

**MAJAS HIPERBOLA PADA IKLAN PRODUK PENUNJANG
KESEHATAN SELAMA PANDEMI COVID-19 DI TELEVISI
(TINJAUAN SEMANTIK)**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Nelin Novalin

1210617034

Skripsi ini Disusun dan Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Sastra

PROGRAM STUDI SASTRA INDONESIA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nelin Novalin
No. Registrasi : 1210617034
Program Studi : Sastra Indonesia
Fakultas : Bahasa dan Seni
Judul Skripsi : Majas Hiperbola pada Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi (Tinjauan Semantik)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta.

Dewan Penguji

Pembimbing I



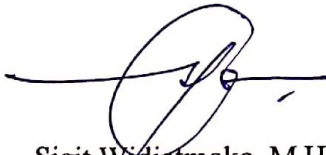
Drs. Krisanjaya, M.Hum.
NIP. 19680713 199203 1 001

Pembimbing II



Dr. Asep Supriyana, S.S., M.Pd.
NIP. 19691009 199802 1 001

Penguji Ahli Materi



Sigit Widiatmoko, M.Hum.
NIP. 198904062019031013

Penguji Ahli Metodologi



Aulia Rahmawati, M.Hum.
NIP. 19800914 200801 2 013

Ketua Penguji



Dr. Asep Supriyana, S.S., M.Pd.
NIP. 19691009 199802 1 001

Jakarta, 29 Agustus 2022
Dekan Fakultas Bahasa dan Seni



Dr. Liliana Mulhastuti, M.Pd.
NIP. 196805291992032001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nelin Novalin

NIM : 1210617034

Program Studi : Sastra Indonesia

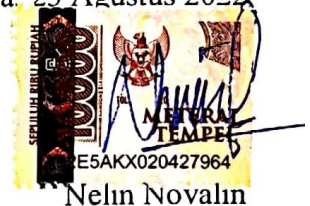
Fakultas : Bahasa dan Seni

Judul Skripsi : Majas Hiperbola pada Iklan Produk Penunjang Kesehatan
Selama Pandemi Covid-19 di Televisi (Tinjauan Semantik)

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali sebagian bahan acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila ternyata terbukti bahwa ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 23 Agustus 2022,



Nelin Novalin

NIM. 1210617034



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nelin Novalin
NIM : 1210617034
Fakultas/Prodi : Bahasa dan Seni/Sastra Indonesia
Alamat email : nelinnvln@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

MAJAS HIPERBOLA PADA IKLAN PRODUK PENUNJANG KESEHATAN
SELAMA PANDEMI COVID-19 DI TELEVISI (TINJAUAN SEMANTIK)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2022

Penulis

Nelin Novalin

ABSTRAK

Nelin Novalin. 2022. *Majas Hiperbola pada Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi (Tinjauan Semantik)*. Skripsi. Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan majas hiperbola pada iklan produk penunjang kesehatan selama pandemi Covid-19 di televisi dengan menggunakan tinjauan semantik. Data diperoleh dari narasi iklan produk penunjang kesehatan selama pandemi Covid-19 yang tayang di televisi edisi Maret 2020 hingga April 2022. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode pengamatan dan teknik catat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) ditemukannya jenis majas hiperbola yang terdiri dari 10 hiperbola numerik, 4 hiperbola kelas kata: nomina, 5 hiperbola kelas kata: adjektifa, 1 hiperbola simile, 4 hiperbola metafora, 4 hiperbola komparatif dan superlatif, 2 hiperbola perulangan, dan 2 hiperbola keseluruhan kalimat. (2) jenis makna yang terkandung dalam narasi iklan produk penunjang kesehatan selama pandemi Covid-19 di televisi.

Kata Kunci: *majas hiperbola; iklan di televisi; produk penunjang kesehatan; semantik.*

ABSTRACT

Nelin Novalin. 2022. *Hyperbole on Health Support Product Advertisement During the Covid-19 Pandemic on Television (Semantics Studies)*. Undergraduate Thesis. Indonesian Literature Study Program, Faculty of Language and Art, State University of Jakarta.

This study aims to determine the hyperbole on health support product advertisement during the Covid-19 pandemic on television by using a semantics studies. Data obtained from the narrative of health support product advertisement that aired on television from March 2020 to April 2022. The research method is descriptive qualitative. Data collection techniques were carried out using observation methods and note-taking techniques. The result of this study indicate that (1) the discovery of the type of hyperbole which consist of 10 numerical hyperbole, 4 words of hyperbolic nature: nouns, 5 words of hyperbolic nature: adjectives, 1 simile, 4 metaphor, 4 comparative and superlative degrees, 2 emphatic genitive, and 2 whole sentences. (2) the type of meaning contained in the narrative of health support product advertisement during the Covid-19 pandemic on television.

Keywords: *hyperbole; advertisement on television; health support product; semantics.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Majas Hiperbola pada Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi (Tinjauan Semantik)” ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka mencapai gelar sarjana di program studi S1 Sastra Indonesia Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah melalui perjalanan yang memberikan pelajaran serta pengalaman baru. Banyak pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta, Bapak Sokhani dan Ibu Mar yang selalu memberikan dukungan sepenuhnya dalam berbagai bentuk demi kebaikan penulis. Penyelesaian skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak lain. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Erfi Firmansyah, S.Pd., M.A. selaku Koordinator Program Studi Sastra Indonesia Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Drs. Krisanjaya, M. Hum. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu serta meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Asep Supriyana, S.S., M.Pd. selaku Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan serta bimbingannya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Sigit Widiatmoko, M.Hum. selaku Dosen Penguji Ahli Materi dan Ibu Aulia Rahmawati, M.Hum. selaku Dosen Penguji Ahli Metodologi yang telah memberikan saran positif dalam perbaikan skripsi ini.
5. Para Dosen Program Studi Sastra Indonesia Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman sepanjang perkuliahan. Semoga ilmu tersebut dapat penulis manfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk fase berikutnya.
6. Teman-teman seperjuangan yang telah mengukir cerita bersama di kampus tercinta, Universitas Negeri Jakarta. Terima kasih atas kebersamaan, suka duka, canda tawa yang telah menghiasi hari-hari penulis. Semoga tali silaturahmi ini tetap terjalin seterusnya.
7. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, sumbangan kritik ataupun saran akan diterima demi perbaikan dan pengembangan penelitian ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 23 Agustus 2022



Nelin Novalin
NIM. 1210617034

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus dan Subfokus Penelitian.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
2.1 Deskripsi Teori	7
2.1.1 Hakikat Majas Hiperbola	7
2.1.1.1 Pengertian Majas Hiperbola	7
2.1.1.2 Ciri-ciri Majas Hiperbola	8
2.1.1.3 Fungsi Majas Hiperbola	10
2.1.1.4 Jenis-jenis Majas Hiperbola	11
2.1.2 Hakikat Semantik	14
2.1.3 Hakikat Diksi	18
2.1.4 Hakikat Iklan.....	19
2.1.4.1 Pengertian Iklan	19
2.1.4.2 Karakteristik Iklan	21
2.1.4.3 Tujuan Iklan	22
2.1.4.4 Pemilihan Media Iklan	23
2.1.4.5 Jenis-jenis Iklan	24
2.1.4.6 Periklanan di Televisi	31
2.2 Kerangka Berpikir.....	33
2.3 Penelitian yang Relevan	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Tujuan Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	39

3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Kriteria Analisis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Data	45
4.2 Hasil Analisis Data	49
4.3 Pembahasan	89
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102
Lampiran 1. Tabel Hasil Analisis Data.....	103
Lampiran 2. Data Penelitian (Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi yang Mengandung Majas Hiperbola)	115
BIODATA PENULIS	136

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis Data.....	41
Tabel 4.1 Rekapitulasi Data Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi yang Mengandung Majas Hiperbola.....	46
Tabel 4.2 Hasil Analisis Data Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi yang Mengandung Majas Hiperbola.....	46
Tabel 4.3 Persentase Data Majas Hiperbola pada Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi.....	90
Tabel 4.4 Persentase Data Jenis Makna pada Iklan Produk Penunjang Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 di Televisi yang Mengandung Majas Hiperbola.....	94

