

ANALISIS GAYA BAHASA DALAM SLOGAN IKLAN KOSMETIK BERBAHASA JEPANG

Putri Amelia¹, Prof. Dr. Dra. Diana Kartika¹, Syahrial, S.S, M.Hum¹

¹Mahasiswa Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta
E-mail: putriamelia017@gmail.com

²Dosen Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

³Dosen Prodi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

ABSTRAK

Dalam berkomunikasi, manusia sebagai makhluk sosial dapat menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi, baik dari komunikasi verbal maupun non verbal. Untuk menggapai sesuatu keinginan, pemikiran, serta hasrat maka digunakan bahasa sebagai media untuk mencapai tujuan tersebut (Sutedi Dedi, 2004 : 2). Salah satu contohnya yaitu pemakaian bahasa dalam slogan iklan.

Bahasa iklan yang terdapat di dalam slogan inilah yang harus diperhatikan agar menimbulkan makna yang baik untuk pembaca. Hal ini dapat ditimbulkan melalui gaya bahasa agar dapat menciptakan kesan atau citra produk dimata konsumen. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan atau menjelaskan jbaran macam-macam, serta bentuk penggunaan gaya bahasa yang ditemukan pada slogan produk kosmetik majalah berbahasa Jepang.

Sumber data utama yaitu slogan iklan majalah kosmetik *Maquia Edisi April 2019*. Objek penelitian ini adalah gaya bahasa retorik dan gaya bahasa kiasan yang terdapat pada slogan iklan majalah kosmetik *Maquia Edisi April 2019*. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif, kemudian melalui metode penelitian ini, maka akan menghasilkan data yang berupa deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik simak dan teknik catat.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa di dalam slogan iklan majalah *Maquia Edisi April 2019*, terdapat (1) enam kategori gaya bahasa retorik pada 11 data yang terdiri dari 1 gaya bahasa aliterasi, 2 gaya bahasa asindeton, 2 gaya bahasa polisindeton, 2 gaya bahasa perifrasis, 3 gaya bahasa hiperbol, dan 1 gaya bahasa paradoks (2) enam kategori gaya bahasa kiasan pada 11 data yang terdiri dari 1 gaya bahasa persamaan atau simile, 4 gaya bahasa personifikasi, 2 gaya bahasa sinekdoke, 3 gaya bahasa metonimia, dan 1 gaya bahasa ironi, sinisme, dan sarkasme.

Kata kunci: Gaya Bahasa, Slogan Iklan, Bahasa Jepang