

Adellia Ahmadania. 2024. *Kesesatan Berpikir Pada Iklan Komersial Televisi Rentang Januari–September 2023*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing: Mixghan Norman Antono, S.S., M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang bentuk kesesatan berpikir pada iklan komersial rentang Januari–September 2023. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan bentuk dan makna kesesatan berpikir pada iklan komersial rentang Januari–September 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi, simak, dan transkripsi. Teknik pengumpulan data dimulai dengan menyimak video iklan komersial lalu dilanjutkan dengan transkripsi data. Hasil penelitian yang ditemukan yaitu bentuk dan makna kesesatan berpikir pada iklan komersial rentang Januari–September 2023 yakni, kesesatan karena komposisi, kesesatan karena pembagian, kesesatan karena tekanan, kesesatan karena amfiboli, dan kesesatan karena menggunakan kata dalam beberapa arti. Data yang dihasilkan kemudian diolah dan hasilnya disajikan dalam bentuk deskripsi.

Kata-kata kunci: *iklan komersial, kesesatan berpikir, logika bahasa*

Adellia Ahmadania. 2024. Fallacy of Thinking in Commercial Advertisements in the Period January–September 2023. Thesis. Indonesian Language and Literature Education Study Program, Faculty of Education, Trunojoyo University Madura.

Supervisor: Mixghan Norman Antono, S.S., M.Pd.

ABSTRACT

This research examines the forms of fallacy in commercial advertising in the period January–September 2023. The aim of this research is to describe the forms and meaning of fallacy in commercial advertising in the period January–September 2023. This research uses descriptive qualitative methods. Data collection techniques in this research are documentation, listening, and transcription techniques. The data collection technique begins with watching commercial advertising videos and then continues with data transcription. The results of the research found were the form and meaning of fallacy in commercial advertising in the period January–September 2023, namely, fallacy of composition, fallacy of division, fallacy of accent, fallacy of amphiboly, fallacy of equivocation. The resulting data is then processed and the results are presented in the form of a description.

Keywords: commercial advertising, fallacy, language logic