

**REFEREN DAN REFERENSI  
PADA BAHASA IKLAN DI TELEVISI**

**Skripsi**

**Oleh**

**BAMBANG ROHMADI**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG  
2020**

**REFEREN DAN REFERENSI  
PADA BAHASA IKLAN DI TELEVISI**

Oleh  
**BAMBANG ROHMADI**

*Skripsi*  
*Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar*  
*Sarjana Pendidikan*  
*Pada*  
*Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG  
2020**

**ABSTRAK**  
**REFEREN DAN REFERENSI PADA BAHASA IKLAN DI TELEVISI**  
**Oleh**  
**BAMBANG ROHMADI**

Referen bahasa adalah benda, tindakan, sifat, keadaan, jumlah, dan sebagainya yang mengacu kepada dunia nyata kehidupan manusia, sedangkan referensi adalah hasil konseptualisasi hubungan antara simbol dengan referen yang diacu. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah makna referen dan referensi pada bahasa iklan televisi di Chanel MNCTV. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna referen dan referensi pada bahasa iklan televisi di Chanel MNCTV. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah metode simak, dengan teknik dasar sadap, dan teknik lanjutan simak bebas libat cakap. Sumber data yang digunakan adalah video iklan televisi yang didokumentasikan dengan cara direkam. Populasi dari iklan MNCTV selama sehari adalah 102, sementara sampelnya adalah 10% dari 102 yaitu 11 iklan. Teknik analisis datanya adalah menggunakan Metode Referensial yang merupakan bagian dari Metode Padan. Indikator penelitian ini adalah simbol, topik nyata, referen, referensi, dan hubungan antara referen dan referensi. (1) Bahasa dalam iklan ini termasuk ke dalam bahasa simbolik karena merujuk kepada referen di luar bahasa. Adapun hasil dan pembahasan penelitian ini adalah (2) Penggunaan topik nyata pada bahasa iklan MNCTV sudah merujuk pada penggunaan referensi secara tepat yaitu penggunaan topik yang ditunjuk, dipegang, dilihat, didengar, dan berupa kegiatan. (3) Referen pada iklan MNCTV sudah mengacu serta tepat pada benda, orang, kejadian, peristiwa, di dunia nyata. (4) Referensi bahasa iklan MNCTV sudah terkandung makna hubungan antara simbol dengan referen hingga diketahui makna yang logis. Dalam referensi ini ditemukan referensi eksofora dan endofora. (5) Sementara dari hubungan antara referen dan referensi sudah mengandung arti, gagasan, konsep, pernyataan, pesan, informasi, maksud, atau isi dari sebuah iklan. Ternyata dalam sebuah iklan juga mengandung pesan moral bagi penontonnya.

**Kata Kunci:** Referen, Referensi, Iklan, televisi.

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **REFEREN DAN REFERENSI PADA BAHASA IKLAN DI TELEVISI**

Nama Mahasisw : **Bambang Rohmadi**

Nomor Pokok Mahasiswa : 16040014

Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

**Mengetahui**

1. **Komisi Pembimbing**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Drs. A. Rahman, M.M.,M.Pd.**  
NIP. 19560312 198610 1 001

**Dessy Saputry, S.Pd., M.Hum.**  
NIDN. 0216097802

2. **Ketua Program Studi,**

**Dwi Fitriyani, M.Pd.**  
NIDN0221078204

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

Ketua : Drs. A. Rahman, M.M., M.Pd. (.....)

Sekretaris : Dessy Saputry, S.Pd., M.Hum. (.....)

Penguji Utama : Drs. H. Wanawir AM., M.M., M.Pd. (.....)



Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Pringsewu

Rahm. Faelasdi, S.Si., M.Sc.  
19860202 201504 2 001

Tanggal lulus ujian skripsi: 13 Agustus 2020

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Kedua orang tua saya, Ayahanda Joko Priyanto dan Ibunda Susi Lowatiyang telah memberikan dukungan baik materi maupun non materi berupa nasehat yang menguatkan setiap langkah saya dalam berjuang di dunia pendidikan.
- Adik laki-laki saya, Ananda Vemas Anggara yang juga memberikan dukungan kepada kakaknya untuk semangat belajar di perguruan tinggi agar dapat dijadikan panutannya kelak.
- Almamater Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

## MOTTO

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ

"Barangsiapa bersungguh-sungguh,  
sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri."

(QS Al-Ankabut [29]: 6)

## **RIWAYAT HIDUP**

Bambang Rohmadi atau biasa disapa Bambang dilahirkan pada tanggal 5 Januari 1996 di Lampung Utara, tepatnya di Desa Suka Jadi, Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan. Ia adalah anak pertama Bapak Joko Priyanto dan Ibu Susi Lowati dari dua bersaudara. Sejak tahun 2015, ia dibesarkan di Desa Tambahrejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu dan tinggal menetap di sana hingga sekarang.

Riwayat Pendidikan Bambang Rohmadi:

1. SD Negeri 2 Tambahrejo, lulus tahun 2009.
2. SMP Negeri 2 Gadingrejo, lulus tahun 2012.
3. SMK Negeri 2 Gadingrejo, lulus Tahun 2015.
4. Kuliah di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung (UMPRI), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia masuk tahun 2016.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Referen dan Referensi pada Bahasa Iklan di Televisi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

Penelitian ini menyajikan teori yang berhubungan dengan realitas kebenaran dalam kebahasaan iklan televisi. Cara seseorang dalam berkomunikasi tentu akan menggambarkan kepribadian, tingkat pendidikan, latar belakang, dan budaya. Selain itu, penelitian ini akan membantu masyarakat untuk berpikir secara logika dalam menyaring kebenaran pada bahasa persuasif iklan di televisi.

Peneliti dalam menulis skripsi, banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Wanawir AM, M.M.,M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah menguji dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
2. Rahma Faelasofi, S.Si., M.Sc., selaku Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah mengarahkan dan menyetujui keberhasilan penelitian.

3. Drs. A. Rahman, M.M.,M.Pd., selaku Wakil Dekan I sekaligus dosen pembimbing I yang telah sabar membimbing hingga terselesaikannya penelitian ini.
4. Dra. Ani Diana, M.Hum., selaku Wakil Dekan II FKIP Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, yang telah mengarahkan dalam proses penelitian.
5. Dwi Fitriyani, M. Pd., selaku Ketua Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah menuntun saya dalam proses pembuatan skripsi.
6. Dessy Saputry, S.Pd., M.Hum., selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar membimbing hingga menjadi penelitian yang bermakna.

Saya menyadari bahwa di dalam penelitian ini, masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Apabila ada hal yang tidak selazimnya dipaparkan, hal ini terjadi karena ketidakmampuan dan kekurangan saya. Untuk itu mohon dimaafkan. Semoga penelitian yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan bagi kita semua, dan Allah SWT senantiasa memberkahi setiap ilmu yang kita dapatkan sehingga hidup kita akan menjadi lebih baik dan lebih berarti.

Pringsewu, April 2020  
Peneliti,

Bambang Rohmadi  
NPM16040014

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>

### **I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Masalah dan Fokus Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5

### **II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Hakikat Bahasa .....	6
B. Iklan.....	7
1. Kegunaan Iklan .....	8
2. Struktur dan Kaidah Keahasaan Iklan.....	8
C. Semantik .....	9

1. Pengertian Makna dalam Pemakaian Sehari-hari .....	9
2. Pengertian Makna Sebagai Istilah .....	11
3. Asosiasi Hubungan Makna .....	13
D. Makna Referensial .....	15
1. Segi Tiga Makna Ogden dan Richards.....	16
2. Makna Referensial dan Non Referensial.....	21
3. Macam-macam Referensi.....	22
a. Referensi Eksoforis .....	22
b. Referensi Endoforis.....	23
E. Topik Nyata.....	29
1. Topik yang Referensinya Dilihat oleh Pembicara .....	29
2. Topik yang Referensinya Didengar .....	31
3. Teknik yang Referensinya Berupa Kegiatan.....	31

### **III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi Penelitian.....	32
B. Informan Penelitian .....	33
C. Populasi dan Sampel .....	33
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	34
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	35
F. Teknik Analisis Data .....	36

#### **IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Temuan Penelitian.....	38
B. Pembahasan.....	40

#### **V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	68
B. Saran.....	70

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN**