte, and inversion also convey the producer's message in an unusual way. With the variety of figurative language in bol.com advertising slogans delivered persuasively, the audience feels involved so that they buy the advertised product.