

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Bahasa di dalam kehidupan bermasyarakat digunakan sebagai alat komunikasi yang paling utama bagi manusia. Bahasa digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi antara satu dengan yang lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat, yang berupa lambang bunyi suara dihasilkan oleh alat ucap manusia (Keraf, 2004: 19). Bahasa dan penggunaannya mencakup aktivitas manusia secara keseluruhan, baik yang bersifat ilmiah maupun yang bersifat tidak ilmiah di dalam kehidupan sehari-hari.

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer dan dipergunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Bahasa selain digunakan untuk alat berinteraksi sesama anggota masyarakat, bahasa juga digunakan untuk alat komunikasi yakni penyampaian berita atau informasi menurut Kridalaksana (dalam Markamah, dan Atiq Sabardilla, 2014 : 67).

Salah satu bentuk wujud sarana manusia untuk mengungkapkan gagasan dan pengetahuannya yang berupa informasi yakni bentuk media komunikasi, dalam hal ini yaitu media massa, misalnya media cetak dan media elektronik. Media massa merupakan salah satu jenis wadah komunikasi tidak langsung yang diperlukan untuk menjangkau masyarakat yang sangat kompleks dan luas. Tempat yang digunakan sebagai wadah komunikasi tidak langsung adalah media cetak.

Bahasa selain digunakan untuk berinteraksi juga dapat digunakan untuk mengungkapkan ide, gagasan, pikiran, keinginan, dan menyampaikan pendapat atau informasi melalui bahasa. Bahasa pada iklan baris merupakan salah satu wujud dari bahasa jurnalistik, sehingga dapat membentuk komunikasi yang khas. Bahasa mempunyai fungsi dan peranan yang sangat besar dalam kehidupan

manusia. Fungsi utama dari bahasa yaitu sebagai alat komunikasi yang digunakan sesama anggota masyarakat (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 pertanyaan-pertanyaan, 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 yaitu fungsi bahasa sebagai penciptaan sistem, gagasan, atau kisah yang imajinatif (Sumarlam, 2009 : 1-7).

Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan peneliti yaitu media cetak yang berupa surat kabar *Solopos* sebagai surat kabar harian tersebut menjadi sumber utama masyarakat untuk mendapatkan suatu berita atau informasi. Surat kabar *Solopos* memberikan berita yang berbeda-beda dalam rubrik yang topiknya sama, dengan tujuan agar menarik konsumen untuk membaca dan mengetahui informasi yang terbaru. Pada zaman sekarang ini surat kabar yang beredar di lingkungan masyarakat itu memiliki harga jual yang murah dan mudah untuk ditemukan atau mudah untuk dibeli sehingga masyarakat dapat membeli surat kabar tersebut setiap hari.

Iklan dalam surat kabar bukanlah suatu hal yang asing dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Bahkan iklan memegang peran penting untuk menyampaikan pesan penjualan dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh produsen perusahaan barang atau jasa secara persuasif dalam berbagai bentuk dan disampaikan lewat berbagai media. Iklan dalam surat kabar disampaikan dengan cara semenarik mungkin dengan tujuan menarik daya minat konsumen.

Penelitian ini, peneliti memilih struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* sebagai bahan untuk mendapatkan data, karena struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 – Februari 2016 tersebut menggunakan bahasa yang jelas dan terdapat kalimat yang kompleks, seperti nama suatu tempat, letak suatu wilayah, satuan luas, harga, dan nomor yang dapat dihubungi. Peneliti mengimplementasikan di SMP, karena di SMP terdapat materi mengenai iklan baris yang dibuktikan dengan adanya Standar Kompetensi dan Kompetensi Dasar kelas IX semester 1 kurikulum 2006 (KTSP) yang berkaitan dengan iklan baris, sehingga dengan adanya materi pembelajaran dapat mengungkapkan informasi melalui iklan baris. Siswa diharapkan mampu menulis iklan baris dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 - Februari 2016?
2. Bagaimana wujud struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 - Februari 2016?
3. Bagaimana keterkaitan antara struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 - Februari 2016 dan implementasinya di SMP?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan merupakan suatu arah yang hendak dicapai peneliti. Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 - Februari 2016.
2. Mendeskripsikan wujud struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 - Februari 2016.
3. Mendeskripsikan keterkaitan antara struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 - Februari 2016 dan implementasinya di SMP.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau manfaat kepada para pembaca yakni baik manfaat teoretis maupun manfaat praktis.

#### 1. Manfaat teoretis

Penelitian ini akan membawa dampak baik dari segi pemahaman struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 – Februari 2016 dan implementasinya di SMP.

#### 2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti sendiri mampu mengetahui lebih mendalam seperti apa struktur iklan baris penjualan rumah dalam surat kabar *Solopos* edisi November 2015 – Februari 2016 dan implementasinya di SMP.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya khususnya tentang struktur iklan baris.