

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat menggunakan bahasa sebagai alat untuk berinteraksi, bersosialisasi serta sebagai alat pengungkap ide. Hal ini senada dengan pendapat Kridalaksana (2001: 21) yang menyatakan bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang dipergunakan oleh masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri.

Bahasa merupakan suatu alat komunikasi untuk berkomunikasi, berinteraksi dalam kehidupan masyarakat. Menurut Chaer (2003: 4) sebagai alat komunikasi manusia, bahasa adalah suatu sistem yang bersifat sistematis dan sekaligus sistematis. Yang dimaksud dengan sistematis adalah bahwa bahasa itu bukan suatu sistem tunggal, melainkan terdiri pula dari beberapa subsistem, yaitu subsistem fonologi, subsistem morfologi, subsistem sintaksis, dan subsistem semantik. Menurut Muslich (2010: 3) bahasa juga sebagai alat komunikasi lingual manusia, baik secara lisan maupun tertulis. Ini adalah fungsi dasar bahasa yang tidak dapat dihubungkan dengan status dan nilai-nilai sosial. Setelah dihubungkan dengan kehidupan sehari-hari, yang di dalamnya selalu ada nilai-nilai dan status, bahasa tidak dapat ditinggalkan. Bahasa selalu mengikuti kehidupan manusia sehari-hari, baik sebagai manusia anggota suku maupun anggota bangsa.

Bahasa juga digunakan untuk berkomunikasi dalam bentuk iklan. Bahasa iklan merupakan satu wujud dari ragam bahasa jurnalistik sehingga mempunyai sebuah bentuk komunikasi yang khas. Ragam tersebut mengandung daya informatif persuasif sehingga harus mampu memilih kata yang dimengerti oleh khalayak pembaca atau pendengar. Bahasa iklan merupakan bahasa yang berfungsi untuk menyampaikan pesan tentang suatu produk di media, baik elektronik maupun media cetak. Sebagai sebuah bentuk komunikasi, iklan bisa menjadi alat untuk mengembangkan kemampuan berbahasa.

Pemakaian bahasa dalam surat kabar selayaknya dikemas dalam bentuk yang menarik dan variasi, sehingga pembaca tidak merasa bosan ketika membaca surat kabar. Selain bahasa yang digunakan menarik, dalam surat kabar juga terdapat kolom yang berisikan tentang kumpulan iklan yang dikemas secara menarik dan variasi. Dengan berbagai variasi yang terdapat dalam surat kabar para pembaca akan termotivasi untuk membacanya. Selain untuk memotivasi pembaca agar tertarik membacanya, surat kabar juga menjadi wadah masyarakat untuk menggali informasi.

Sebagai bahasa nasional, Bahasa Indonesia digunakan dalam dunia pendidikan. Bahasa Indonesia menjadi salah satu mata pelajaran pokok yang diujikan secara nasional. Selain itu, Bahasa Indonesia juga digunakan sebagai bahasa pengantar saat proses pembelajaran berlangsung.

Keterampilan dalam bahasa Indonesia ada 4, yaitu menulis, membaca, mendengarkan, dan berbicara.

Kegiatan menulis merupakan salah satu bagian dari keterampilan berbahasa yang perlu mendapat perhatian lebih. Kesimpulan diambil dari kegiatan bahwa menulis merupakan kegiatan yang bersifat mendasar. Dalam pelaksanaannya kegiatan menulis memerlukan keterampilan khusus yang meliputi keterampilan menemukan ide dan keterampilan menuangkan ide-ide ke dalam bentuk tulisan. Kegiatan menuangkan ide ke dalam bentuk tulisan memerlukan kemampuan kebahasaan. Kemampuan kebahasaan tersebut meliputi keterampilan memilih kata, keterampilan menggunakan struktur, gaya bahasa, dan keterampilan menggunakan ejaan.

Suatu ide dapat diungkapkan melalui kata-kata yang dipilih oleh penulis sehingga membentuk sebuah kalimat. Kalimat yang saling terkait akan membentuk sebuah tulisan yang dapat disebar luaskan melalui media cetak agar ide atau gagasan sang penulis dapat dibaca dan dipahami oleh khalayak umum. Dengan demikian salah satu fungsi tulisan adalah untuk menyebar luaskan gagasan atau ide yang dimiliki penulis kepada khalayak umum yang membaca tulisan tersebut. Dalam media cetak atau Koran terdapat berbagai aspek kebahasaan, sehingga aspek kebahasaan yang akan digunakan oleh peneliti yaitu Diksi atau pilihan kata.

Diksi yang mudah dipahami membantu pembaca atau mempermudah pembaca menangkap isi bacaan, karena dengan diksi yang

mudah dipahami oleh para pembaca Koran dapat dengan mudah menangkap apa yang dimaksudkan dalam bacaan tersebut. Koran harus menggunakan diksi yang santun, singkat, padat, dan jelas tetapi juga tetap diuraikan secara tuntas dan tanpa mengurangi makna atau inti dari artikel atau berita tersebut.

Diksi yang kurang menarik dan berbelit-belit akan mengurangi minat pembaca. Apalagi sekarang teknologi berkembang sangat pesat, sehingga para remaja lebih memilih menonton televisi dari pada membaca Koran, apalagi bagi mereka yang tidak suka membaca. Banyak para remaja yang gengsi membaca Koran, jangankan membaca memegang saja mereka gengsi. Bagi mereka membaca Koran adalah ketinggalan jaman.

Diksi itu sendiri adalah pilihan kata. Menurut Arifin (2000: 25) diksi adalah pilihan kata, memilih kata yang tepat untuk menyatakan sesuatu. Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka mendefinisikan “diksi” sebagai pilihan kata yang tepat dan selaras dalam penggunaannya untuk mengungkapkan gagasan sehingga diperoleh efek tertentu seperti yang diharapkan. Pendapat lain diksi adalah dalam kemampuan memilih dan menggunakan dengan tepat kata-kata untuk menyampaikan suatu gagasan yang dimaksudkan. Karangan yang ditulis oleh penulis dipublikasikan melalui media cetak.

Kata media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan

pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa. Media cetak adalah suatu media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media cetak adalah suatu alat yang digunakan sebagai perantara untuk menginformasikan suatu hal atau masalah kepada masyarakat dalam bentuk cetak.

Peneliti memilih media cetak berupa surat kabar Harian Kompas. Harian Kompas adalah nama surat kabar Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta. Koran Kompas diterbitkan oleh PT. Kompas Media Nusantara yang merupakan bagian dari Kelompok Kompas Gramedia (KG). Untuk memudahkan akses bagi pembaca diseluruh dunia, Kompas juga terbit dalam bentuk daring yang bernama Kompas.com yang dikelola oleh PT.Kompas Cyber Media.

Dalam Surat Kabar Harian Kompas Edisi Minggu terdapat beberapa iklan, terutama “Klasika” yaitu klasifikasi iklan di mana didalamnya berisi tentang solusi dan tips seputar buah hati anda. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada surat kabar harian Kompas Edisi Minggu.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti mengambil judul “Analisis penggunaan diksi dalam “klasika” surat kabar harian Kompas edisi minggu bulan Januari – Februari 2013”. Pemilihan judul ini, peneliti tetapkan dengan mengetahui diksi yang digunakan dalam surat kabar Kompas. Pemilihan di pilih surat kabar

karena diksi yang digunakan bervariasi. Selain itu, skripsi ini memberikan gambaran bahwa tidak selamanya bahasa yang digunakan resmi dan sopan. Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin mengkaji diksi yang digunakan dalam iklan surat kabar dan jenis diksi yang digunakan.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas ada dua rumusan masalah yang akan di bahas.

1. Bagaimanakah jenis penggunaan diksi dalam “Klasika” surat kabar harian Kompas edisi minggu bulan Januari – Februari 2013?
2. Bagaimana makna terjadinya penggunaan diksi dalam “Klasika” surat kabar harian Kompas edisi minggu bulan Januari -Februari 2013?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas ada dua tujuan yang ingin di capai.

1. Menggali jenis penggunaan diksi dalam “Klasika” surat kabar harian Kompas edisi minggu bulan Januari – Februari 2013.
2. Menggali makna terjadinya penggunaan diksi dalam “Klasika” surat kabar harian Kompas edisi minggu bulan Januari -Februari 2013.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharap memiliki manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

**1. Manfaat Teoretis**

- a. Menambah perbendaharaan teori dibidang kajian kebahasaan, khususnya mengenai diksi dalam iklan media cetak.
- b. Menambah pengetahuan mengenai karakteristik wacana iklan di media cetak.

**2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi pembaca hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pemakaian bahasa, khususnya wacana iklan dalam media cetak.
- b. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi selanjutnya yang berhubungan dengan penggunaan diksi.
- c. Bagi pembuat iklan, hasil penelitian dapat memberikan masukan agar para pembuat iklan lebih efektif, kreatif, dan inovatif dalam memproduksi iklan.