

**GAYA BAHASA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
BERBAHASA MELAYU DALAM RADIO PONTIANAK:  
KAJIAN STEREOTIPE GENDER**

**SKRIPSI**

**OLEH  
ARIFIN  
NIM F1011211032**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2025**

**GAYA BAHASA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
BERBAHASA MELAYU DALAM RADIO PONTIANAK:  
KAJIAN STEREOTIPE GENDER**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia  
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni**

**OLEH  
ARIFIN  
NIM F1011211032**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2025**

**GAYA BAHASA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
BERBAHASA MELAYU DALAM RADIO PONTIANAK:  
KAJIAN STEREOTIPE GENDER**

**SKRIPSI**

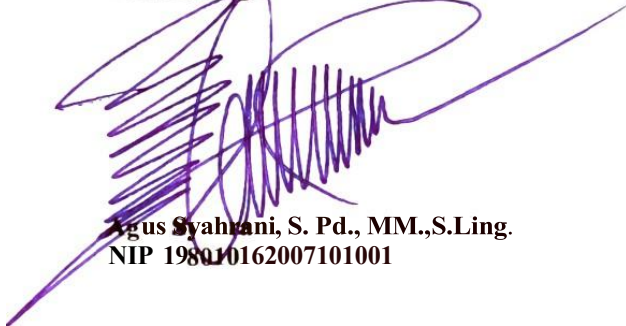
**Tanggung Jawab Yuridis Material Pada  
Peneliti,**



**Arifin  
NIM F1011211032**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing Pertama**



**Agus Syahrani, S. Pd., MM., S.Ling.  
NIP 198010162007101001**

**Pembimbing Kedua,**



**Dedi Ari Asfar, S.Pd., M.Lett., M.Pd.  
NIP 197901172001121003**

**Disahkan Oleh:**

**Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**Universitas Tanjungpura**


**Drona Alimani T, M.Pd.  
NIP 196604011991021001**

**Lulus tanggal: 24 Februari 2025**

**GAYA BAHASA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
BERBAHASA MELAYU DALAM RADIO PONTIANAK:  
KAJIAN STEREOTIPE GENDER**

**SKRIPSI**

**Tanggung Jawab Yuridis Material Pada**

**Peneliti,**

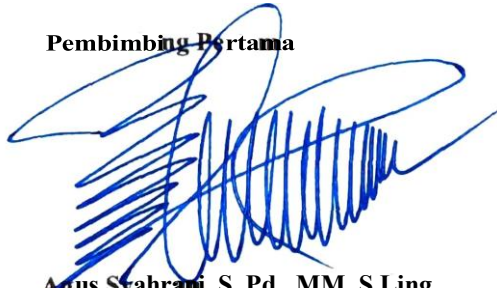


**Arifin**

**NIM F1011211032**

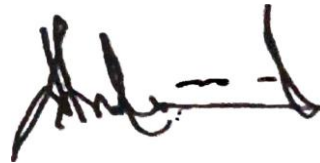
**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing Pertama**



**Agus Syahrani, S. Pd., MM., S.Ling.**  
**NIP 198010162007101001**

**Pembimbing Kedua,**



**Dedy Ari Asfar, S.Pd., M.Lett., M.Pd.**  
**NIP 197901172001121003**

**Disahkan Oleh:**

**Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni**



**Dr. Agus Wartiningih, M.Pd.**  
**NIP 197908162002122002**

**GAYA BAHASA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
BERBAHASA MELAYU DALAM RADIO PONTIANAK:  
KAJIAN STEREOTIPE GENDER**

**SKRIPSI**

**Tanggung Jawab Yuridis Material Pada**

**Peneliti,**



**Arifin**

**NIM F1011211032**

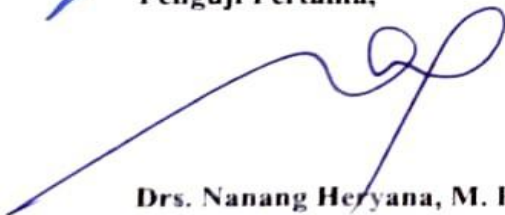
**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing Pertama,**



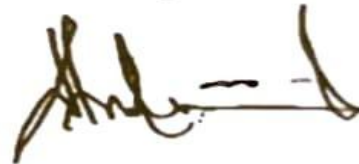
**Agus Syahrani, S. Pd., MM., S.Ling.  
NIP 198010162007101001**

**Penguji Pertama,**



**Drs. Nanang Heryana, M. Pd.  
NIP 196107051988101001**

**Pembimbing Kedua,**



**Dedy Ari Asfar, S.Pd., M.Lett., M.Pd.  
NIP 197901172001121003**

**Penguji Kedua,**



**Dr. Agus Wartiningsih, M.Pd.  
NIP 197908162002122002**

**Disahkan Oleh:**

**Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia**



**Drs. Ahmad Rabi'ul Muzammil, M.Si.  
NIP 196706191993031002**

### **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Arifin

NIM : F1011211032

Jurusan/Prodi : Pendidikan Bahasa dan Seni/Pendidikan Bahasa Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi/tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi/tesis ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, Februari 2025  
Yang membuat pernyataan,



**Arifin**  
NIM F1011211032

## BIODATA PENULIS

Nama : Arifin

Tempat, Tanggal Lahir : Mentibar, 29 Mei 2001

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Status dalam Keluarga : Anak pertama dari tiga bersaudara

Alamat : Jl. Raya Mentibar Paloh, Sambas

Telepon : 0857-5059-7203

Alamat Surel : arifinhafizhahullah@gmail.com

Riwayat Pendidikan : 1. SD/MI Mentibar  
2. SMP Islam Akhlakul Karimah Paloh  
3. SMP Negeri 7 Paloh  
4. SMA Negeri 1 Paloh  
5. FKIP Universitas Tanjungpura

### Identitas Orang Tua

#### A. Ayah

Nama : Zarnal

Agama : Islam

Pekerjaan : Pekebun/Peternak

#### B. Ibu

Nama : Yatim  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya kepada kita sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul “Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat Berbahasa Melayu dalam Radio Pontianak: Kajian Stereotype Gender”. Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Jurusan Pendidikan dan Seni, Universitas Tanjungpura. Skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya berkat dukungan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak yang membantu peneliti selama proses penyusunan. Oleh karena itu, peneliti mengungkapkan rasa syukur dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, sebagai berikut:

1. Bapak Agus Syahrani, S.Pd., M.M., S.Ling. selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu memberikan kritik dan saran dalam proses penulisan skripsi penelitian ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan dimudahkan rezekinya serta dilancarkan segala urusannya.
2. Bapak Dedy Ari Asfar, S.Pd., M.Lett., M.Pd. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran mengenai skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kemurahan rezeki serta selalu berada dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa.
3. Drs. Nanang Heryana, M.Pd., selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan bimbingan dan saran mengenai skripsi ini. Peneliti mengharapkan kritik dan saran

guna membantu peneliti untuk menjadi yang lebih baik kedepannya. Semoga sehat selalu, dilancarkan rezekinya dan selalu dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa.

4. Dr. Agus Wartiningsih, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura dan dosen penguji kedua yang telah menyetujui skripsi ini. Peneliti mengharapkan kritik dan saran guna membantu peneliti untuk mengembangkan diri supaya menjadi lebih baik untuk kedepannya. Semoga senantiasa diberikan nikmat sehat dan rezeki yang berlimpah serta dilancarkan segala urusannya.
5. Dr. Sisilya Saman Madeten, M.Pd., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis dan memberikan kritik dan saran selama masa perkuliahan serta menyetujui proposal penelitian ini dengan berbagai masukan yang membangun sehingga penulis lancar dalam proses penyusunan proposal ini. Semoga Tuhan selalu memberikan kesehatan dan keberkahan atas kebaikan dan kesabaran Ibu kepada penulis.
6. Drs. Ahmad Rabiul Muzammil, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmu, saran, dan masukan yang membangun kepada penulis. Semoga senantiasa diberikan keberkahan oleh Allah swt.
7. Dr. H. Ahmad Yani T, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tanjungpura yang telah memberikan kemudahan dan

fasilitas yang sangat memadai dalam penyusunan proposal ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan dilancarkan rezekinya.

8. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta motivasi selama proses perkuliahan. Semoga senantiasa dilindungi dan diberikan kesehatan oleh Tuhan Yang Maha Esa.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia angkatan 2021 yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi agar tetap kuat dan semangat dalam menyelesaikan studi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan. Peneliti juga mengharapkan dan menghargai adanya kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Pontianak, Februari 2025  
Peneliti,

**Arifin**  
NIM F1011211032

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Pengesahan Skripsi.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	17
1.6 Penjelasan Istilah .....	17
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
2.1 Gaya Bahasa.....	19
2.2 Iklan Layanan Masyarakat.....	51
2.3 Stereotipe Gender.....	53

2.4 Bahasa Melayu Pontianak.....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>63</b>
3.1 Metode Penelitian .....	63
3.2 Bentuk Penelitian.....	63
3.3 Pendekatan Penelitian.....	64
3.4 Sumber dan Data Penelitian.....	64
3.4.1 Sumber Data Penelitian.....	64
3.4.2 Data Penelitian.....	65
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.5.2 Alat Pengumpulan Data.....	66
3.6 Teknik Analisis Data.....	67
3.7 Teknik Menguji Keabsahan Data .....	67
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>70</b>
4.1 Data Iklan Layanan Masyarakat dalam Radio.....	70
4.2 Gaya Bahasa dalam Iklan .....	79
4.2.1 Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata.....	79
4.2.2 Gaya Bahasa Berdasarkan Nada.....	126
4.2.3 Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat.....	163
4.2.4 Gaya Bahasa Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	198

4.3 Stereotipe Gender dalam Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat...	252
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>266</b>
5.1 Simpulan.....	266
5.2 Saran .....	271
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>273</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Bekisai dan Gebar (RRI Pontianak).....	70
Tabel 2 Program Rehab BPJS Kesehatan (RRI Pontianak).....	71
Tabel 3 Berbakti Memuliakan Orang Tua (RRI Pontianak).....	71
Tabel 4 Kartu Pra Kerja (RRI Pontianak).....	72
Tabel 5 Cegah Hepatitis Akut (RRI Pontianak).....	73
Tabel 6 Lato-lato (RRI Pontianak).....	74
Tabel 7 Suduk (RRI Pontianak).....	75
Tabel 8 Cerdas Memilih Hewan Kurban (RRI Pontianak).....	76
Tabel 9 Jangan Membuang Sampah di Paret (RRI Pontianak).....	77
Tabel 10 PLN (RRI Pontianak).....	78
Tabel 11 Bekisai dan Gebar Berdasarkan Pilihan Kata.....	80
Tabel 12 Program Rehab BPJS Kesehatan Berdasarkan Pilihan Kata.....	84
Tabel 13 Berbakti Memuliakan Orang Tua Berdasarkan Pilihan Kata.....	88
Tabel 14 Kartu Pra Kerja Berdasarkan Pilihan Kata.....	91
Tabel 15 Cegah Hepatitis Akut Berdasarkan Pilihan Kata.....	96
Tabel 16 Lato-lato Berdasarkan Pilihan Kata.....	100
Tabel 17 Suduk Berdasarkan Pilihan Kata.....	105
Tabel 18 Cerdas Memilih Hewan Kurban Berdasarkan Pilihan Kata.....	108
Tabel 19 Jangan Membuang Sampah di Paret Berdasarkan Pilihan Kata.....	113
Tabel 20 PLN Berdasarkan Pilihan Kata.....	119

Tabel 21 Bekisai dan Gebar Berdasarkan Nada.....	123
Tabel 22 Program Rehab BPJS Kesehatan Berdasarkan Nada.....	126
Tabel 23 Berbakti Memuliakan Orang Tua Berdasarkan Nada.....	130
Tabel 24 Kartu Pra Kerja Berdasarkan Nada.....	132
Tabel 25 Cegah Hepatitis Akut Berdasarkan Nada.....	136
Tabel 26 Lato-lato Berdasarkan Nada.....	140
Tabel 27 Suduk Berdasarkan Nada.....	143
Tabel 28 Cerdas Memilih Hewan Kurban Berdasarkan Nada.....	147
Tabel 29 Jangan Membuang Sampah di Parit Berdasarkan Nada.....	151
Tabel 30 PLN Berdasarkan Nada.....	156
Tabel 31 Bekisai dan Gebar Berdasarkan Struktur Kalimat.....	160
Tabel 32 Program Rehab BPJS Kesehatan Berdasarkan Struktur Kalimat.....	162
Tabel 33 Berbakti Memuliakan Orang Tua Berdasarkan Struktur Kalimat.....	166
Tabel 34 Kartu Pra Kerja Berdasarkan Struktur Kalimat.....	168
Tabel 35 Cegah Hepatitis Akut Berdasarkan Struktur Kalimat.....	171
Tabel 36 Lato-lato Berdasarkan Struktur Kalimat.....	175
Tabel 37 Suduk Berdasarkan Struktur Kalimat.....	179
Tabel 38 Cerdas Memilih Hewan Kurban Berdasarkan Struktur Kalimat.....	182
Tabel 39 Jangan Membuang Sampah di Paret Berdasarkan Struktur Klaimat.....	186
Tabel 40 PLN Berdasarkan Struktur Kalimat.....	191
Tabel 41 Bekisai dan Gebar Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	196



Tabel 42 Program Rehab BPJS Kesehatan Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	199
Tabel 43 Berbakti Memuliakan Orang Tua Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	204
Tabel 44 Kartu Pra Kerja Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	206
Tabel 45 Cegah Hepatitis Akut Berdasrakan Langsung Tidaknya Makna.....	211
Tabel 46 Lato-lato Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	217
Tabel 47 Suduk Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	224
Tabel 48 Cerdas Memilih Hewan Kurban Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	229
Tabel 49 Jangan Membuang Sampah di Paret Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	236
Tabel 50 PLN Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna.....	244
Tabel 51 Stereotipe Gender Dalam Iklan.....	249

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap stereotip gender dalam gaya bahasa iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak di radio Pontianak. Fokus penelitian mencakup analisis gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna, serta identifikasi stereotip gender pria dan wanita dalam iklan. Data penelitian berupa iklan dari Radio Mujahidin FM, Radio Diah Rosanti, dan RRI Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan stilistika. Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi gaya bahasa pada iklan, seperti gaya tidak resmi dan percakapan, serta nada menengah, mulia bertenaga, dan sederhana. Struktur kalimat mencakup gaya klimaks, antiklimaks, repetisi, paralelisme, dan antitesis. Terdapat pula gaya retorik dan kiasan. Penelitian ini mengungkap stereotip gender dalam narasi iklan, di mana pria digambarkan rasional dan wanita emosional. Temuan ini menunjukkan peran penting bahasa dalam membentuk persepsi gender serta relevansi budaya lokal dalam komunikasi publik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pembuatan iklan yang lebih inklusif dan efektif, sekaligus mendukung pelestarian budaya Melayu Pontianak.

**Kata Kunci:** stereotipe, gender, pria dan wanita, gaya bahasa , iklan radio.

## **ABSTRACT**

*This study aims to uncover gender stereotypes in the linguistic styles of Malay-language public service advertisements broadcast on Pontianak radio stations. The research focuses on analyzing language styles based on word choice, tone, sentence structure, and literal or figurative meanings, as well as identifying male and female gender stereotypes within the advertisements. The data comprises advertisements from Mujahidin FM, Diah Rosanti, and RRI Pontianak radio stations. Employing a descriptive qualitative method with a stylistic approach, the findings reveal various language styles, informal and conversational styles, as well as tones classified as moderate, noble and forceful, and simple. Sentence structures include styles such as climax, anticlimax, repetition, parallelism, and antithesis, alongside rhetorical and figurative styles. This study highlights the presence of gender stereotypes in the narratives, where men are portrayed as rational and women as emotional. The findings demonstrate the critical role of language in shaping gender perceptions and emphasize the cultural significance of local Malay in public communication. The results are expected to guide the creation of more inclusive and effective advertisements while supporting the preservation of Pontianak Malay culture.*

**Keywords:** *stereotype, gender, male and female, language style, radio advertisement.*

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

Pada bagian pendahuluan ini, terdapat latar belakang, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat hasil penelitian, ruang lingkup penelitian, dan penjelasan istilah yang digunakan.

#### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu komponen penting dari komunikasi manusia sehari-hari adalah gaya bahasa, yang mencakup kata-kata, frasa, intonasi, dan ekspresi wajah seseorang saat berbicara. Gaya bahasa dalam percakapan dapat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan, dipahami, dan diterima oleh orang-orang dalam percakapan. Sebagai contoh, cara orang menggunakan bahasa formal atau informal dapat memengaruhi cara mereka berbicara. Selain itu, gaya bahasa orang yang berbicara dapat menunjukkan kepribadian, budaya, dan sosial mereka.

Penelitian tentang gaya bahasa dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak di radio Pontianak penting dilakukan untuk memahami lebih dalam bagaimana pesan-pesan sosial disampaikan kepada masyarakat lokal. Dalam konteks ini, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium yang mempengaruhi persepsi dan tindakan pendengarnya. Dengan mengeksplorasi gaya bahasa yang digunakan, semua pihak dapat mengidentifikasi teknik-teknik retorik dan linguistik yang efektif dalam menyampaikan pesan sosial.

Ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pengiklan dan pembuat kebijakan dalam merancang kampanye yang lebih persuasif dan berdaya guna.

Melayu Pontianak memiliki kekhasan tersendiri yang membedakannya dari varian Melayu lainnya. Bahasa ini dipengaruhi oleh berbagai budaya dan sejarah lokal yang kaya, sehingga penelitian tentang gaya bahasa dalam konteks ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika budaya dan sosial setempat. Selain itu, bahasa Melayu Pontianak yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat di radio sering kali mencerminkan nilai-nilai dan norma-norma masyarakat setempat, sehingga penting untuk mempelajari bagaimana bahasa tersebut dapat digunakan untuk mendukung perubahan sosial yang positif.

Radio Pontianak merupakan media yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Meskipun media digital semakin populer, radio tetap menjadi salah satu sumber informasi utama bagi banyak orang di daerah ini, terutama mereka yang berada di daerah terpencil. Oleh karena itu, iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui radio memiliki potensi besar untuk mencapai audiens yang luas dan beragam. Memahami gaya bahasa yang digunakan dalam iklan-iklan ini dapat membantu meningkatkan efektivitas komunikasi dan memastikan pesan diterima dengan baik oleh semua lapisan masyarakat.

Penggunaan gaya bahasa yang tepat dalam iklan layanan masyarakat sangat penting untuk menarik perhatian pendengar dan mendorong mereka untuk bertindak. Gaya bahasa yang menarik dan persuasif dapat meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial yang penting, seperti kesehatan, keselamatan, dan pendidikan.

Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai gaya bahasa yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak di radio Pontianak, serta bagaimana gaya bahasa tersebut mempengaruhi penerimaan dan respons pendengar.

Selain itu, penelitian ini juga akan melihat bagaimana penggunaan bahasa Melayu Pontianak dalam iklan layanan masyarakat dapat memperkuat identitas budaya lokal. Di era globalisasi, mempertahankan dan mempromosikan bahasa dan budaya lokal menjadi semakin penting. Iklan layanan masyarakat yang menggunakan bahasa lokal dapat membantu menjaga keberlanjutan bahasa tersebut dan memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota komunitas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dari segi komunikasi, tetapi juga dari segi pelestarian budaya.

Iklan layanan masyarakat memainkan peran penting dalam mendidik masyarakat tentang berbagai isu penting. Namun, efektivitas iklan ini sangat bergantung pada cara penyampaiannya. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi komunikasi yang paling efektif untuk iklan layanan masyarakat di radio Pontianak. Hal ini termasuk analisis tentang pilihan kata, struktur kalimat, dan teknik persuasif lainnya yang digunakan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi pendengar.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan mengkaji peran radio sebagai media komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesan sosial. Radio memiliki kelebihan dalam hal jangkauan dan aksesibilitas, terutama di daerah-daerah terpencil. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana radio dapat

digunakan secara optimal untuk menyampaikan iklan layanan masyarakat. Penelitian ini akan melihat bagaimana stasiun radio di Pontianak memilih dan menyusun konten iklan layanan masyarakat, serta bagaimana mereka menyesuaikan gaya bahasa agar sesuai dengan audiens lokal.

Penelitian ini difokuskan pada iklan layanan masyarakat (ILM) berbahasa Melayu Pontianak karena memiliki karakteristik budaya dan bahasa yang unik. Sebagai salah satu bentuk komunikasi massa, iklan layanan masyarakat memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan sosial kepada masyarakat. Pilihan untuk meneliti iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak bukan iklan lainnya didasarkan pada keunikan bahasa Melayu Pontianak yang menjadi identitas budaya daerah tersebut. Keunikan ini penting untuk dikaji karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pesan sosial disampaikan dan diterima oleh masyarakat lokal. Selain itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pelestarian dan pengembangan bahasa dan budaya lokal.

Kota Pontianak, sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Barat, memiliki populasi yang beragam dengan budaya dan bahasa yang kaya. Bahasa Melayu Pontianak adalah salah satu bahasa utama yang digunakan oleh masyarakat setempat. Penggunaan bahasa ini dalam iklan layanan masyarakat memungkinkan pesan-pesan sosial untuk lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat lokal. Dalam konteks ini, penelitian terhadap iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak akan membantu memahami bagaimana bahasa lokal digunakan secara efektif dalam komunikasi massa. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi dampak

dari penggunaan bahasa lokal dalam iklan layanan masyarakat terhadap kesadaran dan perilaku masyarakat.

Iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan terkait kesehatan, lingkungan, pendidikan, dan isu-isu sosial lainnya. Keefektifan iklan layanan masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut sangat bergantung pada penggunaan bahasa dan budaya lokal. Dengan memahami karakteristik dan keefektifan iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak, semua pihak dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk berbagai program sosial.

Penelitian ini juga relevan dalam konteks kebijakan publik dan pengembangan program sosial. Dengan meneliti iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih tepat untuk pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam merancang dan melaksanakan kampanye sosial. Penggunaan bahasa dan budaya lokal dalam iklan layanan masyarakat dapat meningkatkan efektivitas program-program tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti dan praktisi komunikasi dalam mengembangkan iklan layanan masyarakat di daerah lain dengan karakteristik budaya yang berbeda. Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang penggunaan bahasa lokal dalam komunikasi massa.

Bahasa Melayu Pontianak memiliki posisi yang unik dan penting dalam konteks linguistik dan budaya di Indonesia, khususnya di Kalimantan Barat. Bahasa ini tidak hanya merupakan sarana komunikasi sehari-hari bagi masyarakat



Pontianak, tetapi juga mencerminkan identitas dan kekayaan budaya setempat. Dalam konteks iklan layanan masyarakat, penggunaan bahasa daerah seperti Melayu Pontianak dapat memberikan dampak yang lebih kuat dan relevan, terutama dalam menjangkau masyarakat lokal secara efektif.

Iklan layanan masyarakat bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada publik, seperti informasi kesehatan, pendidikan, dan lingkungan. Penggunaan bahasa Melayu Pontianak dalam iklan-iklan tersebut dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat setempat karena mereka lebih akrab dengan bahasa dan konteks budaya yang digunakan. Secara historis, bahasa Melayu Pontianak telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan perubahan sosial dan budaya di daerah tersebut. Melalui penelitian ini dapat dipahami bagaimana bahasa Melayu Pontianak telah beradaptasi dan tetap relevan dalam konteks modern, termasuk dalam media komunikasi seperti iklan layanan masyarakat. Hal ini juga akan memberikan wawasan mengenai dinamika bahasa dan peran penting bahasa daerah dalam menjaga keberagaman linguistik di Indonesia.

Dalam beberapa dekade terakhir, ada kecenderungan globalisasi yang mempengaruhi penggunaan bahasa daerah, termasuk bahasa Melayu Pontianak. Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam media massa sering kali mendominasi, mengakibatkan berkurangnya penggunaan bahasa daerah. Oleh karena itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyoroti pentingnya pelestarian bahasa Melayu Pontianak melalui media yang berdampak luas seperti iklan layanan masyarakat.

Selain aspek linguistik, penelitian ini juga akan mengeksplorasi aspek sosiolinguistik dari penggunaan bahasa Melayu Pontianak dalam iklan layanan masyarakat. Ini termasuk analisis bagaimana bahasa ini digunakan dalam berbagai konteks sosial dan budaya, serta bagaimana masyarakat Pontianak merespon pesan-pesan yang disampaikan dalam bahasa mereka sendiri. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara bahasa, budaya, dan komunikasi publik.

Penelitian ini juga akan melihat bagaimana bahasa Melayu Pontianak dapat digunakan untuk menciptakan iklan layanan masyarakat yang kreatif dan menarik. Melalui analisis contoh-contoh iklan yang ada, dapat dilihat strategi-strategi linguistik dan retorika yang digunakan untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara efektif. Hal ini dapat memberikan panduan bagi pembuat iklan dan komunikator publik dalam merancang pesan yang lebih efektif dan sesuai dengan budaya lokal.

Dengan memahami lebih dalam tentang penggunaan bahasa Melayu Pontianak dalam iklan layanan masyarakat, semua pihak juga dapat mengembangkan strategi untuk meningkatkan kesadaran dan penghargaan terhadap bahasa dan budaya lokal. Ini penting dalam upaya pelestarian bahasa daerah, yang sering kali terancam oleh dominasi bahasa nasional dan global. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada upaya pelestarian bahasa Melayu Pontianak dengan menunjukkan nilai dan relevansinya dalam komunikasi publik.

Dilansir dari Wikipedia, setidaknya di Kota Pontianak terdapat 23 stasiun radio yang mengudara di kota ini. Jumlah ini tidak termasuk radio yang mengudara secara amatir atau radio amatir. Radio amatir adalah hobi komunikasi dua arah menggunakan frekuensi radio. Orang-orang yang berpartisipasi dalam hobi ini disebut radio amatir atau amatir radio. Dari 23 stasiun radio yang mengudara, ada sejumlah radio yang menggunakan Bahasa Melayu Pontianak, baik itu dalam program acara tertentu atau iklan. Sejumlah radio yang terpantau menggunakan bahasa Melayu dalam siaran atau iklan misalnya Radio Mujahidin FM, RRI Pontianak, Radio Sonora, Radio Diah Rosanti, dan Radio Volare.

Radio merupakan salah satu media yang efektif untuk penyebaran iklan layanan masyarakat karena jangkauannya yang luas dan kemampuannya menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Di Pontianak, beberapa stasiun radio seperti Radio Diah Rosanti, Radio Mujahidin FM, dan Radio RRI Pontianak memiliki peran strategis dalam penyebaran iklan layanan masyarakat. Radio memiliki keunggulan tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesan iklan layanan masyarakat, terutama di daerah yang akses internetnya masih terbatas. Meskipun televisi dan internet menawarkan alternatif, radio tetap menjadi pilihan utama bagi sebagian besar masyarakat Pontianak. Selain itu, radio memiliki kemampuan untuk mencapai pendengar di berbagai lokasi, termasuk daerah pedesaan yang mungkin sulit dijangkau oleh media lain.

Radio Diah Rosanti, Radio Mujahidin FM, dan Radio RRI Pontianak dipilih sebagai objek penelitian karena ketiganya memiliki audiens yang berbeda dan

beragam. Radio Diah Rosanti dikenal dengan program-program hiburannya yang menarik pendengar dari kalangan muda. Sementara itu, Radio Mujahidin FM lebih fokus pada konten religius yang menarik pendengar dari kalangan Muslim. Di sisi lain, Radio RRI Pontianak sebagai stasiun radio publik memiliki audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan meneliti ketiga stasiun radio ini, dapat dipahami bagaimana berbagai jenis iklan layanan masyarakat diterima oleh kelompok pendengar yang berbeda.

Stereotype gender merupakan konsep yang mengacu pada pandangan atau keyakinan umum mengenai peran dan sifat yang seharusnya dimiliki oleh pria dan wanita dalam masyarakat. Di Indonesia, stereotype gender masih kerap muncul dalam berbagai media, termasuk iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat sering kali dianggap sebagai alat edukatif yang memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu sosial. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana stereotype gender dipresentasikan dalam iklan layanan masyarakat di media, khususnya radio, yang memiliki jangkauan luas di kalangan masyarakat Pontianak.

Radio di Pontianak masih memiliki pendengar dan pengaruh di Kalimantan Barat, dengan beragam pendengar dari berbagai latar belakang sosial. Mengingat radio masih menjadi sumber informasi penting di daerah ini, iklan layanan masyarakat yang disiarkan memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik. Studi mengenai stereotype gender dalam iklan layanan masyarakat di radio Pontianak akan memberikan wawasan mengenai sejauh mana media ini

merefleksikan atau memperkuat stereotype tersebut. Dengan mengetahui hal ini, dapat dikembangkan strategi untuk mengurangi dampak negatif stereotype gender.

Penelitian tentang stereotype gender dalam iklan layanan masyarakat di radio Pontianak juga relevan untuk menilai sejauh mana kesetaraan gender telah dicapai dalam komunikasi publik. Stereotype gender yang terus dipromosikan dapat menghambat upaya menuju kesetaraan gender dengan mempertahankan pandangan tradisional yang membatasi peran pria dan wanita. Analisis terhadap konten iklan dapat mengungkap pola-pola yang ada dan membantu mengidentifikasi area yang memerlukan perubahan. Hasil penelitian ini bisa digunakan oleh pembuat kebijakan dan pengelola media untuk merancang iklan yang lebih sensitif gender.

Selain itu, studi ini penting karena dapat memberikan gambaran tentang dampak iklan terhadap persepsi gender di kalangan pendengar radio. Persepsi ini tidak hanya memengaruhi pandangan individu terhadap peran gender, tetapi juga berpotensi mempengaruhi perilaku sehari-hari. Dengan memahami bagaimana iklan layanan masyarakat dapat membentuk persepsi ini, dengan demikian dapat diambil langkah-langkah untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kesetaraan gender. Penelitian ini akan menjadi dasar untuk kampanye edukatif yang lebih efektif dan inklusif.

Dalam konteks akademik, penelitian ini dapat berkontribusi pada literatur yang ada mengenai gender dan media. Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai representasi gender dalam media, sedikit yang secara spesifik meneliti iklan layanan masyarakat di radio lokal. Studi ini akan menambah pengetahuan

mengenai bagaimana media lokal mempengaruhi konstruksi sosial mengenai gender. Hasil penelitian ini juga dapat dibandingkan dengan studi lain di berbagai wilayah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Objek penelitian ini yaitu iklan layanan masyarakat yang berasal dari RRI Pontianak Pro 4 terdiri atas iklan 1) *bekisai* dan *gebar*, 2) program rehab BPJS Kesehatan, 3) berbakti memuliakan orang tua, 4) kartu pra kerja, 5) cegah hepatitis akut, 6) lato-lato, 7) *sudu'*, 8) cerdas memilih hewan kurban. Kemudian iklan yang berasal dari Radio Diah Rosanti yaitu 9) jangan membuang sampah di parit dan dari Radio Mujahidin FM yaitu 10) iklan PLN.

Perlu dikemukakan bahwa penelitian terhadap gaya bahasa dalam iklan layanan masyarakat pernah dilakukan. Berdasarkan hasil penelusuran ada beberapa penelitian relevan yang pernah dilakukan sebelumnya sebagai berikut.

1. *Analisis Gaya Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat di Instagram pada Masa Pandemi Covid-19*. Penelitian ini dilakukan pada tahun oleh Arisdayanti (2021) Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Muslim Maros yang diterbitkan oleh Jurnal Idiomatik. Penelitian ini menjelaskan tentang bentuk-bentuk gaya bahasa dalam iklan tentang Covid-19 yang terdapat dalam poster di Instagram. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung atau pengamatan langsung dari poster atau gambar di Instagram. Analisis digunakan berdasarkan data kualitatif dengan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis gaya Bahasa pada iklan layanan masyarakat di

instagram ditemukan 20 data meliputi personifikasi, hiperbola, dan anafora yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat di Instagram.

2. *Gaya Bahasa dalam Iklan Produk Kecantikan Wajah Majalah Femina Edisi Agustus 2019-April 2020*. Penelitian ini dilakukan oleh Devi Ayuning Wulandari (2022) dari Universitas Jenderal Soedirman. Penelitian ini menjelaskan tentang gaya bahasa struktur kalimat dan langsung tidaknya makna yang digunakan dalam Majalah Femina. Pengumpulan data dilakukan dengan metode simak dan catat. Pilah Unsur Penentu (PUP) dan teknik lanjutan yang berupa teknik hubung banding memperbedakan. Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini disajikan secara informal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang digunakan dalam iklan produk kecantikan wajah di majalah Femina edisi Agustus 2019-April 2020, yaitu 34 gaya bahasa klimaks dan 13 gaya bahasa antiklimaks, sedangkan jenis gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang digunakan dalam iklan tersebut, yaitu 1 gaya bahasa aliterasi, 1 gaya bahasa asonansi, 3 gaya bahasa erotesis, 5 gaya bahasa hiperbola, 5 gaya bahasa metafora, 35 gaya bahasa personifikasi, 1 gaya bahasa alusi, 1 gaya bahasa epitet, dan 6 gaya bahasa simile

3. *Gaya Bahasa dalam Slogan Iklan Produk Makanan Ringan di Televisi*. Penelitian ini dilakukan oleh Diajeng Ragil Pangestu (2022) dari Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menjelaskan tentang gaya bahasa repetisi dan retorik dalam iklan produk makanan di televisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi. Teknik

analisis data yang digunakan yaitu persiapan/pengumpulan data, tabulasi, analisis, dan penarikan kesimpulan. Adapun hasil penelitian terdapat 30 data slogan iklan produk makanan ringan di televisi yang mengandung gaya bahasa repetisi dan retorik. Sebanyak 12 data mengandung gaya bahasa repetisi dan 18 data mengandung gaya bahasa retorik. Bentuk slogan didominasi dengan satuan bahasa frasa dan menggunakan ragam tulis, lisan, dan informal.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam sejumlah penelitian di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama meneliti gaya bahasa dalam sebuah wacana. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek yang diteliti, cakupan gaya bahasa, dan bahasa yang diteliti. Penelitian 1) objek penelitiannya adalah gaya bahasa iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 di Instagram dalam gambar atau poster; 2) objek penelitiannya adalah iklan produk kecantikan di majalah dengan cakupan gaya bahasa struktur kalimat dan tidak langsungnya makna; 3) objek penelitiannya adalah gaya bahasa iklan dalam televisi. Adapun penelitian yang akan penulis lakukan, yang membedakannya dengan penelitian di atas adalah objek penelitiannya, iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu Pontianak. Selain itu yang menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya adalah isu stereotipe gender yang ikut dibahas dalam penelitian ini.

Gaya bahasa dalam iklan memiliki dampak yang signifikan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Melalui penelitian ini, dapat dipahami bagaimana gaya bahasa dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu



memiliki keunikan tersendiri, khususnya di wilayah Pontianak. Pemilihan iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu menjadi penting karena bahasa adalah kunci utama dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada target audiens, sementara memilih iklan di dalam radio Pontianak mempertimbangkan konteks lokal yang memengaruhi persepsi dan respon audiens terhadap pesan yang disampaikan. Pendekatan stereotipe gender menjadi relevan karena menggali bagaimana iklan tersebut mungkin memperpetuasi atau menantang stereotipe gender yang ada, memungkinkan pengembangan strategi komunikasi yang lebih inklusif dan efektif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan yang penting dalam meningkatkan pemahaman tentang komunikasi iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu di Pontianak, serta implikasinya terhadap stereotipe gender dalam konteks budaya lokal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa yang digunakan, suara, dan stereotipe gender yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat merupakan satu kesatuan.

Penelitian ini relevan mengingat pentingnya pemahaman tentang bagaimana iklan layanan masyarakat menyampaikan pesan kepada masyarakat menggunakan bahasa Melayu Pontianak dan isu stereotipe gender di dalamnya. Dengan memahami teknik dan strategi yang digunakan, dapat membantu dalam meningkatkan kualitas iklan layanan masyarakat menggunakan bahasa lokal serta membuka ruang untuk kesetaraan gender di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur tentang periklanan.

## 1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah umum dalam penelitian ini, yakni “Bagaimanakah gaya bahasa dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu dan kemunculan stereotipe gender di dalamnya”. Demi mencapai hasil yang terarah maka dijabarkan dalam sub masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu pada radio di Pontianak berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna?
2. Bagaimana stereotipe gender yang muncul dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu pada radio di Pontianak berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis gaya bahasa yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu pada radio di Pontianak berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna.
2. Menganalisis stereotipe gender yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu pada radio di Pontianak berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Meneliti gaya bahasa dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu serta mengungkap isu stereotipe gender di dalamnya merupakan hal yang menarik untuk dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat. Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis, dapat dilihat sebagai berikut.

### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan keilmuan dan pemahaman mengenai jenis gaya bahasa yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu dan isu stereotipe gender di dalamnya. Diharapkan penelitian ini bisa memberi manfaat terhadap perkembangan pembelajaran serta menjadi sumber rujukan bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian serupa dan melengkapi kekurangan dari peneliti sebelumnya.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### **1.4.2.1 Peneliti**

Penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan peneliti dalam melakukan penelitian dalam bidang analisis gaya bahasa dan mengungkap isu stereotipe gender di dalamnya. Selain itu bagi penulis, berangkat dari penelitian ini dapat belajar dan memahami bagaimana seharusnya menghormati dan menghargai setiap gender dalam kapasitas masing-masing.

#### 1.4.2.2 Pembaca

Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan baru terkait analisis gaya bahasa sekaligus mengungkap isu stereotipe gender dalam konteks bahasa Melayu Pontianak. Khusus untuk pelaku usaha, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam membuat iklan khususnya dalam bahasa Melayu Pontianak dan bahasa lokal lainnya secara umum. Dengan demikian, diharapkan setiap iklan yang dihasilkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan tanpa mendiskreditkan pihak tertentu dengan basis perbedaan gender.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membuat penelitian ini lebih fokus, penelitian ini membatasi masalah yang akan dibahas yaitu gaya bahasa yang terdapat dalam iklan berbahasa Melayu Pontianak dan isu stereotipe gender di dalamnya. Secara khusus penelitian ini berfokus pada hal berikut.

1. Menganalisis jenis gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, nada, struktur, dan langsung tidaknya makna dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu di Radio RRI Pontianak, Diah Rosanti, dan Mujahidin.
2. Menganalisis isu stereotipe gender pria dan wanita dalam iklan layanan masyarakat berbahasa Melayu di Radio RRI Pontianak, Diah Rosanti, dan Mujahidin.

Di luar dari batasan-batasan tersebut bukan objek utama dalam kajian penelitian. Hal ini dimaksudkan agar penulis dapat fokus pada bagian tersebut dan memudahkan penulis dalam menganalisis data yang akan diperoleh.

## **1.6 Penjelasan Istilah**

### **1.6.1 Gaya Bahasa**

Gaya bahasa adalah pada cara penulis atau pembicara mengungkapkan ide, pemikiran, atau perasaan dalam tulisan atau percakapan. Ini mencakup penggunaan kata-kata, struktur kalimat, figur retorik, dan elemen-elemen lain dari bahasa yang digunakan untuk menciptakan efek tertentu pada pembaca atau pendengar.

### **1.6.2 Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat adalah ajakan atau imbauan yang dibuat oleh perorangan/lembaga yang ditujukan kepada masyarakat atau pihak tertentu tanpa tujuan dagang atau keuntungan tertentu, baik dari pihak produksi maupun penyiar.

### **1.6.3 Bahasa Melayu**

Bahasa Melayu adalah dialek atau varian dari Bahasa Melayu yang dituturkan di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia.

### **1.6.4 Radio Pontianak**

Yang dimaksud radio Pontianak adalah radio yang berkantor dan bersiaran di Kota Pontianak. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan berasal dari RRI Pontianak Pro 4 yang beralamat Jalan Jenderal Sudirman, Tengah, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak. Radio Mujahidin FM yang beralamat di Jalan Jenderal Ahmad Yani Komplek Masjid Raya Mujahidin Pontianak dan radio Diah Rosanti yang beralamat di Jalan Nurali Pontianak.

### **1.6.5 Stereotype Gender**

Stereotype gender adalah pandangan umum atau prasangka yang dikaitkan dengan jenis kelamin tertentu dalam masyarakat. Stereotype ini dapat memengaruhi harapan, perilaku, dan peran yang dianggap cocok untuk individu berdasarkan jenis kelamin.