

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Bahasa sangat penting bagi kelangsungan interaksi antar-manusia. Tanpa adanya bahasa, komunikasi tidak akan dapat berlangsung. Bahasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan sistem lambang bunyi arbitrer, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk kerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri (Alwi(ed.), 2007:88). Berdasarkan pengertian menurut kamus di atas, maka suatu bahasa dapat digunakan untuk berinteraksi dalam masyarakat karena dapat dipahami yang merupakan kesepakatan bersama. Selain digunakan untuk berinteraksi, menurut Sumarlam (2009:1-7) bahasa memiliki berbagai fungsi, yaitu fungsi instrumental, fungsi regulasi, fungsi pemerian atau representasi, fungsi interaksi, fungsi perorangan, fungsi heuristik, dan fungsi imajinatif.

Fungsi instrumental yaitu fungsi bahasa yang menghasilkan kondisi-kondisi tertentu dan menyebabkan terjadinya peristiwa-peristiwa tertentu. Fungsi regulasi yaitu fungsi bahasa sebagai pengawas, pengendali, atau pengatur peristiwa; atau berfungsi untuk mengendalikan serta mengatur orang lain. Fungsi pemerian atau representasi yaitu fungsi bahasa untuk membuat pernyataan-pernyataan, menyampaikan fakta-fakta dan pengetahuan, menjelaskan, atau melaporkan realitas yang sebenarnya sebagaimana yang dilihat atau dialami orang. Fungsi interaksi yaitu fungsi bahasa untuk menjamin dan memantapkan ketahanan dan keberlangsungan komunikasi

serta menjalin interaksi sosial. Fungsi perorangan yaitu fungsi bahasa memberi kesempatan kepada pembicara untuk mengekspresikan perasaan, emosi pribadi, serta reaksi-reaksi yang mendalam. Fungsi heuristik melibatkan penggunaan bahasa untuk memperoleh ilmu pengetahuan sebanyak-banyaknya dan mempelajari seluk-beluk lingkungannya. Fungsi imajinatif adalah fungsi bahasa sebagai penciptaan sistem, gagasan, atau kisah yang imajinatif.

Seperti yang telah disampaikan oleh Sumarlam mengenai fungsi bahasa di atas, dapat dilihat bahwa kesemua fungsi dari bahasa tersebut sangat berpengaruh pada manusia. Manusalah yang memanfaatkan bahasa dalam kehidupannya. Seiring berkembangnya peradaban manusia yang diikuti dengan kemajuan teknologi, bahasa pun mengalami perkembangan atau pertumbuhan. Hal ini tidak terkecuali terjadi pada bahasa Indonesia. Semakin bervariasi bentuk singkatan, akronim, atau pemendekan menjadi salah satu bukti berkembangnya bahasa. Pemendekan yaitu proses, cara, perbuatan memendekkan (Alwi(ed.), 2007:849). Pemendekan merupakan proses penanggalan bagian-bagian leksem atau gabungan leksem sehingga menjadi sebuah bentuk singkat, tetapi maknanya tetap sama dengan makna bentuk utuhnya (Chaer, 2003:191). Pemendekan dalam bahasa Indonesia meliputi pemenggalan, kontraksi, akronim, dan singkatan. Pemendekan tersebut sering dijumpai dalam koran atau surat kabar, tabloid, majalah, televisi, radio, iklan, dan lain-lain. Kontraksi merupakan salah satu bentuk pemendekan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Alwi(ed.), 2007:592)

disampaikan bahwa kontraksi merupakan proses atau hasil pemendekan suatu bentuk kebahasaan. Singkatan yaitu hasil menyingkat (memendekkan), berupa huruf atau gabungan huruf, kependekan, ringkasan (Alwi(ed.), 2007:1071).

Bentuk pemendekan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bentuk akronim. Akronim yaitu bentuk pemendekan yang berupa kata atau dapat dilafalkan sebagai kata (Chaer, 2003:193). Suatu akronim tersusun atas kombinasi konsonan dan vokal yang terpadu dan serasi, sehingga dapat dilafalkan layaknya kata-kata pada umumnya. Untuk itu, dalam pembentukan akronim diharapkan sesuai dengan kaidah fonotaktik bahasa yang bersangkutan. Kaidah fonotaktik adalah urutan fonem yang dimungkinkan dalam suatu bahasa, deskripsi tentang urutan fonem.

Akronim dalam bahasa Indonesia dapat dijumpai dalam berbagai kasus, bahkan dalam iklan berbagai produk dan jasa. Iklan merupakan media yang digunakan berbagai produk baik barang maupun jasa untuk menawarkan produknya. Iklan merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Dapat juga diartikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum. Sering terjadi dalam suatu iklan digunakan akronim untuk lebih memikat konsumen. Misalnya, pada iklan produk seluler.

Akronim iklan produk seluler cenderung merupakan akronim yang berupa gabungan huruf, suku kata, ataupun gabungan huruf dan suku kata dari deret kata seluruh ditulis dengan huruf kecil. Misalnya “rame” pada iklan xl yang merupakan kepanjangan dari “murah meriah”. Adapun analisis yang dilakukan berhubungan dengan asal pembetulan akronim baik dari dua kata, tiga kata, atau lebih. “Rame” dalam iklan xl tersebut merupakan contoh akronim yang berasal dari dua kata yaitu “murah” dan “meriah”.

## **B. Perumusan Masalah atau Fokus Penelitian**

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian ini dapat mengarah serta mengena pada sasaran yang diinginkan. Dalam penelitian ini masalah yang akan dikaji dibatasi pada bentuk-bentuk akronim dan pola-pola fonotaktik pemakaian akronim bahasa Indonesia pada iklan produk-produk seluler. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Bagaimana bentuk-bentuk akronim bahasa Indonesia dalam iklan produk-produk seluler?
- b. Bagaimana pola-pola fonotaktik pemakaian akronim bahasa Indonesia dalam iklan produk-produk seluler?
- c. Bagaimana keterkaitan kelas kata bentuk-bentuk akronim bahasa Indonesia dalam iklan produk-produk seluler dengan kata lain yang bunyinya sama dengan akronim?
- d. Bagaimana keterkaitan antara bentuk akronim dengan perkembangan bahasa Indonesia, khususnya ragam seluler?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian perlu disampaikan setelah mengajukan rumusan masalah pada penelitian yang diajukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Mengkaji bentuk-bentuk akronim bahasa Indonesia dalam iklan produk-produk seluler.
- b. Memaparkan pola-pola fonotaktik pemakaian akronim bahasa Indonesia dalam iklan produk-produk seluler.
- c. Mendeskripsikan keterkaitan kelas bentuk-bentuk akronim bahasa Indonesia dalam iklan produk-produk seluler dengan kata lain yang bunyinya sama dengan akronim.
- d. Memaparkan keterkaitan antara bentuk akronim dengan perkembangan bahasa Indonesia, khususnya ragam seluler.

### **D. Manfaat atau Kegunaan Penelitian**

#### a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bentuk-bentuk akronim dalam bahasa Indonesia serta kajian fonotaktik pemakaian akronim bahasa Indonesia.

#### b. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, diharapkan dapat menjadi bahan latihan dalam mempelajari bentuk-bentuk akronim bahasa Indonesia.

- b. Bagi guru, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bahan ajar dalam bab singkatan atau akronim bahasa Indonesia.
- c. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi sumber informasi pengetahuan dalam bidang fonologi, khususnya tentang akronim dan kaidah fonotaktik.