

---

**WACANA KHAS KOMUNIKASI PROMOSI  
PERBANKAN  
DALAM KAJIAN SOSIOLINGUISTIK**

**Oleh : Prof. Dr. Abdul Ngalim, M.M., M.Hum**



**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY PRESS**  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Kampus 1, Gedung I: Jl. A. Yani, Tromol Pos I, Pabelan Surakarta 57102  
Telp. 0271-717417 psw. 172; Fax. 0271-715448;  
Email: [muppress@yahoo.com](mailto:muppress@yahoo.com)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah swt Pencipta dan Pengatur alam semesta. Dengan rahmat dan berkah Allah swt buku, *Wacana Khas Komunikasi Promosi Perbankan dalam Kajian Sociolinguistik* dapat terbit. Buku ini merupakan pengembangan sebagian unsur disertasi dan hasil penelitian dasar kedua. Di samping itu, penulis berkeyakinan, bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, buku ini tidak akan terbit. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penelitian maupun proses penerbitan buku ini.

Buku ini telah ditulis sesuai dengan kemampuan yang ada. Namun demikian, penulis menyadari kemungkinan masih adanya berbagai kekurangan, baik secara substansial, sistematika, format, maupun bahasa. Oleh sebab itu, tegur sapa, masukan, dan kritik yang bersifat konstruktif akan penulis terima dengan senang hati. Dengan harapan dapat menjadi dasar pengembangan pada penulisan buku berikutnya.

Penulis juga berharap, bahwa karya tulis yang berupa buku ini akan memberikan sumbangan pemikiran kepada pembaca. Terutama berkaitan dengan pembelajaran sociolinguistik. Di samping itu, juga dapat dijadikan sebagai bagian dari salah satu acuan dalam kajian linguistik terapan. Hal ini karena dasar pemikirannya memang konsep teoritik sociolinguistik dan linguistik terapan.

Surakarta, April 2011

Penulis,

Abdul Ngalim

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang Masalah .....	1
B.    Rumusan Masalah .....	3
C.    Tujuan .....	3
D.    Manfaat .....	3
1.    Teoretis .....	3
2.    Praktis .....	4
 <b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN</b>	
<b>TEORI ... ..</b>	<b>5</b>
A.    Tinjauan Pustaka .....	5
B.    Landasan Teori .....	7
1.    Komunikasi .....	7
2.    Sociolinguistik .....	11
3.    Variasi Bahasa .....	12
4.    Ragam Bahasa .....	13
5.    Register .....	14
6.    Alih Kode dan Campur Kode ( <i>Code Switching and Code             Mixing</i> ) .....	18
7.    Integrasi .....	20

8.	Fungsi Bahasa .....	21
9.	Wacana Khas .....	22
10.	Paragraf .....	28
11.	Kalimat .....	29
12.	Promosi .....	31
13.	Perbankan .....	32
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A.	Jenis Penelitian .....	37
B.	Lokasi Penelitian dan Selintas Kelahiran Bank Tempat Penelitian .....	38
C.	Objek Penelitian dan Sumber Data .....	40
D.	Teknik Pengumpulan dan Penyediaan Data .....	40
E.	Teknik Analisis Data .....	41
F.	Sistematika .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>WACANA KHAS KOMUNIKASI PROMOSI PERBANKAN YANG INTEGRATIF .....</b>	<b>43</b>
A.	Komunikasi Kemasan dan Lugas .....	45
1.	Permainan Kata-Kata .....	48
2.	Metafora .....	50
3.	Gambar dan Warna .....	51

B.	Persamaan Tipe Wacana Khas Komunikasi Promosi Perbankan Promosi antar Bank .	53
1.	Persamaan Tipe Umum Wacana Khas Komunikasi Promosi Perbankan .....	54
2.	Persamaan Tipe Khusus pada Wacana Khas Komunikasi Promosi Perbankan .....	55
a.	Ragam Bahasa Informal .....	58
b.	Metafora .....	61
c.	Gambar dan Warna .....	61
d.	Komunikasi Lugas .....	62

<b>BAB V</b>	<b>VARIASI WUJUD DAN FUNGSI WACANA KHAS KOMUNIKASI PROMOSI JENIS TABUNGAN .....</b>	<b>65</b>
A.	Variasi Wujud Sajian Topik .....	65
B.	Variasi Pemilihan Nama Produk Tabungan .....	67
C.	Variasi Wujud Struktur dan Fungsi Wacana Khas Promosi Perbankan .....	69
D.	Variasi Wujud Komunikasi Kemasan .....	73
E.	Variasi Wujud Sajian Tata Tulis, Gambar, dan Warna .....	74

F.	Variasi Wujud Sajian Ragam Informal .....	78
<b>BAB VI</b>	<b>VARIASI WUJUD WACANA KHAS</b>	
	<b>PROMOSI SIMPANAN JENIS DEPOSITO..</b>	<b>83</b>
1.	Variasi Wujud Topik .....	83
2.	Variasi Struktur dan Fungsi Wacana Khas <i>Deposito</i> .....	85
3.	Variasi Wujud Wacana Khas Komunikasi Komunikasi Kemasan .....	91
<b>BAB VII</b>	<b>VARIASI WUJUD WACANA KHAS PROMOSI</b>	
	<b>PRODUK SIMPANAN JENIS GIRO .....</b>	<b>95</b>
1.	Variasi Wujud Topik .....	95
2.	Variasi Wujud Struktur dan Fungsi .....	97
3.	Variasi Wujud Komunikasi Kemasan .....	98
<b>BAB VIII</b>	<b>PERBEDAAN DAN PERKEMBANGAN</b>	
	<b>KONSEP REGISTER .....</b>	<b>101</b>
<b>BAB IX</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>105</b>
<b>GLOSARIUM .....</b>		<b>107</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>112</b>
<b>INDEKS .....</b>		<b>121</b>