

JURNAL SKRIPSI

**AMBIGUITAS DALAM IKLAN PADA RUBRIK EKONOMI
BISNIS DI HARIAN JAWA POS
EDISI FEBRUARI 2016**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Strata Satu
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**



Oleh :

WINDA YUNITA

NIM. 126727

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
JOMBANG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL ILMIAH
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
STKIP PGRI JOMBANG

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eva Eri Dia, M.Pd

Jabatan : Pembimbing Skripsi

Menyetujui jurnal ilmiah di bawah ini:

Nama Penulis : Winda Yunita

NIM : 126727

Judul : **AMBIGUITAS DALAM IKLAN PADA RUBRIK EKONOMI
BISNIS DI HARIAN JAWA POS EDISI FEBRUARI 2016.**

Diusulkan agar dapat diterbitkan di jurnal ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian persetujuan ini saya berikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 1 Nopember 2016

Pembimbing,

Eva Eri Dia, M.Pd

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN JURNAL ILMIAH
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
STKIP PGRI JOMBANG

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Yunita

NIM : 126727

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Judul : **AMBIGUITAS DALAM IKLAN PADA RUBRIK EKONOMI
BISNIS DI HARIAN JAWA POS EDISI FEBRUARI 2016.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa jurnal ilmiah yang saya tulis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang diakui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Jurnal ilmiah ini asli, apabila dikemudian hari dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Jombang, 1 Nopember 2016

Yang membuat pernyataan,

Winda Yunita

NIM.126727

AMBIGUITAS DALAM IKLAN PADA RUBRIK EKONOMI BISNIS DI HARIAN JAWA POS EDISI FEBRUARI 2016

Winda Yunita
Eva Eri Dia

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
STKIP PGRI JOMBANG

Email: wnithakhansa@yahoo.com

ABSTRAK

Kata kunci: Makna ambiguitas, Bahasa Iklan dalam Rubrik Ekonomi Bisnis di Harian Jawa Pos Edisi Februari 2016.

Bahasa merupakan sarana penting dalam suatu interaksi sosial. Salah satu komunikasi tidak langsung adalah iklan. Dalam penyampaian, iklan dapat disampaikan dalam berbagai media, salah satunya media cetak berupa koran. Dalam sebuah iklan memerlukan slogan yang baik dan menarik, hal tersebut sering kali memunculkan keambiguan dalam bahasa iklan. Maka penelitian ini memfokuskan untuk meneliti makna ambiguitas gramatikal dan makna ambiguitas leksikal apa saja yang menyebabkan adanya kegandaan makna pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis yang terdapat pada harian Jawa Pos edisi Februari 2016. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif-deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi Februari 2016. Kemudian data penelitian ini berupa kata, frasa, klausa atau kalimat tertulis yang mengandung makna ambiguitas dari data yang terpilih yang terdapat pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi Februari 2016 dengan teknik: pengklasifikasian data, penyeleksian data, kemudian penganalisisan data yang terpilih. Hasil analisis data yang ditemukan oleh peneliti meliputi kata yang termasuk ambiguitas gramatikal lebih banyak disebabkan adanya ambiguitas dalam konteks, ambiguitas leksikal (polisemi banyak disebabkan adanya pergeseran pemakaian dan homonimi banyak disebabkan masuknya kata-kata baru dalam bahasa Indonesia).

ABSTRACT

Key word: *Ambiguity Meaning, Advertisement Language in Business Economics rubric on Jawa Pos Daily of February Edition 2016.*

Language is an important means in a social interaction. One of the indirect communication is advertisement. In the presentation, the advertisement can be delivered in a variety of media, one of them print media such as newspaper. In an advertisement needs good and interesting slogan, it often shows up the ambiguity in advertisement language. So this research focuses on examining the meaning of grammatical ambiguity and lexical ambiguity meaning caused the multiplicity of meaning in advertisement language on business economics rubric on Jawa Pos Daily of February Edition 2016. This research method is descriptive qualitative method. The source of data in this research is the advertisement language in Business Economics rubric on Jawa Pos Daily of February Edition 2016. Then, the data of this study are words, phrases, clauses or written sentences contained ambiguity meaning of the selected data in advertisement language on Business Economics rubric on Jawa Pos Daily of February Edition 2016 with the technique: data classification, data selection, then analysis of the data selected. The result of data analysis found by the researcher include word that includes more ambiguity grammatical caused by the ambiguity in the context, lexical ambiguity (many polysemy are caused by the shift in using and many homonymy are caused by the influx of new words in Indonesian language).

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana penting dalam suatu interaksi sosial. Dalam perannya, bahasa mampu menyampaikan informasi dari manusia yang satu dengan manusia lainnya. Bahasa yang digunakan yaitu bahasa lisan dan tulisan. Bahasa lisan berfungsi untuk menyampaikan informasi dari pembicara kepada pendengar, sedangkan bahasa tulisan berfungsi untuk menyampaikan informasi juga berfungsi sebagai media promosi. Hal tersebut jelas menggambarkan bahwa ujaran manusia itu mengandung makna yang utuh, karena makna merupakan bentuk respon dari stimulus yang diperoleh dari pemeran dalam komunikasi sebagai alat penyampai informasi.

Mansoer Pateda (2010:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Persoalan makna merupakan persoalan yang menarik dalam kehidupan sehari-hari misalnya pada tulisan yang sering tertera di depan lampu pengatur lalu lintas terdapat tulisan pada sebuah plakat yaitu: *belok kiri jalan terus*. Untuk pemakai jalan tidak menafsirkannya berjalan terus atau lurus yang akan mengakibatkan tabrakan. Kasus semacam itu memperlihatkan adanya beban dalam kata-kata yang digunakan, yakni makna. Setiap kata mengandung makna, mengenai

keragu-raguan tentang makna kata atau makna kalimat dalam linguistik disebut ambiguitas.

Ambiguitas timbul dalam berbagai variasi ujaran atau bahasa tertulis. Ambiguitas sering ditemukan dalam iklan. Makna yang disampaikan tidak sekedar mengenai tuturan, tetapi juga melalui gambar atau tulisan. Menurut Chaer (2012:307) ambiguitas atau ketaksaan adalah gejala dapat terjadinya kegandaan makna akibat tafsiran gramatikal yang berbeda. Tafsiran gramatikal yang berbeda ini umumnya terjadi pada bahasa tulis, karena dalam bahasa tulis unsur suprasegmental tidak dapat digambarkan dengan akurat.

Wujud bahasa sebagai media promosi adalah iklan. Iklan merupakan sarana komunikasi yang menempati posisi sangat strategis dan menguntungkan tidak hanya dikaitkan dengan materi, melainkan juga dikaitkan dengan keuntungan moral. Iklan lebih sering dikaitkan dengan segi komersialnya. Iklan komersial adalah iklan yang berhubungan dengan niaga (perdagangan). Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini difokuskan pada media cetak harian Jawa pos karena pada penelitian ini akan menganalisis makna pada bahasa tulis yaitu bahasa iklan yang dikhususkan pada iklan komersial.

Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh dengan menemukan ide yang belum pernah dibahas

sebelumnya sebagai penemuan yang layak untuk diteliti, dengan demikian peneliti tertarik mengkaji bahasa Iklan Komersial dari kajian ambiguitas lebih dalam, yakni makna ambiguitas gramatikal dan leksikal dalam bahasa Iklan Komersial dengan tujuan memperoleh deskripsi makna yang terdapat pada bahasa iklan komersial dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos yakni makna ambiguitas dalam bahasa iklan komersial yang memengaruhi suatu komunikasi mayoritas masyarakat yang menjadikan media massa termasuk koran sebagai sumber informasi dan komunikasi. Dengan menggunakan teori dari Pateda (2010:201-202) yang mengatakan bahwa makna ambiguitas dibedakan menjadi 3 macam yakni, ambiguitas tingkat fonetik, ambiguitas tingkat leksikal dan ambiguitas tingkat gramatikal.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. (Moleong, 2009:6) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang

alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sumber data penelitian ini adalah bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi Februari 2016.

Teknik Pengumpulan Data

1. Metode dokumentasi

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan jalan mendokumentasikan dengan mencatat atau mengkliping iklan yang bisa berbentuk tulisan maupun gambar yang mengandung *Makna Ambiguitas Bahasa Iklan dalam Rubrik Ekonomi Bisnis di Harian Jawa Pos Edisi Februari 2016*.

2. Metode observasi

Metode yang digunakan untuk memperoleh data *Makna Ambiguitas Bahasa Iklan dalam Rubrik Ekonomi Bisnis di Harian Jawa Pos Edisi Februari 2016* dengan proses-proses pengamatan dan ingatan dengan menggunakan korpus data.

Instrumen Penelitian

a. Instrumen Utama

Menurut Sugiyono (2015:305) dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian

adalah peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, yaitu peneliti sendiri dengan segenap pengetahuannya tentang makna ambiguitas pada bahasa iklan, yaitu peneliti menetapkan fokus penelitian, melakukan pengumpulan data, melakukan analisis data, mendeskripsikan data, dan membuat kesimpulan. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumentasi dan observasi.

b. Instrumen Pendukung

1. Dokumentasi

Pada instrumen dokumentasi peneliti menggunakan alat bantu gunting, kertas HVS dan pensil. Gunting digunakan untuk menggunting iklan komersial di harian Jawa Pos, kertas HVS digunakan untuk menempelkan iklan dengan tujuan membuat kliping dan pensil digunakan untuk memberikan kode data awal seperti hari, tanggal, bulan dan tahun iklan dimuat.

2. Observasi

Pada instrumen observasi peneliti menggunakan alat bantu tabel untuk mencatat data dan mengidentifikasi data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulis telah mengemukakan dalam landasan teori tentang makna ambiguitas yang diambil dari buku Chaer (2012:307). Makna ambiguitas dibedakan menjadi tiga yaitu: (1) Makna ambiguitas tingkat fonetik, (2) Makna ambiguitas tingkat gramatikal dan (3) Makna ambiguitas tingkat leksikal menurut Pateda (2010, 202-205). Penelitian ini difokuskan pada makna ambiguitas tingkat gramatikal dan ambiguitas tingkat leksikal karena berusaha menganalisis menggunakan media cetak pada bahasa tulis iklan komersial di harian Jawa Pos dengan analisis sebagai berikut:

1. Deskripsi Makna Ambiguitas Gramatikal Bahasa Iklan dalam Rubrik Ekonomi Bisnis di Harian Jawa Pos Edisi Februari 2016.

Ambiguitas gramatikal adalah makna yang diperoleh dari penggabungan satuan lingual yang satu dengan yang lain dan biasanya muncul pada satuan kebahasaan yang disebut kalimat. Ambiguitas gramatikal juga muncul apabila kata tersebut mengalami proses morfologis dan mendapatkan imbuhan atau adanya proses afiksasi, adanya frasa yang mirip, dan sebab ambiguitas gramatikal yang terakhir yaitu adanya makna ambiguitas yang muncul dalam

konteks. Berikut adalah analisis data pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos Edisi Februari 2016 yang mengandung makna ambiguitas gramatikal:

a. Adanya frasa mirip

Analisis data 1
Kapal Api Berhadiah Mercedes-benz
(JA/Gr/01/02/2016)

Data (1) merupakan ambiguitas gramatikal karena terjadi keambiguitasan dalam konteks kalimat “Kapal Api Berhadiah Mercedes-benz”. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna yang muncul dari frasa Kapal Api, berikut identifikasinya.

Makna 1

Kapal api yang berhadiah Mercedes-benz (kapal laut yang berhadiah)

Makna 2

Kopi kapal api yang berhadiah Mercedes-benz (hadiah pada kopi merek kapal api)

Dari uraian sanding makna tersebut dilihat dari konteks kalimatnya frasa Kapal Api mempunyai makna ganda, adapun pertanyaan yang mungkin muncul diantaranya:(1) apakah naik kapal api akan mendapatkan hadiah Mercedes-benz?; (2) apakah membeli kapal api

berhadiah Mercedes-benz?; (3) kapal api yang dimaksud kapal laut atau merek dari suatu produk?, dilihat dari konteks kalimatnya sangat membingungkan bagi pendengar maupun pembaca. Dalam kamus BI terdapat frasa kapal api yang bermakna: Kapal laut yang digerakkan oleh mesin uap, tetapi jika dilihat dari konteks objeknya frasa kapal api memiliki makna merek kopi instan. Dapat dibuktikan dengan desain iklannya yang menjelaskan bahwa pada kopi merek kapal api terdapat undian mobil Mercedes-benz sebagai hadiah utama didukung dengan adanya amplifikasi yaitu perluasan makna pada teks iklan, pada bagian inilah maksud dari iklan dituliskan dengan jelas dan lebih rinci. Dapat disimpulkan frasa kapal api pada data (1) mengalami keambiguitasan dalam konteks sehingga mempunyai beberapa makna yaitu: (i) kapal laut yang digerakkan oleh mesin uap dan (ii) merek kopi instan. Makna sebenarnya frasa kapal api pada data (1) memiliki makna merek kopi instan.

b. Ambiguitas dalam konteks kalimat

Data 12
Kini hadir cicilan 100 bulan
(JA/Gr/08/02/2016)

Data (12) pada kalimat “cicilan 100 bulan” merupakan ambiguitas gramatikal yang dapat membuat penafsiran ganda bagi pembaca. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Kini hadir cicilan 100 ribu per bulan (cicilannya 100 ribu)

Makna 2

Kini hadir cicilan 100 kali per bulan (cicilannya 100 kali)

Dari uraian sanding makna, makna kalimat 1 dan kalimat 2 pada identifikasi pertama memiliki makna yang berbeda jika dilihat dari konteks kalimatnya. Pada makna 1, kalimat *cicilan 100 bulan* mempunyai makna ‘cicilannya 100 ribu setiap bulan’, sedangkan pada makna 2, kalimat *cicilan 100 bulan* dapat mempunyai makna ‘cicilannya 100 kali setiap bulan’. Kalimat *cicilan 100 bulan* pada data (12) mempunyai makna cicililan dalam 100 bulan yaitu cicilan selama 8 tahun 4 bulan. Dapat dibuktikan dari konteks kalimatnya yang mengacu pada promo harga villa.

c. Penggabungan unsur-unsurnya

Analisis data 8
Teknologi sempurna untuk
kemewahan dapur anda!
(JA/Gr/05/02/2016)

Data (8) pada kalimat “Teknologi sempurna untuk kemewahan dapur anda!” merupakan ambiguitas gramatikal, hal tersebut dapat dibuktikan dengan munculnya beberapa asumsi atau penafsiran ganda. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Teknologi sempurna menjadikan mewah pada dapur anda (dapur terlihat mewah karena teknologi)

Makna 2

Teknologi sempurna yang dapat membuat mewah dapur anda (teknologi yang dapat mempercantik dapur)

Dari uraian sanding makna tersebut kata kemewahan memiliki makna yang berbeda antara makna 1 dan makna 2. Kata kemewahan pada data (8) mengalami proses pembentukan kata secara gramatikal dengan mendapatkan awalan dan akhiran. Kata kemewahan berasal dari kata mewah yang dalam kamus mempunyai arti: (i) serba banyak; (ii) serba indah; (iii) serba berlebih (biasanya tentang barang dan cara hidup yang menyenangkan). Sedangkan kata kemewahan sendiri dalam kamus Bahasa Indonesia memiliki makna keadaan yang mewah.

Data (8) pada kata kemewahan mengalami proses afiksasi yaitu mendapatkan imbuhan dengan awalan ke- dan akhiran -an. Sehingga mempunyai makna berbeda jika dilihat dari konteks kalimatnya dapat saja diartikan: (i) teknologi sempurna untuk membuat keadaan mewah pada dapur anda dan (ii) teknologi sempurna untuk mempercantik dapur anda.

Pada data (8) kata kemewahan yang dimaksudkan adalah untuk mempercantik suasana dapur jika dilihat dari konteks kalimatnya, yaitu apabila menggunakan produk kulkas merek Samsung maka akan mempercantik atau memperindah suasana dapur.

2. Deskripsi Makna Ambiguitas Leksikal Bahasa Iklan dalam Rubrik Ekonomi Bisnis di Harian Jawa Pos Edisi Februari 2016.

Ambiguitas leksikal adalah kata yang mengandung makna lebih dari satu. Ambiguitas leksikal dapat dilihat dari dua segi yaitu polisemi dan homonimi. Dalam penulisan bahasa kata yang mempunyai makna lebih dari satu disebut polisemi, polisemi muncul dan terbentuk karena beberapa faktor, faktor-faktor itu antara lain: adanya pergeseran pemakaian, adanya spesialisasi dalam lingkungan sosial,

bahasa figuratif dan adanya pengaruh bahasa asing. Sedangkan kata – kata yang sama bunyinya tetapi maknanya berbeda disebut homonimi. Terbentuknya homonimi disebabkan oleh bermacam-macam faktor, antara lain: masuknya kata-kata baru ke dalam kosakata bahasa Indonesia, adanya proses afiksasi, adanya proses penyingkatan dan adanya berbagai gejala bahasa. Di bawah ini akan dijelaskan beberapa data pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos Edisi Februari 2016 yang mengandung makna ambiguitas leksikal, data sebagai berikut:

2.1 Polisemi

Suatu kata yang mengandung makna lebih dari satu. Kegandaan makna seperti itulah membuat pendengar atau pembaca ragu-ragu menafsirkan makna kata yang didengar atau dibacanya. Di bawah ini data-data temuan peneliti yang termasuk ambiguitas leksikal segi pertama yaitu, polisemi. Data sebagai berikut:

a. Spesialisasi Lingkungan Sosial

Data 18
Prelaunching tiga proyek
pondok tjandra indah
(JA/LP/12/02/2016)

Data (18) pada kalimat “Prelaunching tiga proyek pondok tjandra indah” pada kata *pondok* merupakan ambiguitas leksikal polisemi yang disebabkan karena adanya spesialisasi lingkungan sosial yang sering menimbulkan penafsiran ganda. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Prelaunching tiga proyek, pondok tjandra indah.

(rumah milik tjandra indah)

Makna 2

Prelaunching tiga proyek pondok, tjandra indah (tiga perumahan)

Berdasarkan hasil identifikasi dari uraian sanding makna, kata *pondok* pada makna 1, mempunyai arti ‘tiga proyek rumah milik tjandra indah’, sedangkan makna 2 pada kata *pondok* memiliki arti ‘tiga perumahan’ yaitu mengacu pada jumlah perumahan dalam proyek.

Pada data (18) kata *pondok* merupakan ambiguitas leksikal polisemi karena dalam satu kata *pondok* dapat mempunyai makna lebih dari satu. Lapangan sosial atau lingkungan sosial sering kali memiliki kata-kata yang maknanya khas atau berbeda dengan

penggunaannya yang biasa. Dalam lingkungan sosial di persawahan kata *pondok* memiliki makna sebagai ‘bangunan tempat berteduh yang didirikan sementara di sawah atau ladang’, dalam lingkungan sosial keagamaan dan pendidikan kata *pondok* memiliki makna ‘pondok pesantren atau madrasah dan asrama’, sementara itu, dalam lingkungan tempat tinggal *pondok* memiliki makna ‘perumahan’. Hal itulah yang menjadikan kata *pondok* menjadi ambigu jika tidak diikuti dengan kalimat yang jelas, dan menimbulkan penafsiran ganda bagi pendengar maupun pembaca. Dalam kamus bahasa Indonesia kata *pondok* memiliki makna: (i) *bangunan untuk tempat sementara*; (ii) *rumah*; (iii) *madrasah dan asrama*.

Kata *pondok* pada data (18) memiliki makna *perumahan*, dilihat dari konteks kalimatnya yaitu *prelaunching tiga proyek perumahan tjandra indah*, yang mengacu pada proyek pembangunan tiga perumahan yang memiliki fungsi atau kegunaan sebagai tempat tinggal.

b. Pergeseran pemakaian

Analisis data 4
Bunga spesial Imlek Mandiri
kpr
(JA/LP/02/02/2016)

Data (4) “bunga spesial imlek mandiri kpr” kata bunga merupakan ambiguitas leksikal polisemi yang disebabkan adanya pergeseran pemakaian sehingga dapat menimbulkan berbagai penafsiran. Pergeseran pemakaian yang dimaksud adalah pergeseran makna yang belum begitu jauh, sehingga peneliti bahasa mengenali hubungan makna atau persamaan makna konsep yang baru dengan makna primernya. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Bunga yang spesial di Imlek mandiri kpr (bunga yang istimewa/ bunga sakura)

Makna 2

Bunga spesial, di Imlek mandiri kpr (bunga bank yang istimewa)

Dari uraian sanding makna tersebut, makna 1 dan makna 2 memiliki arti yang berbeda, kata bunga memiliki makna lebih dari satu dilihat dari konteks

kalimatnya. Kata bunga dalam kamus memiliki makna: (i) bagian tumbuhan yang akan menjadi buah, biasanya elok dan harum baunya; (ii) jenis untuk berbagai-bagai bunga. Makna kata bunga masih berkaitan antara makna yang satu dengan yang lain, perbedaan maknanya semata-mata karena adanya pergeseran pemakaian. Makna bunga jika dipakai dalam bahasa tanaman maka akan memiliki makna ‘bagian tumbuhan yang elok dan harum baunya dan jenis untuk berbagai-bagai bunga’, sementara kata bunga jika digunakan pada bahasa marketing atau perbankan maka akan memiliki makna ‘suku bunga atau tarif yang dibenarkan oleh bank atas pinjaman uang’.

Kata bunga pada data (4) memiliki arti bunga bank yaitu suku bunga atau tarif yang dibenarkan oleh bank atas pinjaman uang, dilihat dari sebab terjadinya ambiguitas yaitu adanya pergeseran pemakaian, yaitu dipakai dalam hal perbankan dilihat dari konteks kalimatnya yang juga mengacu pada kredit kebutuhan hunian.

c. Bahasa figuratif

Analisis data 13
Jangan biarkan mimpi indah
mereka terganggu oleh pilek
(JA/LP/09/02/2016)

Data (13) pada kata mimpi merupakan ambiguitas leksikal segi pertama yaitu polisemi. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Mimpi indah yang terganggu oleh pilek (mimpi indah(nama orang))

Makna 2

Mimpi indah terganggu oleh pilek (mimpi baik yang dialami saat tidur)

Dari uraian sanding makna tersebut, makna 1 dan makna 2 memiliki arti yang berbeda. Kata mimpi merupakan ambiguitas leksikal polisemi karena memiliki makna lebih dari satu dan masih kata tersebut masih saling berhubungan dengan makna primernya. Kata mimpi mengalami keambiguan juga karena memungkinkan mengalami makna kias yang pada akhirnya membentuk metafora yaitu pada kata mimpi indah yang merupakan makna kias, sebagai ungkapan

mimpi yang baik. penyimpangan makna ini tidak bersifat berat sebelah, tetapi berdasarkan atas kesamaan tertentu, mimpi indah memiliki kesamaan bentuk dan fungsi.

Dalam mimpi indah pembandingnya adalah mimpi baik yang dialami saat tidur, persamaannya adalah melihat atau mengalami sesuatu dalam tidur. Kata mimpi di dalam kamus mempunyai beberapa makna, yaitu: (i) sesuatu yang dialami saat tidur, (ii) angan-angan. Sedangkan kata indah memiliki dalam kamus bahasa Indonesia memiliki makna: (i) keadaan enak dipandang; (ii) cantik; (iii) elok.

Kata mimpi yang dimaksud pada data (13) mempunyai arti sesuatu yang dialami saat tidur, dilihat dari konteks kalimat dan konteks waktu yaitu di malam hari yang mengacu pada keadaan saat tidur.

d. Pengaruh bahasa lain

Analisis data 19
Harga Perdana 182 JT + PPN
(JA/LP/13/02/2016)

data (19) “Harga Perdana 182 JT + PPN” kata perdana mengalami ambiguitas leksikal

pertama yaitu polisemi yang disebabkan adanya pengaruh bahasa lain. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Harga perdana IM3, 182 Jt + PPN
(harga kartu perdana)

Makna 2

Harga perdana 182 Jt + PPN
(harga jual pertama)

Dari uraian sanding makna tersebut kalimat pada makna 1 dan makna 2 memiliki arti yang berbeda. Masuknya konsep-konsep bahasa lain sering kali pula mengakibatkan penambahan komponen makna kata-kata yang dipengaruhinya. Kata perdana berasal dari bahasa Jawa yang memiliki makna: kaya atau banyak hartanya dan dermawan. Namun sekarang ini kata perdana memiliki fungsi kegunaan yang lebih luas, serta banyak dikombinasikan dan diasumsikan dengan berbagai kata sehingga mempunyai makna ganda. Misalnya, kata perdana digunakan untuk menyebutkan merek kartu telepon seperti kartu perdana IM3, AS dan sebagainya, maka kata perdana memiliki makna 'kartu'. Jika kata perdana digunakan pada lingkungan negara

misalnya, perdana menteri maka kata perdana memiliki makna 'ketua menteri'. Dalam kamus BI, kata perdana memiliki makna:

1. bendahara;
2. pertama.

Kata perdana pada data (19) memiliki makna harga jual pertama, dilihat dari konteks kalimatnya yang mengacu pada harga penjualan dan masih berhubungan dengan makna primernya dalam kamus BI yang juga memiliki makna pertama.

2.2 Homonimi

Dua buah kata atau satuan ujaran yang bentuknya sama tetapi maknanya berbeda, karena masing-masing merupakan kata atau bentuk ujaran yang berlainan, sehingga membuat pembaca salah menafsirkan makna kata yang dibacanya. Di bawah ini data-data yang termasuk ambiguitas leksikal segi kedua, yaitu homonimi. Data sebagai berikut:

- a. Adanya penyingkatan

Data 31
ANGPAU Angsuran Pasti
Untung Daihatsu.
(JA/LH/ 22/02/2016)

Data (31) pada kata ANGPAU merupakan ambiguitas leksikal homonimi karena kata tersebut memiliki bentuk yang sama tetapi memiliki makna yang berbeda. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

ANGPAU dari Daihatsu (hadiah uang dari Daihatsu)

Makna 2

ANGPAU Angsuran Pasti Untung Daihatsu (kata ANGPAU merupakan singkatan/ akronim)

Berdasarkan uraian sanding makna tersebut, data (31) pada kata *ANGPAU* merupakan ambiguitas leksikal homonimi karena menyebabkan penafsiran yang berbeda. Kata *ANGPAU* menjadi ambigu tingkat leksikal homonimi disebabkan adanya penyingkatan kata atau kalimat sehingga menimbulkan homonim. Kata *ANGPAU* merupakan bentuk akronim yang berupa gabungan kombinasi huruf dan suku kata dari deret kata yang ditulis serta dilafalkan sebagai kata yang wajar. Kata ANG berasal dari kata ‘angsuran’, PA berasal dari kata ‘pasti’ dan U berasal dari kata ‘untung Daihatsu’. Dalam kamus

kata *ANGPAU* mempunyai arti: *amplop kecil untuk tempat uang* atau *hadiah/ pemberian uang(pada hari Tahun baru Cina)*. Kata *ANGPAU* pada data (31) memiliki arti bahwa kata *ANGPAU* merupakan kependekan dari *ANGsuran PAsti untung daihatsU*, dilihat dari konteks kalimatnya yang mengacu pada iklan penjualan serta dikaitkan dengan adanya *event* tahun baru Imlek yang identik dengan adanya Angpau sebagai hadiah.

b. Masuknya kata baru

Analisis data 39

Generasi platinum multitalenta (JA/LH/27/02/2016)

data (39) pada kata generasi merupakan ambiguitas leksikal homonimi yang disebabkan masuknya kata-kata baru. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Generasi untuk platinum multitalenta (angkatan untuk anak muda berbakat)

Makna 2

Generasi platinum yang multitalenta (anak muda yang berbakat)

Dari uraian sanding makna tersebut, kalimat ‘generasi’ pada makna 1 dan makna 2 memiliki arti yang berbeda. Dalam proses perkembangannya, BI banyak menerima atau memungut kata-kata asing yang dipergunakan untuk menyatakan konsep-konsep yang baru di dalam berbagai lapangan kehidupan, seperti lapangan sosial, politik, ekonomi, kesenian, dan sebagainya. Dalam prosesnya kata-kata pungutan ini kemudian ada yang mempunyai kesamaan bentuk dengan kata-kata bahasa Indonesia, sehingga terbentuklah pasangan homonim yang baru. Dalam kamus bahasa Indonesia kata generasi mempunyai beberapa makna yaitu: (i) sekalian orang yg kira-kira sama waktu hidupnya; angkatan; turunan; (ii) masa orang-orang satu angkatan hidup. Adapun kata generasi berasal dari bahasa Inggris generation yang kemudian bentuknya diadaptasi dengan lafal BI menjadi generasi. Data (39) pada kata generasi dilihat dari kontek kalimatnya ‘generasi platinum multitalenta’ memiliki arti anak muda yang berbakat.

c. Proses afiksasi

Analisis data 22
Tahapan berjangka
(JA/LH/15/02/2016)

Data (22) pada frasa tahapan berjangka merupakan ambiguitas leksikal homonimi karena kata tersebut memiliki bentuk yang sama tetapi memiliki makna yang berbeda. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sanding makna, berikut identifikasinya.

Makna 1

Tahapan yang memiliki jangka (tahapan yang memiliki tujuan)

Makna 2

Tahapan dengan jangka (tahapan dalam waktu tertentu)

Dari uraian sanding makna tersebut, kalmat pada makna 1 dan makna 2 memiliki arti yang berbeda. Selain itu, frasa tahapan berjangka pada data (22) merupakan ambiguitas yang terbentuk karena adanya proses afiksasi. Kata tahapan berasal dari kata dasar tahap yang mendapat akhiran –an. Kata Tahap dalam kamus bahasa Indonesia memiliki makna (i) bagian dari perkembangan; (ii) bagian dari urutan; (iii) bagian dari sesuatu yang ada awal dan akhir. Kata berjangka juga mengalami proses

afiksasi dengan mendapat awalan ber-, kata berjangka berasal dari kata dasar jangka dalam kamus bahasa Indonesia mempunyai makna: (i) alat untuk membuat bulatan; (ii) ukuran waktu tertentu; (iii) niat, tujuan. Kata tahapan berjangka pada data (10) mempunyai makna tahapan dalam waktu tertentu jika dilihat dari konteks kalimatnya yang mengacu pada proses menabung di bank BCA.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan Bab IV dalam penelitian yang berjudul *Makna Ambiguitas Bahasa Iklan dalam Rubrik Ekonomi Bisnis di Harian Jawa Pos Edisi Februari 2016*. Berfokus pada jenis ambiguitas gramatikal dan leksikal pada iklan komersial dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi Februari 2016. Dari penelitian tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Ambiguitas gramatikal pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi Februari 2016. Data yang ditemukan mengalami proses afiksasi, adanya frasa yang mirip dan ambiguitas dalam konteks.

Sebab terjadinya makna ambiguitas gramatikal bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos banyak ditemukan akibat adanya ambiguitas dalam konteks. Diantaranya adalah beberapa data yang mengalami ambiguitas, yaitu kata “tahun bersama Samsung” yang memiliki makna “Diskon produk Samsung di tahun baru Cina 2016” yang disebabkan adanya ambiguitas dalam konteks, kata “menjelajah” berasal dari kata jelajah dan memiliki makna “menikmati keindahan” yang disebabkan adanya prose afiksasi; dan kata “kapal api” yang memiliki makna “merek kopi instan” yang disebabkan adanya frasa yang mirip.

2. Ambiguitas leksikal pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi Februari 2016. Dilihat dari ambiguitas leksikal (meliputi polisemi dan homonimi). Dari data yang ditemukan pada **ambiguitas leksikal polisemi**, data yang ditemukan mengalami pergeseran pemakaian, spesialisasi lingkungan sosial, adanya bahasa figuratif dan adanya pengaruh bahasa lain. Diantaranya adalah beberapa data yang merupakan ambiguitas leksikal polisemi, yaitu kata “mimpi” yang memiliki makna “sesuatu yang dialami saat tidur”; dan kata “pondok” yang

memiliki makna “perumahan”. Pada **ambiguitas leksikal homonimi**, data yang ditemukan disebabkan masuknya kata-kata baru dalam bahasa Indonesia, adanya proses afiksasi, adanya penyingkatan dan adanya gejala bahasa. Diantaranya adalah beberapa data yang merupakan ambiguitas leksikal homonimi, yaitu kata “HOKI” yang memiliki makna “kependekan dari honda bagi-bagi rejeki”; dan kata “ANGPAU” yang memiliki makna “merupakan kependekan dari angsuran pasti untung Daihatsu”. Sebab terjadinya ambiguitas leksikal yang sering muncul pada bahasa iklan dalam rubrik ekonomi bisnis di harian Jawa Pos edisi februari 2016, pada ambiguitas leksikal tingkat polisemi banyak disebabkan adanya pergeseran pemakaian, sedangkan pada ambiguitas leksikal tingkat homonimi banyak disebabkan adanya kata-kata baru yang masuk pada bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. 2015. *Semantik pengantar studi tentang makna*. Bandung: Sinar Baru Algasindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2010. *Bahasa Jurnalistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- , 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- , 2013. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Harisanty, Deri Ayu Agustin. 2013. *Makna Ketaksamaan Kata-Kata dalam Bahasa SMS pada Lingkungan Peserta Didik Di LBB Jasmine (Kajian Semantik)*. Jombang: STKIP PGRI Jombang Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mujihatini, Siti. 2012. *Makna Ambiguitas pada Facebook Komunitas Mahasiswa KKN-PPM STKIP PGRI Jombang Kecamatan Gudo 2012/2013*. Jombang: STKIP PGRI Jombang Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia.
- Pateda, Mansoer. 2010. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Henry Guntur. 2015. *Pengajaran Semantik*. Bandung: Angkasa.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- Wijana, I Dewa Putu. 2015. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumber Website

- Purwanti, Dewi. 2013. [eprints.ums.ac.id/02-NASKAH-PUBLIKASI.\[25/01/16\]](http://eprints.ums.ac.id/02-NASKAH-PUBLIKASI.[25/01/16])