

ABSTRAK

Chaeriyah, Umi. 2010. *Makna dan Fungsi Bahasa Reklame Iklan Layanan Masyarakat Berbahasa Jawa*. Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Jawa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I : Nur Fateah, S. Pd., M. A. Pembimbing II : Eka Yuli Astuti, S. Pd., M. A.

Kata kunci: reklame, iklan layanan masyarakat, makna, dan fungsi bahasa.

Bahasa merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia. Hal ini karena bahasa merupakan ciri pembeda antara manusia dengan makhluk hidup lainnya. Selain itu, dengan bahasa manusia dapat berkomunikasi. Iklan termasuk salah satu bentuk komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Iklan yang berisi informasi atau himbuan biasa dikenal dengan iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat dapat disampaikan dengan media reklame. Reklame bersifat mengajak masyarakat untuk mengikuti isi reklame tersebut, sehingga bahasa dalam reklame iklan layanan masyarakat harus menarik, indah dan mudah dipahami.

Reklame iklan layanan masyarakat berbahasa Jawa memiliki keunikan tersendiri dari segi pemilihan kata. Hal ini dikarenakan kata-kata dalam bahasa Jawa tidak hanya sarat dengan makna, tetapi juga memiliki fungsi yang kompleks. Makna dan fungsi inilah yang akan dikaji dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang akan diutarakan dalam penelitian ini meliputi (1) Apa saja makna bahasa reklame iklan layanan masyarakat berbahasa Jawa? (2) Apa saja fungsi bahasa reklame iklan layanan masyarakat berbahasa Jawa?

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiolinguistik sebagai pendekatan teoretis dan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai pendekatan metodologisnya. Data penelitian yaitu tuturan dalam bahasa verbal tulis berupa kata, frase, klausa, atau kalimat yang bersumber dari reklame iklan layanan masyarakat berbahasa Jawa. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi melalui dokumentasi foto dan pencatatan pada kartu data. Analisis data menggunakan metode padan subjenis referen. Metode informal digunakan sebagai metode penyajian hasil analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makna bahasa reklame iklan layanan masyarakat berbahasa Jawa berupa (1) makna nonreferensial, (2) makna konotatif, (3) makna istilah, (4) makna asosiatif yang meliputi (a) makna stilistika, (b) makna afektif, dan (5) makna idesional. Fungsi bahasa reklame iklan layanan masyarakat berbahasa Jawa meliputi (1) fungsi emotif (ekspresif), (2) fungsi konatif (direktif/persuasif), (3) fungsi puitik, dan (4) fungsi kontekstual (situasional).

Berdasarkan temuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan kajian yang berbeda. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat iklan agar menggunakan bahasa Jawa yang baik dan benar, serta mampu mempersuasi masyarakat ke arah yang positif.