

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi ini dapat terjadi apabila ada proses interaksi antara manusia dalam kehidupan masyarakat. Manusia memerlukan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan ide, pikiran, dan gagasan kepada pihak lain dalam suatu masyarakat. Bahasa juga merupakan alat pengungkapan yang baik, yang dapat memberikan efek tertentu yang bukan saja menggambarkan objek itu semirip mungkin, tetapi juga dapat melahirkan setepat-tepatnya apa yang dimaksudkan oleh penutur.

Berdasarkan hal tersebut, fungsi bahasa yang paling utama adalah sebagai sarana komunikasi. Setiap anggota masyarakat dan komunitas selalu terlibat dalam komunikasi bahasa, baik dia bertindak sebagai komunikator (pembicara atau penulis) maupun sebagai komunikan (mitraticara, penyimak, pendengar, atau pembaca)

Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan menyebutkan bahwa pelajaran bahasa diharapkan membantu peserta didik mengenal dirinya, budayanya, dan budaya orang lain, mengemukakan gagasan dan perasaan, berpartisipasi dalam masyarakat yang menggunakan bahasa tersebut, dan menemukan serta menggunakan kemampuan analitis dan imajinatif yang ada dalam dirinya. Pembelajaran bahasa Indonesia diarahkan untuk meningkatkan

kemampuan peserta didik untuk berkomunikasi dalam bahasa Indonesia dengan baik dan benar, baik secara lisan maupun tulis, serta menumbuhkan apresiasi terhadap hasil karya kesastraan manusia Indonesia (BSNP, 2007: 260).

Gaya bahasa khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata Latin *stilius* yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas dan tidaknya suatu tulisan pada lempengan tersebut (Keraf, 2004: 112). Gaya bahasa atau *style* menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa, atau klausa yang menghadapi situasi tertentu. Dalam buku Keraf (2004: 113) menyimpulkan bahwa gaya bahasa atau *style* ialah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa).

Ironi atau sindiran adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya. Ironi merupakan suatu upaya literer yang efektif karena ia menyampaikan impresi yang mengandung pengekanan yang besar. Entah dengan sengaja atau tidak, rangkaian kata-kata yang dipergunakan itu mengingkari maksud yang sebenarnya. Sebab itu, ironi akan berhasil kalau pendengar juga sadar akan maksud yang disembunyikan di balik rangkaian kata-katanya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud untuk mengkaji mengenai pemakaian gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011. Unsur-unsur penting ini dalam bahasa iklan yang digunakan untuk menarik masyarakat atau konsumen sebagai pembaca sekaligus sasaran iklan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, permasalahan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011?
2. Bagaimanakah interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler untuk pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011?
3. Bagaimana maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, peneliti menentukan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan gaya bahasa ironi pada wacana iklan provider seluler dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011.

2. Mendeskripsikan interpretasi para pembaca yang membaca wacana iklan provider seluler untuk pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011.
3. Mendeskripsikan maksud dan tujuan wacana iklan provider seluler bagi pembaca dalam surat kabar harian edisi November-Desember 2011.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti penelitian ini dapat memperkaya wawasan kebahasaan.
 - b. Bagi pembaca penelitian ini dapat menambah minat baca dalam menambah wawasan dalam bahasa.
 - c. Bagi pembaca penelitian ini dapat memberikan pemahaman terhadap kajian gaya bahasa.
2. Manfaat Teoretis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan ilmu bahasa, khususnya dalam kajian gaya bahasa ironi terhadap iklan provider seluler.
 - b. Menambah pengetahuan mengenai karakteristik wacana iklan di surat kabar harian.