

ABSTRAK

Niswah Nurfairuziyah, 2021. Tesis. "*Bahasa Vulgar dalam Pemakaian Bahasa Indonesia Ranah Iklan (Studi Kasus Iklan Media Elektronik)*". Dibimbing oleh Andi Sukri Syamsuri dan Munirah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif menggunakan data berupa tuturan yang memfokuskan pada penunjukan makna, mendeskripsikan suatu fenomena yang dikaji oleh peneliti. Data pada penelitian ini berfokus pada pemakaian bahasa vulgar yang disampaikan oleh bintang iklan, yaitu tuturan yang mendukung penggunaan bahasa vulgar pada iklan di media elektronik. Sumber data dalam penelitian ini adalah video iklan di media elektronik yang berfokus pada iklan yang tayang di televisi yang diunduh melalui internet.

Jenis iklan yang dipilih adalah iklan-iklan televisi yang dikategorikan sebagai iklan yang dalam pemakaian bahasa Indonesia menggunakan bahasa yang vulgar dan tidak sesuai dengan konteks iklan yang dipromosikan. Pada penelitian ini, penulis tidak membatasi pada periode penayangan iklan, ini semua dikarenakan setiap saat biasanya iklan akan selalu berubah dan iklannya pun akan disesuaikan dengan hal-hal yang sedang hangat dibicarakan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ditemukannya beberapa iklan yang menggunakan bahasa vulgar yang tidak sesuai dengan tujuan dari produk yang sedang ditawarkan. Selain bahasa vulgar yang digunakan didapatkan pula bahwa gambar yang ditampilkan tidak sesuai dengan konteks iklan yang baik. Karena antara bahasa yang digunakan dan gambar yang ditampilkan tidak memiliki kaitan sehingga menimbulkan penafsiran ganda terhadap iklan tersebut.

Kata kunci: bahasa vulgar, iklan.

ABSTRACT

Niswah Nurfairuziyah, 2021. Thesis. "Vulgar Language in The Used of Indonesian at Advertising (*Case Study of Electronic Media Advertising*)". Supervised by Andi Sukri Syamsuri and Munirah.

This research was qualitative descriptive research. Qualitative descriptive research used data in the form of speech that focused on the designation of meaning, describing a phenomenon studied by researchers. The data on this study focused on the use of vulgar language delivered by advertising stars, namely speech that supported the use of vulgar language in advertisements by electronic media. The data source in this study was video ads in electronic media that focused on ads that aired on television or they were downloaded over the internet.

The types of ads selected were television advertisements that categorized as advertisements that used Indonesian with vulgar language and did not fit the context of the promoted ad. In this study, the author did not limit the period of aired ad due to this characteristics was always change and the ad was adjusted to the things that were being generally talked about in the public.

The results showed that there were still some ads that used vulgar language that was not based on the purpose of the product being offered. In addition to the vulgar language used, it was also obtained that the images displayed were not accordance with the context of good advertising. Because between the language used and the image displayed had no connection that gave double interpretation of the ad.

Keywords: *Vulgar Language, Advertising.*

