

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Gaya Bahasa dalam Iklan Sirup Marjan Edisi Ramadan Tahun 2024–2026 sebagai Alternatif Bahan Ajar Teks Iklan di SMP Kelas VIII” ini ditulis oleh Shofi Zahroh Firdausi, NIM : 1860210221002, dengan pembimbing Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Kata Kunci: Gaya Bahasa, Iklan Sirup Marjan, Bahan Ajar.

Iklan merupakan salah satu media komunikasi persuasif yang memanfaatkan bahasa sebagai sarana utama untuk menarik perhatian audiens. Penggunaan gaya bahasa dalam iklan tidak hanya berfungsi memperindah penyampaian pesan, tetapi juga memperkuat daya tarik dan efektivitas komunikasi yang dibangun. Iklan Sirup Marjan edisi Ramadan tahun 2024–2026 dipilih sebagai objek penelitian karena menampilkan berbagai bentuk gaya bahasa yang dikemas dalam alur cerita menarik serta visual yang kreatif. Selain itu, materi iklan memiliki keterkaitan dengan pembelajaran teks iklan di SMP sehingga berpotensi dimanfaatkan sebagai alternatif bahan ajar yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan media saat ini.

Penelitian ini berfokus pada identifikasi bentuk-bentuk gaya bahasa yang digunakan dalam iklan Sirup Marjan edisi Ramadan tahun 2024–2026 serta pemanfaatannya sebagai alternatif bahan ajar teks iklan di SMP kelas VIII. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data berupa tayangan iklan Sirup Marjan edisi Ramadan tahun 2024–2026 yang berjumlah 6 video. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan wawancara. Instrumen penelitian meliputi peneliti sebagai instrumen utama, kartu data, pedoman analisis gaya bahasa, dan pedoman wawancara. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian menemukan empat kelompok gaya bahasa yang digunakan dalam iklan Sirup Marjan edisi Ramadan tahun 2024–2026, yaitu gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, dan perulangan. Bentuk gaya bahasa yang ditemukan meliputi metafora, personifikasi, alegori, hiperbola, paradoks, klimaks, alusi, epitet, antonomasia, asonansi, epistrofa, dan anadiplosis dengan total temuan data sejumlah 52 data. Keberagaman gaya bahasa tersebut menunjukkan bahwa iklan Sirup Marjan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran yang mendukung pemahaman peserta didik terhadap penggunaan bahasa yang kreatif, persuasif, dan komunikatif. Dengan demikian, iklan Sirup Marjan edisi Ramadan tahun 2024–2026 layak dijadikan sebagai alternatif bahan ajar teks iklan di SMP kelas VIII.

ABSTRACT

The thesis entitled “An Analysis of Language Styles in Marjan Syrup Ramadan Edition Advertisements of 2024–2026 as an Alternative Teaching Material for Advertisement Texts in Eighth Grade Junior High School” written by Shofi Zahroh Firdausi, Student Identification Number: 1860210221002, under the supervision of Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd..

Keywords: Language Style, Marjan Syrup Advertisement, Teaching Material.

Advertising is one of the persuasive communication media that utilizes language as the primary means of attracting audience attention. The use of language styles in advertisements not only serves to enhance the delivery of messages but also strengthens the attractiveness and effectiveness of communication. The Marjan Syrup Ramadan Edition advertisements of 2024–2026 were selected as the object of this study because they present various forms of language styles through engaging storylines and creative visual elements. In addition, the advertisement content is closely related to the teaching of advertisement texts in junior high schools, making it a potential alternative teaching material that is contextual and relevant to current media developments.

This study focuses on identifying the forms of language styles used in the Marjan Syrup Ramadan Edition advertisements of 2024–2026 and examining their relevance as alternative teaching materials for advertisement texts in the eighth grade of junior high school. The study employed a qualitative approach with a descriptive research design. The data source consisted of the Marjan Syrup Ramadan Edition advertisements of 2024–2026. Data were collected through documentation and interviews. The research instruments included the researcher as the primary instrument, data cards, language style analysis guidelines, and interview guidelines. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing.

The findings revealed four categories of language styles used in the Marjan Syrup Ramadan Edition advertisements of 2024–2026, namely comparison, contradiction, association, and repetition styles. The identified language styles included metaphor, personification, allegory, hyperbole, paradox, climax, allusion, epithet, antonomasia, assonance, epistrophe, and anadiplosis. The diversity of these language styles indicates that Marjan Syrup advertisements function not only as promotional media but also as learning resources that support students’ understanding of creative, persuasive, and communicative language use. Therefore, the Marjan Syrup Ramadan Edition advertisements of 2024–2026 are considered suitable as alternative teaching materials for advertisement texts in the eighth grade of junior high school.

الملخص

البحث العلمي بعنوان "تحليل الأساليب اللغوية في إعلانات شراب مارجان الخاصة برمضان للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥-٢٠٢٦ بوصفها مادة تعليمية بديلة لتعليم النصوص الإعلانية لدى طلاب الصف الثامن بالمدرسة المتوسطة"، الذي كتبه صفى زهرة الفردوسي، رقم القيد: ١٨٦٠٢١٠٢٢١٠٠٢، قسم تعليم اللغة الإندونيسية، كلية التربية والعلوم التعليمية، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج، تحت إشراف ليليس أنيفة زلفى، الماجستير في التربية.

الكلمات المفتاحية: الأساليب اللغوية، إعلانات شراب مارجان، المواد التعليمية.

تُعَدُّ الإعلانات إحدى وسائل الاتصال الإقناعي التي تعتمد على اللغة وسيلةً أساسيةً لجذب انتباه الجمهور. ولا يقتصر استخدام الأساليب اللغوية في الإعلانات على تحميل عرض الرسالة فحسب، بل يسهم أيضاً في تعزيز جاذبية الاتصال وفاعليته. وقد اختيرت إعلانات شراب مارجان الخاصة بشهر رمضان للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥-٢٠٢٦ موضوعاً لهذا البحث؛ لما تضمنه من أساليب لغوية متنوعة قُدِّمت في إطار قصص مشوقة وعناصر بصرية إبداعية. كما أن محتوى هذه الإعلانات يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتعليم النصوص الإعلانية في المرحلة المتوسطة، مما يجعلها مادةً تعليميةً بديلةً تتسم بالواقعية وتواكب تطورات وسائل الإعلام المعاصرة.

يركز هذا البحث على تحديد أشكال الأساليب اللغوية المستخدمة في إعلانات شراب مارجان الخاصة برمضان للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥-٢٠٢٦، وبيان مدى ملاءمتها بوصفها مادةً تعليميةً بديلةً لتعليم النصوص الإعلانية لدى طلاب الصف الثامن بالمدرسة المتوسطة. واعتمد البحث المنهج الكيفي من نوع البحث الوصفي. وتمثلت مصادر البيانات في إعلانات شراب مارجان الخاصة برمضان للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥-٢٠٢٦. وجمعت البيانات باستخدام أسلوبي التوثيق والمقابلة. أما أدوات البحث فشملت الباحثة بوصفها الأداة الرئيسة، وبطاقات البيانات، ودليل تحليل الأساليب اللغوية، ودليل المقابلة. وحُللت البيانات من خلال مراحل تقليص البيانات، وعرضها، واستخلاص النتائج.

وأظهرت نتائج البحث وجود أربع فئات من الأساليب اللغوية في إعلانات شراب مارجان الخاصة برمضان للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥-٢٠٢٦، وهي أساليب المقارنة، وأساليب التضاد، وأساليب التلازم، وأساليب التكرار. وتمثلت الأساليب اللغوية المكتشفة في الاستعارة، والتشخيص، والتمثيل الرمزي، والمبالغة، والمفارقة، والتدرج، والتلميح، والوصف الكاشف، والكنية الاسمية، والجناس الصوتي، والتكرار الختامي، وردَّ العجز على الصدر. وتدل هذه التنوعات الأسلوبية على أن إعلانات

شراب مارجان لا تؤدي وظيفة ترويجية فحسب، بل يمكن الاستفادة منها مصدرًا تعليميًا يسهم في تنمية فهم الطلاب لاستخدام اللغة الإبداعية والإقناعية والتواصلية. وبناءً على ذلك، تُعدُّ إعلانات شراب مارجان الخاصة برمضان للأعوام ٢٠٢٤-٢٠٢٥-٢٠٢٦ صالحةً لأن تكون مادةً تعليميةً بديلةً لتعليم النصوص الإعلانية لدى طلاب الصف الثامن بالمدرسة المتوسطة.