

ABSTRAK

Adha Ritonga. NIM 2113210001. Analisis Gaya Bahasa pada Iklan Shampo di Media Televisi. Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Medan, 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan gaya bahasa dan gaya bahasa yang paling dominan pada iklan shampo di media televisi. Penulis memilih iklan shampo karena shampo merupakan salah satu produk pembersih yang digunakan sehari-hari untuk membersihkan rambut. Sehingga produk shampo sering digunakan. Penulis memilih media televisi karena iklan di media televisi lebih menarik dari segi audio dan visual serta banyak ditonton oleh masyarakat. Kalangan penontonnya pun sangat bervariasi, mulai dari tua sampai yang muda dari yang tinggal di desa hingga di kota. Manfaat dari penelitian ini memberikan sumbangan terhadap kajian gaya bahasa khususnya mengenai analisis gaya bahasa pada iklan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode rekam, simak, catat. Penulis mengumpulkan iklan shampo di media televisi kemudian dianalisis gaya bahasanya. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa terdapat 4 jenis majas yang digunakan dalam iklan shampo tersebut, yaitu: Personifikasi 5 (14%), Anafora 10 (28 %), Aliterasi 20 (57%), Hiperbola 30 (46%) Dapat disimpulkan bahwa iklan shampo di televisi pada umumnya banyak menggunakan gaya bahasa Hiperbola, yang merupakan gaya bahasa yang mengandung pernyataan berlebih-lebihan dari kenyataan. Serta tanggapan masyarakat tentang iklan shampo yang sangat membujuk dan menarik masyarakat untuk membeli produk tersebut.

Kata kunci: *Gaya bahasa, iklan shampo.*

