

**ANALISIS WUJUD DAN MAKNA LEKSIKON BAHASA
PROKEM DALAM IKLAN DI MAJALAH GADIS EDISI JULI-
DESEMBER 2005**

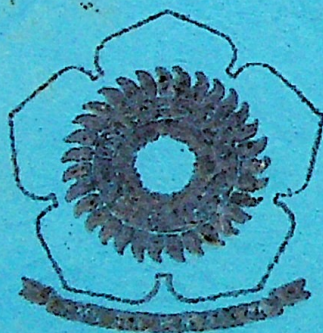
Skripsi oleh

Sri Mastina

Nomor Induk mahasiswa 06013112024

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni



Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sriwijaya

Inderalaya

2006

3
418.07
Mrs
9
2006

**ANALISIS WUJUD DAN MAKNA LEKSIKON BAHASA
PROKEM DALAM IKLAN DI MAJALAH GADIS EDISI JULI-
DESEMBER 2005**

Skripsi oleh

Sri Mastina

Nomor Induk mahasiswa 06013112024

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni



14772 / 15134.

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sriwijaya

Inderalaya

2006

**ANALISIS WUJUD DAN MAKNA LEKSIKON BAHASA
PROKEM DALAM IKLAN DI MAJALAH GADIS EDISI JULI-
DESEMBER 2005**

Skripsi oleh

Sri Mastina

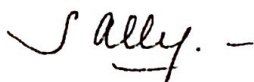
Nomor Induk Mahasiswa 06013112024

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah

Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni

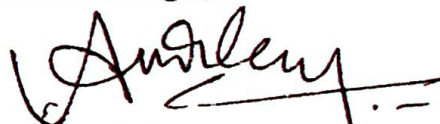
Disetujui

Pembimbing 1,



**Dra. Siti Salamah Arifin
NIP 130607107**

Pembimbing 2,



**Drs. R. H. M. Ali Masri, M. Pd.
NIP 132106201**

Disahkan

Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni




**Dra. Zahra Alwi, M. Pd.
NIP 131842994**

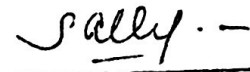
Telah diujikan dan lulus pada:

Hari : Kamis

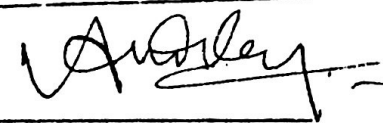
Tanggal : 2 November 2006

TIM PENGUJI

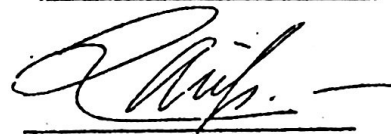
1. Ketua : Dra. Siti Salmah Arifin



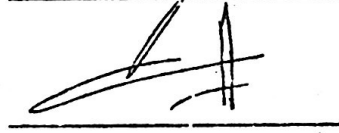
2. Anggota: Drs. R. H. M. Ali Masri, M. Pd.



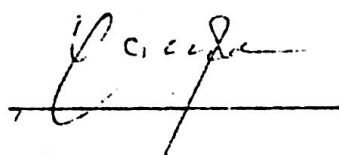
3. Anggota: Drs. Zainul Arifin Aliana



4. Anggota: Drs. Kasmansyah, M. Si.



5. Anggota: Dra. Hj. Nurbaya



Inderalaya, 2 November 2006

Diketahui oleh
Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa
dan Sastra Indonesia dan Daerah



Dra. Hj. Sri Indrawati, M. Pd
NIP 131639380

Kupersembahkan kepada :

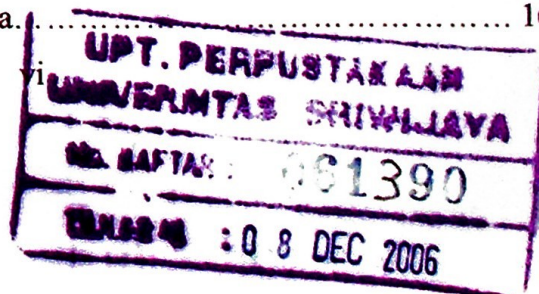
- * **Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan ridho- Nya dalam perjalanan hidupku.**
- * **Ayah dan ibunda tercinta atas semua kasih dan doa yang tak henti-hentinya nya.**
- * **Saudaraku qiyai Welly, lak Damrizal, adek Fenny untuk dukungan, sayang dan harapan atas keberhasilanku.**
- * **Keluarga besar kenten.**
- * **Jeng's terbaik : widi, lisa, vida, heny, dian, pita, kukur, eci, dora, terima kasih untuk semua bahagia yang pernah tercipta.**
- * **Sahabat termanis : uline, berliana, soma, yandri, leni, Hatta, aji, vina ambo. akhirnya aku lulus juga pren!!!**
- * **Seseorang yang hadir terakhir namun melengkapi dan menyempurnakan keseluruhan hasil skripsi.**

MOTTO:

"Kesempatan datang seperti awan berlalu, maka pergunakanlah selagi ia tampak dihadapanmu"(Ali bin Abu Tholib).

DAFTAR ISI

	Halaman
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah.....	4
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Iklan.....	6
2.2 Bahasa Prokem.....	7
2.3 Wujud Bahasa Prokem.....	10
2.3.1 Akronim..... ¹	11
2.3.2 Singkatan Huruf Awal..... ²	11
2.3.3 Pemakaian Kata yang Huruf Awalnya Sama dengan Huruf Awal } Kata yang Diacu.....	12
2.3.4 Penambahan Bunyi di Tengah Kata atau Penyisipan Bunyi atau } Huruf (Efentesis).....	12
2.3.5 Istilah Acuan..... ⁵	12
2.3.6 Penggunaan Istilah-istilah Populer..... ⁴	13
2.4 Pembentukan Leksikon Bahasa <i>Prokem</i>	13
2.5 Pembentukan Kata Bahasa Indonesia.....	16



2.6	Makna dalam Kata Bahasa Indonesia.....	19
2.7	Pola Makna Bahasa <i>Prokem</i>	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1	Metode.....	27
3.2	Sumber Data.....	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4	Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Hasil Penelitian.....	30
4.2	Pembahasan.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		52
5.1	Simpulan.....	52
5.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		54

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dra. Siti Salamah dan Drs. R.H.M Ali Masri, M.Pd sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama penulisan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Drs. Tatang Suheri, M.A., Ph.D., Dekan FKIP Universitas Sriwijaya, Dra. Zahra Alwi, M.Pd., Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, dan Dra. Hj. Sri Indrawati, M.Pd., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi penulisan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengajaran bidang studi Bahasa dan Sastra Indonesia.

Inderalaya, November 2006

Penulis

SM

Abstrak

Penelitian yang berjudul “Analisis Wujud dan Makna Leksikon Bahasa Prokem dalam Iklan di Majalah Gadis Edisi Juli-Desember 2005” bertujuan untuk mendeskripsikan wujud dan menjelaskan makna bahasa prokem yang digunakan dalam iklan di majalah Gadis Edisi Juli-Desember 2005. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah wujud bahasa prokem dalam iklan di majalah Gadis edisi Juli-Desember 2005 kemudian menganalisis maknanya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan di majalah Gadis edisi Juli-Desember 2005. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Kemudian, dalam menganalisis data digunakan teknik dasar yaitu teknik pilah unsure penentu dengan daya pilah pragmatis. Dari hasil penelitian diketahui bahwa tidak semua wujud bahasa prokem yang dikemukakan oleh Kawira muncul. Dalam penelitian ini juga ditemukan wujud bahasa prokem yang baru yakni plesetan kata, plesetan kategori fatis, dan penggantian diftong /au/ menjadi /o/. setelah dilakukan analisis, diketahui bahwa wujud bahasa prokem berupa singkatan muncul paling dominan dibandingkan wujud bahasa prokem lainnya.

Kata-kata kunci: iklan, wujud, makna, bahasa prokem.

Skripsi mahasiswa S1 FKIP Universitas Sriwijaya

Nama/NIM : Sri Mastina/06013112024

Pembimbing 1 : Dra. Siti Salamah Arifin

Pembimbing 2 : Drs. R.H.M. Ali Masri, M.Pd.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi yang paling baik dan paling sempurna. Manusia tidak mungkin bekerja sama tanpa bahasa. Hal ini sejalan dengan pendapat Chaer (2002:2) yang mengemukakan bahwa fungsi bahasa adalah sebagai alat untuk bekerja sama atau berkomunikasi di dalam kehidupan masyarakat.

Bahasa digunakan oleh kelompok manusia untuk berkomunikasi dan bekerja sama. Komunikasi bukan hanya berupa suatu kejadian, peristiwa, sesuatu yang terjadi, tetapi komunikasi juga merupakan sesuatu yang fungsional, mengandung maksud dan direncanakan untuk menghasilkan beberapa efek atau akibat pada lingkungan para penyimak dan para pembicara (Keraf, 1987:11).

Bahasa mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan berbagai variasi bentuk maupun maknanya dengan melibatkan potensi manusia dalam menciptakan dan mengembangkan hal-hal kebaruan (Mulawarman dalam Haris, 2002:15). Variasi bahasa ini terjadi bukan hanya disebabkan oleh para penuturnya yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi sosial yang mereka lakukan sangat beragam. Setiap kegiatan menyebabkan terjadinya keragaman bahasa itu (Chaer, 1995:81).

Ditinjau dari ilmu sociolinguistik, bahasa dapat digolongkan menjadi berbagai variasi dan jenis bahasa. Variasi bahasa meliputi variasi dari segi penutur, pemakaian, keformalan dan sarana. Jenis bahasa meliputi jenis bahasa berdasarkan sosiologis, sikap politis, dan bahasa terhadap pemerolehan. Sehubungan dengan variasi bahasa dari segi penutur, dikemukakan sembilan jenis variasi bahasa yakni *akrolek*, *basilek*, *vulgar*, *slang*, *kolokial*, *jargon*, *argon*, *ken* dan *prokem* (Chaer, 1995:87). Dalam penelitian ini akan dibahas lebih lanjut tentang bahasa *prokem*.

Pada umumnya kebanyakan orang mengalami kesulitan dalam memahami bahasa *prokem*. Bahasa *prokem* merupakan bahasa yang terdiri dari campuran antara bahasa Indonesia, bahasa Daerah, dan bahasa Asing (Salliyanti, 2002 <http://www.library.usu.ac.id/moduls.php>). Kosakata yang ada di dalam bahasa *prokem* tidak mempunyai makna yang tetap sehingga setiap saat dapat berubah sesuai dengan keinginan pemakai bahasa itu sendiri (Kawira, 1990:2). Di dalam masyarakat berkembang pendapat yang menyatakan bahwa para remaja dengan bahasa *prokemnya* telah merusak bahasa Indonesia yang baik dan benar (Chaer, 1993:104). Bahasa *prokem* sering ditemui baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Pada penelitian ini, peneliti memilih penggunaan bahasa *prokem* dalam bentuk tulisan yaitu pada wacana iklan di majalah. Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang berisikan pemberitahuan yang disiarkan kepada masyarakat luas agar masyarakat pendengar atau masyarakat pembacanya tertarik pada isi pemberitaannya. Bahasa merupakan bagian terpenting dalam pembuatan iklan. Semakin banyak perusahaan barang dan jasa yang ingin memasarkan produknya, pemakaian bahasa iklan semakin hari semakin berkembang.

Bahasa iklan berbeda dari bahasa tulis lainnya. Bahasa iklan cenderung ingin melepaskan diri dari kaidah-kaidah makna yang kaku dan mengikat. Namun, bahasa campur aduk sekalipun, apabila bicara dalam konteks iklan, dapat diterima (Charlie, 1999:41-42). Bahasa iklan harus dibuat semenarik mungkin sehingga konsumen tertarik untuk mencoba atau membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Agus Trijanto (2001:20) mengemukakan bahasa yang digunakan dalam iklan harus menggugah, informatif, persuasif, bertenaga gerak (komposisi kata-katanya membimbing konsumen untuk menghargai promosi yang sedang berlangsung) dan memiliki penyelesaian akhir (kata-kata yang disusun harus membantu konsumen mendapatkan barang atau jasa secepat dan semudah mungkin).

Menurut Charlie (1999:39-40)

“Penulis naskah iklan biasanya cenderung menciptakan karyanya yang ekspresif dan impresif. Ekspresif, karena dia harus benar dan tepat

mengungkapkan dengan istimewa pesan yang ingin disampaikan. Impresif, karena pesan itu mesti diusahakan agar selalu diingat konsumen serta berkesan simpatik. Tugas besar inilah yang kadang-kadang memaksa penulis naskah iklan harus menciptakan kata-kata baru yang lebih pas mewakili maksud hatinya. Kata “jadi-jadian” tersebut tidak harus mempunyai makna denotatif (makna kamus) cukuplah asal memiliki makna konotatif (makna acuan atau rekaan) saja.”

Fungsi utama iklan adalah untuk mempengaruhi konsumen agar membeli barang atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Dengan demikian, pembuat iklan pasti akan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai maksud tersebut (Ruwenas, 2001:87).

Berdasarkan uraian di atas, salah satu usaha penulis naskah iklan untuk menarik perhatian pembaca adalah menggunakan bahasa *prokem* dalam iklan tersebut. Dalam iklan memang dimungkinkan digunakannya bahasa *prokem* atau bahkan penciptaan istilah-istilah baru asalkan iklan tersebut bisa selalu diingat oleh konsumen (Arsono, [www. google. forum.mm-ugm](http://www.google.com/forum/mm-ugm):Januari 2005).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih penggunaan bahasa *prokem* dalam iklan karena banyaknya bahasa iklan yang menggunakan bahasa *prokem*, populer dan sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Contoh: *gara-gara burket setitik, rusak pede sebelanga* (iklan deodoran Rexona). Kata *burket* (bubur ketiak : ketiak yang basah karena keringat) dan *pede* (pd : percaya diri) sangat sering didengar dalam percakapan (terutama remaja) sehari-hari. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimanakah wujud dan makna bahasa *prokem* dalam iklan tersebut.

Bahasa *prokem* sangat akrab di kalangan remaja. Oleh karena itu, peneliti memilih iklan di majalah *Gadis* sebagai objek penelitian. Majalah *Gadis* adalah salah satu majalah remaja di Indonesia yang memiliki jumlah pembaca terbesar dibandingkan majalah remaja lainnya dengan perbandingan jumlah pembaca yakni *Gadis* sebanyak 441.000 pembaca , *Aneka* sebanyak 390.000 pembaca,

Kawanku sebanyak 366.000 pembaca dan *Hai* sebanyak 277.000 pembaca. ([http://www. google](http://www.google.com) pantau :Juli 2005).

Penelitian mengenai bahasa iklan sudah pernah dilakukan oleh Aris Munandar pada tahun 2000 dengan judul “Permainan Kata dalam Iklan Televisi”. Data yang digunakan adalah iklan pada televisi bulan September-Oktober 1999. Penelitian ini membahas bentuk-bentuk permainan kata dan bunyi dalam gaya bahasa dan permainan kata dan efeknya; dan alternatif bentuk permainan kata yang mungkin dipakai dalam televisi. Selain Aris Munandar, penelitian mengenai bahasa iklan juga pernah dilakukan oleh Shinta Mekar Sari pada tahun 2005 dengan judul “Penyimpangan Kaidah dalam Iklan Kendaraan Bermotor pada Koran Harian Terbitan Palembang”. Penelitian ini membahas penyimpangan-penyimpangan kaidah yang terdapat dalam bahasa iklan.

Penelitian tentang bahasa *prokem* juga pernah dilakukan sebelumnya oleh Yulia Haris pada tahun 2002 dengan judul “Penggunaan Bahasa *Prokem* dalam Novel *Lupus Gone With The Gossip*”. Penelitian ini membahas bagaimana penggunaan bahasa *prokem* dalam novel *Lupus Gone With The Gosip*. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya adalah objek penelitian dan kajian penelitian. Yulia Haris meneliti bahasa *prokem* dalam prosa dilihat dari penggunaan bahasa *prokem* dalam prosa, sedangkan penelitian ini meneliti bahasa *prokem* dalam bahasa iklan dilihat dari wujud dan makna bahasa *prokem* tersebut.

1.2 Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah wujud dan makna leksikon bahasa *prokem* dalam iklan di majalah *Gadis* edisi Juli-Desember 2005.

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wujud dan makna leksikon bahasa *prokem* dalam iklan di majalah *Gadis* edisi Juli-Desember 2005.

1.4 Manfaat

Secara teoritis, manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu sosiolinguistik, khususnya tentang ragam bahasa *prokem*.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan bagi pembaca dalam upaya memahami bahasa *prokem*.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan kontribusi baru bagi penelitian terhadap penggunaan bahasa *prokem* dalam iklan selanjutnya.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru kepada pembaca tentang bahasa *prokem*. Hal ini sesuai dengan sifat bahasa *prokem* itu sendiri yakni temporal dan selalu berubah-ubah. Dengan membaca hasil penelitian ini, pembaca dapat menggunakan pengetahuan yang telah ia miliki untuk mengerti dan memahami tentang wujud dan makna bahasa *prokem* yang akan ia temukan baik dalam bidang sastra (novel, dsb.) maupun dalam bidang bahasa itu sendiri khususnya bahasa iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Novel. 1999. *Humas, Propaganda dan Ramuan Promosi*. Universitas Terbuka
: Modul.
- Alwasilah, Chaedar. 1998. *Pengantar Sosiologi Bahasa*. Bandung:Angkasa.
- Arifin, Zainal. 1992. *Pemakaian Bahasa Dalam Iklan Berita Dan Papan Reklame*.
Jakarta:Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Depdikbud.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Arsono. 2005. *Penggunaan Bahasa Prokem Dalam Dunia Jurnalistik*. www.
Google. Forum mm-ugm. Mei 2005
- Burke, David. 2001. *Bahasa Gaul Remaja Amerika* . Jakarta:Lingkaran Pustaka.
- Chaer, Abdul. 1993. *Pembakuan Bahasa Indonesia*. Jakarta:Rineka cipta.
- _____. 1995. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta:Rineka Cipta.
- _____.2002. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Charlie, Lie. 1999. *Bahasa Indonesia yang Baik dan Gimana Gitu...* . Jakarta:
Gramedia.
- Djajasudarma, Fatimah.1993. *Semantik Pengantar ke Arah Ilmu Makna*.
Bandung:Eresco.
- Gadis*. Edisi Juli—Desember 2005.
- Haris, Yulia. 2002. *Penggunaan Bahasa Prokem dalam Novel Lupus Gone With
The Gossip*. Skripsi. Inderalaya:FKIP Unsri.
- Kawira, Lita Pamela. 1990. *Bahasa Prokem di Jakarta*. Jakarta:Gramedia. ~~→~~
- Keraf, Gorys. 1987. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta:Gramedia.
- Kridalaksana, Harimurti, dkk. 1985. *Tata Bahasa Deskriptif Bahasa Indonesia:
Sintaksis*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Departemen
Pendidikan dan Kebudayaan.
- Lubis, A. dan Hamid Hasan. 1992. *Jengala Bahasa*. Bandung:Angkasa.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 1999. Depdikbud.

- Munandar, Aris. 2000. *Permainan Kata Dalam Iklan Televisi*. Skripsi. Inderalaya:FKIP Unsri.
- Pantau. 2005. *Oplah Majalah Remaja*. [www. google. com](http://www.google.com).
- Pateda, Mansoer. 1995. *Sosiolinguistik*. Bandung:Angkasa.
- Pateda, Mansoer. 2001. *Semantik Leksikal*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Rumenas, Darjo. 2001. *Bahasa Iklan di Televisi*. Semarang:Fakultas Sastra Universitas Diponegoro.
- Sahertian, Debby. 2001. *Kamus Bahasa Gaul*. Jakarta:Gramedia.
- Salliyanti. 1999. *Bahasa Prokem di Kalangan Remaja*. [http:www. library. usu. ac. idmoduls. php](http://www.library.usu.ac.id/moduls.php).
- Sari, Shinta Mekar.2005. *Penyimpangan Kaidah dalam Iklan Kendaraan Bermotor pada Koran Harian Terbitan Palembang*. Skripsi. Inderalaya:FKIP Unsri.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Jakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudiana, Dendi. 1986. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung: Remaja Karya.
- Wikipedia. 20 Februari 2006. *Ensiklopedia Bebas Berbahasa Indonesia*. [http:id. wikipedia. org wiki bahasa gaul](http://id.wikipedia.org/wiki/bahasa_gaul).