BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan unsur terpenting dalam kehidupan manusia. Hal ini mengajar bahwa bahasa sebagai alat komunikasi. Komunikasi ada hubungan antara individu yang satu dengan yang lain maupun antara kelompok satu dengan yang lain. Interaksi dalam segala macam kegiatan yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat dapat terjadi melalui proses berbahasa. Secara garis besar sarana komunikasi verbal dibedakan menjadi dua macam, yaitu sarana komunikasi yang berupa bahasa lisan dan sarana komunikasi yang berupa bahasa tulis. Komunikasi ini dapat terjadi apabila ada proses interaksi antar manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Manusia memperlukan bahasa sebagai alat untuk menyampikan ide, pikiran dan gagasan kepada pihak lain dalam suatu masyarakat. Bahasa juga merupakan alat pengungkapan yang baik, yang memberikan efek tertentu yang bukan saja menggambarkan objek itu semirip mungkin, tetapi juga dapat melahirkan setepat-tepatnya apa yang dimaksud oleh penutur.

Bahasa merupakan hal penting yang perlu dipelajari karena bahasa mempunyai fungsi dan peran besar dalam kehidupan manusia. Fungsi bahasa yang utama yaitu sebagai komunikasi yang digunakan setiap manusia dalam kehidupannya mulai dari bangun tidur, melakukan aktifitas, hingga akan tidur lagi. Oleh karena itu, bahasa sangat dibutuhkan sebagai alat penghubung yang praktis bagi manusia untuk berintraksi antar sesama agar seseorang dapat

mengungkapakan ide, gagasan, pikiran, keinginan menyampikan pendapat dan informasi melalui bahasa.

Keraf (2004: 112) gaya bahasa atau *style* menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersolkan cocok tindakanya pemakian kata, frase atau klausa tertentu untuk menghadapisiuasi tertentu. Persoalan gaya bahasa meliputi semua hirarki kbahasaan: pilihan kata secra individual, frase, klausa dan kalimat, bahkan mencakup pula sebuah wacana secara keseluruhan pesoalan gaya bahasa. Jadi jangkuan gaya bahasa sebenarnya sangat luas, tidak mencakup unsur-unsur kalimat yang mengandung corak-corak tertentu, seperti yang umum terdapat dalam retorika-retorika klasik.

Menurut Kridilaksana (2001: 50) bahasa mempunyai dua pengertian. (1) sebagai alat komunikasi verbal dan sistem lambang bunyi yang arbiter digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi, dan (2) mengidentifikasi diri. Dari pendapat di atas jelas terungkap bahwa bahasa sangat berperan aktif dalam kehidupan masyarakat karena bahasa merupakan saran untuk bekerjasama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri antara anggota masyarakat.

Keraf (2004: 24) mengungkapkan bahwa kata merupakan bentuk atau unit paling kecil dalam bahasa yang mengandung konsep atau gagasan tertentu. Dalam kegiatan komunikasi, kata-kata dijalin satukan dalam suatu konstruksi yang lebih besar berdasarkan kaidah-kaidah sintaksis yang ada dalam suatu bahasa. Untuk menyatakan kata-kata mana yang akan dipakai untuk mengungkapkan suatu ide atau gagasan, seorang penutur harus memperhatikan ketepatan kata yang digunakan. Pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-

kata mana yang akan dipakai untuk menyampikan suatu gagasan, akan tetapi pilihan kata tidak hanya mempersoalkan ketepatan pemakian kata, namun juga mempersoalkan apakah kata yang dipilih itu dapat diterima atau merusak suasana yang ada.

KTSP menyebutkan bahwa pelajaran bahasa diharapkan membantu peserta didik mengenal dirinya, budayanya, dan budaya orang lain, mengemukakan gagasan dan perasaan. Berpartisipasi dalam masyarakat yang menggunakan kemampuan analitis dan imajinatif yang ada dalam dirinya. Pembelajaran bahasa indonesia dengan baik dengan benar, baik secara lisan maupun tertulis, serta menambahkan apresiasi terhadap hasil karyanya kesastraan manusia indonesia (BSNP,2007: 260)

Bahasa iklan merupakan salah satu wujud dari ragam bahasa jurnalistik sehingga mempunyai sebuah bentuk komunikasi yang khas. Bahasa iklan merupakan bahasa yang dipakai untuk menyampikan suatu informasi segala bentuk pesan tentang satu produk dimedia, baik media eloktronik maupun media cetak yang ditujukan sebagian sebuah bentuk komunikasi atau pesan suatu produk, pesan bisa menjadikan alat untuk menarik perhatian warna, ilustrasi, judul, teks, logo suatu iklan (dalam hati adalah media cetak) bisa dipakai sebagai sarana bagi biro jasa periklanan untuk kesan kepada target pembaca, baik dalam jangka panjang maupun pendek. Bahasa iklan juga bias dipakai oleh para insan kreatif untuk mengekspresikan gagasan atau sebagai sarana presuasif.

Pengertian pilihan kata atau diksi jauh lebih luas dari apa yang dipantulkan oleh jalinan kata-kata itu. Istilah ini bukan saja dipergunakan untuk menyatakan

kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan ide atau gagasan, tetapi juga meliputi persoalan gaya bahasa. Pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata yang dipakai untuk menyampikan suatu gagasan, kemampuan untuk menemukan yang sesuai (cocok) dengan situasi, serta hanya dimungkinkan oleh penguasaan sejumlah besar kosa kata (Keraf, 2004: 22-23)

Ali Imron (2009: 49-50) diksi dapat diartikan sebagai pilihan kata-kata yang dilakukan oleh pengarang dalam karyanya guna menciptakan efek makna tertentu. Dalam konteks ini pengertian donotasi dan konotasi tidak boleh diabaikan. Donotasi ialah lugas, yang sesuai dengan kamus, sedangkan konotasi adalah arti khas yang diasosiasikan atau disarankannya. Kata merupakan unsur bahasa yang paling esensial dalam karya sastra. Oleh karena itu dalam pemilihannya para sastrawan berusaha agar kata-kata yang digunakan mengandung kepadatan dan intensitas serta agar selaras dengan sarana komunikasi puitis lainnya, kata yang dikombinasikan dngan kata-kata lain dalam berbagai variasi maupun menggambarkan bermacam-macam ide, angan dan perasaan.

Diksi bukan saja dipergunakan untuk menyatakan makna mana yang perlu dipakai untuk mengungkapkan suatu gagasan, tetapi juga meliputi persoalan gaya bahasa, ungkapan-ungkapan dan sebagainya. Konteks kata hendaknya dilihat bagi kepentingan arus dan wacana sastra secara keseluruhan, bukan dalam arti sempit yang hanya terbatas pada kalimat tempat kata tersebut berbeda. Diskripsi yang akan dilakukan tepat merujuk kepada konteksfikasi yang dikaji.

Diksi gaya bahasa wacana iklan merupakan salah satu bahan yang dapat dijadikan sebagai materi untuk mengembangkan kemampuan berbahasa siswa. Dengan memahami ketetapan penggunaan diksi maupun bahasa dapat membantu siswa kegiatan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia, misalnya dalam hal menyusun karangan atau pun dalam membuat puisi. Jika siswa dapat menggunakan diksi dan gaya bahasa secara tepat, maka siswa akan menghasilkan sebuah karangan yang bagus dan puisi yang indah.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tindakan yang berjudul***" DIKSI DAN GAYA BAHASA WACANA IKLAN PADA MAJALAH NOVA EDISI BULAN SEPTEMBER -DESEMBER 2011".***

B. Pembatasan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang jelas dalam suatu penelitian perlu dilakukan pembatasan masalah. Dalam hal ini penulis mengemukakan dua hal pokok.

1. Bentuk pemakaian diksi wacana iklan pada majalah Nova edisi bulan September - Desember 2011
2. Bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada majalah Nova edisi bulan September - Desember 2011

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan pembatasan masalah tersebut di atas. Ada dua masalah penelitian yang akan dibahas.

1. Bagaimana bentuk pemakaian diksi wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan September - Desember 2011

2. Bagimana bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan September - Desember 2011

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua tujuan yang ingin dicapai.

1. Mendeskripsikan bentuk pemakaian iklan diksi wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan September - Desember 2011
2. Mendeskripsikan bentuk pemakaian gaya bahasa wacana iklan pada *Majalah Nova* edisi bulan September - Desember 2011

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis
   a. Menambah kekayaan penelitian dibidang bahasa, khususnya mengenai diksi dan gaya bahasa wacana iklan di media cetak.
   b. Dapat menambahkan pengetahuan mengenai karakteristik wacana iklan di media cetak
2. Manfaat praktis
   a. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pemakaian bahasa, khususnya dalam wacana iklan di media cetak.
   b. Bagi peneliti, hasil peneliti ini dapat dipergunakan untuk refresing penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan hal yang sama.

c. Bagi penutur, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan supaya para pembuat iklan lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi iklan, sehingga terlihat lebih menarik.