PENGGUNAAN MAJAS HIPERBOLA DALAM SLOGAN IKLAN MINUMAN DI MEDIA SOSIAL (KAJIAN SEMANTIK)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

CINTIA MADAR SALURANTE BUGI'
NIM : 222111015

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA TORAJA
2026

PENGESAHAN PROGRAM STUDI

PENGGUNAAN MAJAS HIPERBOLA DALAM SLOGAN IKLAN MINUMAN DI MEDIA SOSIAL (KAJIAN SEMANTIK)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat ujian

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Diajukan Oleh

Cintia Madar Salurante Bugi'

222111015

Makale, 2 Maret 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dr. Berthin Simega, M.Pd.

NIDN. 0915016703

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul	:	Penggunaan Majas Hiperbola Dalam Slogan Iklan Minuman Di Media Sosial
Nama	:	Cintia Madar Salurante Bugi'
Nim	:	222111015
Program Studi	:	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Setelah direvisi berdasarkan saran dosen penguji pada ujian skripsi yang dilaksanakan pada Senin tanggal 2 Februari 2026, maka skripsi ini diterima dan disetujui oleh dosen pembimbing.

Makale, 2 Maret 2026

1. Pembimbing I

(Drs. Yakub Tangdibiri', M.Pd.)
NIDN. 0925016501

2. Pembimbing II

(Dr. Milka, S.S., M.Pd.)
NIDN. 0905057701

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Indonesia Toraja dengan S.K. No. HK.06/09/UKI Toraja. DFKIP/2026, untuk memenuhi salah satu syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada hari, Selasa 3 februari 2026.

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

(Dr. Daud Rodi Palimbong, M.Pd.)
NIDN. 0930098202

Panitia Ujian :

1. Ketua : Pembimbing I (Drs. Yakub Tangdibiri', M.Pd.)

2. Sekretaris : Pembimbing II (Dr. Milka, S.S., M.Pd.)

3. Aggota :

   a. Penguji I (Dr. Daud Rodi Palimbong, M.Pd.)

   b. Penguji II (Dr. Rita Tanduk, M.Pd.)

   c. Penguji III (Prof. Dr. Anastasia Baan, M.Pd.)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Cintia Madar Salurante Bugi'

Nim 222111015

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Judul Skripsi :Penggunaan Majas Hiperbola Dalam Slogan Iklan Minuman Di Media Sosial (Kajian Semantik)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akaui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

Makale, 25 Februari 2026

Yang Membuat Pernyataan



Cintia Madar Salurante Bugi'

NIM.222111015

ABSTRAK

Cintia Madar salurante Bugi' (2026), Penggunaan Majas Hiperbola pada Slogan iklan minuman di Media Sosial. Di bawah dosen dosen pembimbing I Drs. Yakub Tandibiri', M.Pd. dan dosen pembingbing II Milka, S.S., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna majas hiperbola yang terdapat dalam Slogan iklan minuman di media sosial. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah (1) Dapat menambahkan pengetahuan penulis tersendiri mengenai makna majas hiperbola dalam slogan iklan minuman di media sosial, (2) dapat menambahkan wawasan bagi pembaca menganai majas hiperbola, (3) sebagai acuan bagi peneliti lanjutan dalam melakukan penelitian tentang majas, (4) sebagai bahan referensi bagi peneliti lanjutan dalam mengkaji majas.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriftif kualitatf. Data dikumpulkan dengan (1) Teknik simak yaitu dengan menyimak dan mengamati slogan iklan minuman di media sosial secara langsung, (2) teknik catat yaitu dengan mencatat nama produk, isi slogan, dan konteks iklannya yang berbentuk majas hiperbola.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa makna majas hiperbola yang digunakan dalam slogan iklan minuman di media sosial yaitu menunjukkan bahasa hiperbola. melebih-lebihkan dari suatu produk sedangkan makna majas hiperbola pada slogan iklan minuman yaitu melebih-lebihkan kualitas rasa, kuunggulan produk . Tujuannya yaitu untuk mempengaruhi konsumen.

Kata kunci : Slogan, iklan, majas hiperbola, makna, semantik.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya kepada Tuhan yang Maha Esa, Oleh karena tuntutan dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Penggunaan Majas Hiperbola Pada Slogan Iklan Minuman di Media Sosial ".

Dalam penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena itu penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang diberikan pembaca yang sifatnya membangun demi menyempurnakan skripsi ini

Penulis menyadari selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, lewat kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor UKI Toraja Bapak Prof. Dr. Oktavianus Pasoloran, S. E., M. Si., Ak. CA. dan staff yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama mengikuti pendidikan di UKI Toraja.
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Bapak Dr. Daud Rodi Palimbong, M. Pd.
3. Bapak Yakub Tandibiri' M. Pd. selaku dosen pembimbing I dan ibu Dr. Milka, S. S., M. Pd. selaku dosen pembimbing II yang selalu mencurahkan tenaga, pikiran, dan waktu dalam memberikan arahan, saran, dan petunjuk kepada penulis.
4. Bapak ibu dosen di lingkup Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, yang telah mendidik penulis selama berkuliah di UKI Toraja

5. Orang tua terkasih, Bapak Matius Ipang S.H. dan Ibu Darma Seniwati Bugi' S.T. terima kasih yang tak terhingga untuk kedua orang tua tercinta, atas segala cinta dan kasih sayangnya yang tak pernah usai, atas segala doa dan harapan yang selalu dipanjatkan segala hal yang terbaik bagi anaknya ini. Terima kasih karena selalu menguatkan dan mengingat untuk selalu bersabar, untuk selalu berdoa dan menaruh segala harapan kepada-Nya, serta tidak cepat mengeluh dan menyerah menghadapi berbagai cobaan yang dialami dari awal masuk kuliah hingga boleh sampai pada tahap akhir perkuliahan yaitu penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Teristimewa saudara saudariku Andika Rama Salurante Bugi' S.M , Febrianto Madar Salurante Bugi' S. M , Randi Linggi Allo, Putri Linggi Allo, dan Qinar Linggi Allo serta kepada kakek dan nenek serta seluruh rumpun keluarga yang begitu setia mendoakan, menemani dan memotivasi serta memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan tepat waktu di UKI Toraja.
7. Rambo Tandiara sebagai patner yang telah memberikan semangat, bantuan, tenaga, dan pendengar yang baik bagi penulis.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 22 kelas Makale yang saling mendukung dan memberi motivasi kepada penulis selama kuliah di UKI Toraja.

Makale, 9 Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
PENGESAHAN PROGRAM STUDI ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI ..... **iv**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 4
C. Rumusan Masalah 5
D. Tujuan Penelitian 5
E. Manfaat Hasil Penelitian 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **6**
A. Kajian Teori 6
1. Bahasa Iklan 6
2. Majas Dalam Bahasa Indonesia 8
3. Jenis-Jenis Majas 10
4. Majas Hiperbola 18
5. Slogan 21
6. Iklan 21
7. Makna Slogan Iklan 22
B. Hasil Penelitian Relevan 24
BAB III METODE PENELITIAN **27**
A. Jenis Penelitian 27
B. Data dan Sumber Data 28
1. Data 28
2. Sumber Data 28

C. Teknik Pengumpulan Data 28
1. Teknik Simak 29
2. Teknik Catat 29
D. Teknik Analisis Data 30
BAB IV HASIL PENELITIAN 31
A. Hasil Penelitian 31
1. Identitas data 31
2. Analisis data 35
B. Pembahasan 48
BAB V PENUTUP 50
A. Simpulan 50
B. Saran 51
DAFTAR PUSTAKA 52
LAMPIRAN 53