

Fungsi ekspresif bahasa tajuk iklan

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=20155813&lokasi=lokal>

Abstrak

Bahasa Iklan merupakan hal yang menarik untuk dibahas. Ini patut dipelajari, tidak saja melingkupi kehidupan kita sehari-hari, tetapi juga dapat dilihat sebagai pengantar penulisan yang bersifat persuasif. Penelaahan bahasa iklan dapat menambah studi tentang bahasa dalam konteks yang lebih luas. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk membahas bahasa iklan dari sudut fungsi bahasa dalam komunikasi. Setiap kehidupan manusia tidak terlepas dari komunikasi. Komunikasi dalam hal ini yaitu penyampaian amanat dari pemberi komunikasi kepada penerima komunikasi. Bahasa iklan sebagai salah satu sarana komunikasi yang menghubungkan produsen ke konsumen. Roman Jakobson menyebutkan ada enam fungsi bahasa dalam komunikasi, yaitu (1) Fungsi referensial, (2) Fungsi emotif, (3) Fungsi konatif, (4) Fungsi fatik, (5) Fungsi metalinguistik, dan (6) Fungsi puitik. Dari keenam fungsi bahasa yang dikemukakan oleh Roman Jakobson, kelima fungsi bahasa berhubungan erat dengan makna konotatif, sedangkan satu fungsi lagi mengandung makna denotatif. Kelima fungsi tersebut yakni fungsi konatif, menimbulkan konotasi konatif, fungsi emotif menimbulkan konotasi emotif, fungsi fatik menimbulkan konotasi fatik, fungsi metalinguistik menimbulkan konotasi metalinguistik, dan fungsi puitik menimbulkan konotasi publik. Kelima fungsi tersebut bersama-sama menyebabkan timbulnya makna ekspresif bahasa iklan. Data yang digunakan adalah bahasa iklan media cetak, yakni tajuk iklan yang memiliki sifat dan fungsi yang khas. Sampel penelitian berjumlah sembilan puluh delapan, dengan menggunakan teknik interval (teknik slang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari data yang terkumpul, bahasa iklan sebagian besar mempunyai fungsi konatif, perwujudan kebahasaan terbanyak pada bentuk perbandingan. Perbandingan di sini dapat berupa kesamaan sifat, perbandingan tingkat lebih, ataupun perbandingan tingkat superlatif. Fungsi konatif yang menimbulkan konotasi konatif paling nyata dalam bentuk kalimat perintah, dengan penggunaan partikel-lah, serta kata-kata perintah seperti : berikan, atasi, dan biarkan.