

ABSTRAK

Types and Functions of Figurative Language Found in the Advertisements of *Kompas* Newspaper

Oleh: Dila Andari/ 2011

Bahasa yang digunakan didalam iklan harus mampu menarik perhatian para pembacanya. Untuk itu, para pembuat iklan banyak menggunakan majas didalam iklan. Majas sendiri merupakan serangkaian kata, frase atau klausa yang memiliki makna diluar makna harafiah. Rangkaian kata, frase atau klausa ini harus diinterpretasikan dengan cara mengimajinasikannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tipe-tipe majas apa saja yang digunakan didalam iklan. Selain itu penelitian ini juga berdujuan untuk mengetahui fungsi komunikasi yang terdapat didalam iklan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dalam bentuk tertulis dan juga lisan, serta menggambarkan dan mengolah data berdasarkan situasi, dokumen, transkrip atau bahkan rekaman yang diambil dari lapangan. Penelitian ini difokuskan pada iklan komersial yang terdapat pada koran harian *Kompas*. Dalam penelitian ini yang menjadi data adalah elemen-elemen iklan yang menggunakan majas. Data-data itu kemudian dianalisis untuk mengetahui tipe dan fungsi komunikasinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan banyak menggunakan majas. Didalam satu iklan bisa terdapat lebih dari satu ekspresi yang menggunakan majas. Tipe-tipe majas yang paling sering digunakan adalah *parallelism*, *rhetorical question* dan *anaphora*. Selain itu, majas-majas ini juga berfungsi untuk mencapai tujuan dari iklan; yaitu untuk memberi informasi mengenai produk, membujuk konsumen dan menarik perhatian konsumen.