

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Persaingan bisnis semakin ketat sehingga produsen menciptakan produk baru yang dibutuhkan oleh konsumen. Penciptaan produk baru disertai dengan strategi penawaran produk. Strategi penawaran ini dilakukan karena, persaingan di atas. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menawarkan produk dan menarik minat konsumen terhadap produk tersebut adalah melalui iklan.

Iklan salah satu strategi. Iklan itu memperkenalkan produk kepada konsumen. Penawaran produk misalnya, bentuk produk yang beragam, fungsi produk yang memenuhi kebutuhan konsumen, tampilan produk yang menarik, dan harga yang ditawarkan kepada konsumen, serta penawaran kepada konsumen sebagai model dan pemberian hadiah.

Pembuat iklan dituntut kreatif sehingga pesan dalam iklan dapat diterima oleh konsumen. Iklan itu dapat disampaikan melalui media karena media merupakan tempat strategis bagi periklanan. Iklan dapat disampaikan melalui media massa cetak (surat kabar dan majalah), media massa elektronik (televisi, radio, dan film) dan media luar (papan reklame, poster, dan spanduk). Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai sumber data berupa media massa cetak yaitu majalah *Aneka Yess!!*.

Iklan biasanya digunakan untuk menarik perhatian konsumen, bahkan iklan dapat digunakan untuk mengekspresikan gagasan atau sebagai sarana persuasif. Gagasan yang diekspresikan dapat berupa bahasa karena bahasa merupakan sebuah bentuk komunikasi, yaitu alat penyampai pesan kepada konsumen. Bahasa yang digunakan dalam iklan, yaitu bahasa asing dan bahasa gaul, karena masyarakat sering menggunakan bahasa tersebut dalam berkomunikasi terutama remaja. Oleh karena itu, majalah menggunakan bahasa asing dan bahasa gaul dalam iklan.

Pada awalnya bahasa asing digunakan pada forum-forum internasional atau ketika warga negara asing berkunjung ke Indonesia, akan tetapi saat ini bahasa asing dapat dijumpai di hotel-hotel atau mall-mall. Tidak di hotel-hotel atau mall-mall saja, tetapi pemakaian bahasa asing sudah dimana-mana misalnya stiker, film, novel, cerpen, tabloid, majalah, radio, internet, iklan, dan pada saat komunikasi *Short Messages Service* (SMS). Oleh karena itu, penggunaan bahasa asing sudah menjadi hal yang biasa bagi kehidupan masyarakat.

Pemakaian kata dalam bentuk bahasa asing juga ditemukan dalam iklan kecantikan yang terdapat pada majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011. Majalah *Aneka Yess!!* menggunakan kata asing pada rubrik, cerpen, dan iklan. Kata asing yang digunakan dalam iklan misalnya, untuk menyebutkan bahan-bahan atau kandungan yang terkandung didalam sebuah produk seperti *ekstrak avocado*, *triclosan*, dan *ekstrak apple*; fungsi produk seperti *body lotion*, *whithening day cream*, *facial wash*, dan *lips blam*; nama produk

seperti *handphone* dan *netbook*; serta untuk menarik perhatian konsumen misalnya *makeover*, *fresh*, dan *girl*.

Masyarakat tidak hanya menggunakan bahasa asing dalam berkomunikasi tetapi juga menggunakan bahasa gaul terutama remaja. Pada awalnya bahasa gaul adalah bahasa yang digunakan oleh suatu kelompok tertentu misalnya kelompok waria, kelompok preman, atau kelompok-kelompok yang lain. Bahasa gaul digunakan sebagai sarana komunikasi karena remaja memiliki bahasa tersendiri dalam mengungkapkan ekspresi. Penggunaan bahasa gaul oleh remaja untuk menyampaikan hal-hal yang dianggap tertutup bagi kelompok lain atau agar pihak lain tidak dapat mengetahui apa yang sedang dibicarakannya. Bahasa gaul memiliki banyak kemenarikan jika dicermati secara mendalam karena bahasa gaul yang digunakan oleh suatu kelompok dengan kelompok lain berbeda-beda.

Perkembangan bahasa gaul yang semakin pesat dalam pemakaiannya, sehingga bahasa gaul tidak hanya dipakai oleh golongan tertentu saja tetapi juga digunakan sebagai bahasa dalam media cetak dan elektronik. Pemakaian bahasa gaul dapat dilihat pada stiker, film, novel, cerpen, tabloid, majalah, radio, internet, dan pada saat komunikasi *Short Messages Service* (SMS). Hal ini membuktikan bahwa masyarakat sudah dapat menerima bahasa gaul sebagai bahasa sehari-hari. Pemakaian bahasa gaul juga ditemukan dalam iklan kecantikan majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011 misalnya *loe*, *ga*, *ato*, *tuh*, *aja*, dan *pengen* karena majalah *Aneka Yess!!* merupakan

salah satu majalah remaja ternama di ibukota. Ada beberapa rubrik seputar dunia remaja dan berbagai macam iklan di dalam majalah ini.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk menganalisis bentuk pemakaian kata serta peranan kata asing dan kata gaul pada iklan kecantikan yang terdapat pada majalah *Aneka Yess!!*. Oleh karena itu, skripsi ini berjudul “Kata Asing dan Kata Gaul dalam Iklan Kecantikan pada Majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011”.

## **B. Pembatasan Masalah**

Sebuah penelitian sangat dibatasi masalahnya, pembatasan masalah bertujuan agar kajian dan analisis di dalam penelitian tidak terlalu luas dan lebih fokus, pembatasan masalah dapat memberikan arahan pada penelitian untuk dapat lebih mendetail. Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah pada kata asing dan kata gaul dalam iklan kecantikan pada majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011.

## **C. Rumusan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk pemakaian kata asing dan kata gaul dalam iklan kecantikan pada majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011?
2. Bagaimana peranan kata asing dan kata gaul dalam iklan kecantikan pada majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi bentuk pemakaian kata asing dan kata gaul dalam iklan kecantikan pada majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011.
2. Mendeskripsikan peranan kata asing dan kata gaul dalam iklan kecantikan pada majalah *Aneka Yess!!* Edisi Januari–Februari 2011.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan di bidang bahasa, khususnya mengenai kata asing dan kata gaul dalam iklan kecantikan, khususnya iklan kecantikan pada majalah-majalah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan bagi pemakai bahasa Indonesia dalam penggunaan kata asing dan kata gaul pada iklan, khususnya iklan kecantikan.