

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Jumlah manusia semakin berkembang dan sejalan dengan itu berkembang pula permintaan terhadap barang dan jasa. Makin jauh perkembangan peradaban manusia, makin banyak dan makin beragam pula permintaannya. Makin banyaknya permintaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat membuka peluang bagi seseorang untuk mendirikan suatu usaha, baik itu usaha untuk produksi barang ataupun usaha untuk jasa.

Produksi barang dan jasa yang dimiliki oleh perorangan atau kelompok akan dapat bermanfaat bagi masyarakat apabila dalam perkembangannya banyak dikenal oleh masyarakat. Untuk mengenalkan barang hasil produksi dan jasa kepada masyarakat diperlukan sarana yang efektif dan efisien sehingga tujuan dapat tercapai dengan cepat. Salah satu sarana agar barang hasil produksi dan jasa dapat dikenal dan sekaligus dipergunakan oleh masyarakat adalah dengan cara memasang iklan.

Surat kabar, televisi, majalah dan internet merupakan alat yang dipergunakan oleh para pedagang atau untuk menawarkan jasa kepada konsumen. Dari beberapa alat tersebut yang paling efektif dan efisien adalah surat kabar. Sebab surat kabar umumnya membuat beberapa kategori iklan yang ditawarkan sesuai dengan taraf yang ditetapkan. Misalnya iklan mini/iklan baris, iklan *display*, dan iklan kolom. Iklan yang ada di surat kabar

ini mampu membujuk ( persuasif ) pada masyarakat secara tinggi ( Panuju, 2001: 147 ). Dengan adanya iklan dapat menghubungkan pihak ketiga yaitu konsumen untuk tertarik dan membeli atau mempergunakan apa yang diiklankan di surat kabar. Jadi, iklan yang dipasang di surat kabar dapat menjalin komunikasi antara pedagang atau pemilik jasa dengan para konsumen sebagai pemakai.

Bahasa tulis sebagai salah satu alat komunikasi banyak dimanfaatkan dalam berbagai situasi komunikasi dan tujuan yang berbeda. Setiap situasi dan tujuan yang berbeda memungkinkan seorang penutur atau penulis dalam memilih variasi bahasa yang digunakan oleh seseorang disebut ragam bahasa (Panuju, 2001:148 ).

Pemilihan salah satu ragam bahasa dipengaruhi oleh beberapa faktor sesuai dengan kebutuhan penulis. Seperti bahasa tulis dalam wacana iklan di surat kabar, penulis iklan sebagian besar sebagai produsen yang menghasilkan barang atau jasa untuk menarik pembeli sering menggunakan bahasa campuran sebagai kreativitas. Bahasa tulis dalam iklan tersebut akan berbeda dengan bahasa tulis dalam cerpen, meskipun sama-sama di tulis di media cetak bahasa tulis dalam cerpen penulis mempunyai tujuan untuk memberikan hiburan dan pengetahuan kepada pembaca. Dengan demikian, perbedaan ragam bahasa tulis disesuaikan dengan kebutuhan tujuan yang ingin dicapai penulis.

Iklan dalam kegiatannya mempunyai target yang bervariasi, ada yang iklan khusus untuk merangsang pembelian dengan segera, ada iklan yang

hanya sekedar sosialisasi merk, atau bahkan ada yang sekedar mempertahankan loyalitas konsumen, yang pasti dari iklan adalah kegiatan memiliki yang kelanjutan agar tidak putus hubungan dengan masyarakat (Panuju, 2001: 169).

Surat kabar sebagai salah satu media cetak yang dimanfaatkan oleh pengusaha atau wiraswasta diharapkan dapat mendukung penjualan hasil produksi barang dan jasa memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain. Kelebihan media surat kabar adalah para pedagang atau pemilik jasa yang memanfaatkan media cetak surat kabar sebagai sarana promosi dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan iklan televisi atau sarana lainnya, selain itu iklan dapat diketahui orang banyak dan bertahan lama.

Bahasa dalam iklan perlu etika dan sopan santun sehingga dapat mencapai tujuan sesuai dengan ketentuan target barang atau jasa yang diiklankan. Kata-kata dalam kalimat yang menarik dan dapat dibaca, serta dapat dipahami maksud dari isi kalimat oleh penyimak atau pembaca. Kata-kata dalam kalimat dan terangkum menjadi wacana dapat dimaknai secara verbal.

Penelitian yang membahas makna verbal ragam tulis pada iklan ini sangat menarik untuk dikaji lebih dalam sebab kata-kata yang terangkai dalam kalimat dan kemudian menjadi wacana mempunyai banyak makna sesuai dengan kemampuan imajinasi tafsiran dari pembaca. Selanjutnya, dipilih media cetak surat kabar Solopos, yaitu surat kabar yang terbit setiap hari digunakan sebagai sumber data dikarenakan surat kabar Solopos dalam

kolomnya banyak memuat iklan daripada dengan surat kabar lainnya sehingga diharapkan dapat mempermudah dalam pencarian data.

## **B. Pembatasan Masalah**

1. Kajian diarahkan pada pembahasan makna verbal ragam bahasa tulis pada iklan surat kabar.
2. Jenis iklan yang dianalisis dibatasi pada iklan kendaraan bermotor, yang terdiri dari (1) iklan sepeda motor dengan berbagai merk dan (2) iklan mobil dibedakan atas sedan dan truk dengan berbagai merk.
3. Media cetak sebagai sarana iklan dipilih surat kabar harian Solopos.

## **C. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk verbal peristilahan pada iklan kendaraan dan iklan mobil dengan berbagai merk di surat kabar Solopos ?
2. Bagaimanakah makna verbal peristilahan pada iklan kendaraan dan iklan mobil dengan berbagai merk di surat kabar Solopos ?
3. Apa fungsi peristilahan pada iklan kendaraan dan iklan mobil dengan berbagai merk di surat kabar Solopos ?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bentuk verbal peristilahan pada iklan kendaraan dan iklan mobil dengan berbagai merk di surat kabar Solopos.

2. Untuk mendeskripsikan makna verbal ragam bahasa tulis pada iklan kendaraan bermotor dan iklan mobil dengan berbagai merk di surat kabar Solopos.
3. Untuk mendeskripsikan fungsi peristilahan pada iklan kendaraan bermotor dan iklan mobil dengan berbagai merk di surat kabar Solopos.

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

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, bukti secara teoritis sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan kontribusi dan ilmu pengetahuan dalam bidang linguistik, khususnya dalam menginterpretasi atau memberi makna ragam bahasa tulis pada iklan di media cetak surat kabar.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan media cetak surat kabar, perusahaan dapat memahami dan meningkatkan pengetahuan mengenai ragam bahasa tulis yang dipergunakan dalam iklan sehingga dalam praktiknya dapat menggunakan bahasa secara efektif dan efisien sesuai dengan fungsinya.
- b. Bagi pembaca sebagai sumbangan pengetahuan dalam bidang linguistik, khususnya dalam memahami makna verbal ragam bahasa tulis pada iklan di media cetak surat kabar.