

**PENGGUNAAN TANDA BACA DAN HURUF KAPITAL
PADA TEKS IKLAN BROSUR PENAWARAN
BARANG ATAU JASA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Diajukan Oleh:

Pita Erlawati

A 310 060 276

**PENDIDIKAN BAHASA, SASTRA INDONESIA DAN DAERAH
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa Indonesia telah menjadi bahasa persatuan sejak 28 Oktober 1928. Usia 82 tahun belumlah tua untuk ukuran bahasa sebuah bangsa. Usia yang masih labil, masih berubah dan berkembang seperti halnya bahasa-bahasa lain di dunia.

Sebuah bahasa berkembang seiring perkembangan ilmu pengetahuan, informasi, dan teknologi. Rasa ingin tahu manusia yang menyebabkan perkembangan ilmu-ilmu yang telah dimiliki manusia. Bahasa pun ikut berkembang mengikuti perkembangan manusia. Bahasa bukanlah sesuatu yang mati, tetapi bahasa bisa berkembang sesuai perkembangan pemikiran penggunaannya.

Bahasa digunakan manusia untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Keberadaan bahasa sangat penting bagi kehidupan manusia. Dengan bahasa manusia dapat menyampaikan informasi atau berita, fakta, pendapat, dan lain sebagainya. Manusia dapat berkomunikasi dengan siapa saja menggunakan bahasa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya bahasa, interaksi dan segala macam kegiatan dalam masyarakat akan lumpuh.

Menurut Sugono (2002: 14) ditinjau dari media (sarana) yang digunakan untuk menghasilkan bahasa, penggunaan bahasa dapat dibedakan

dalam dua macam ragam bahasa yaitu, ragam bahasa tulis dan ragam bahasa lisan. Ragam bahasa tulis adalah bahasa yang dihasilkan dengan memanfaatkan tulisan dengan huruf sebagai unsur dasarnya. Sedangkan ragam bahasa lisan adalah bahasa yang dihasilkan dengan menggunakan alat ucap (*organ of speech*) dengan fonem sebagai unsur dasar. Salah satu penggunaan bahasa dalam kehidupan bermasyarakat dapat ditemukan dalam dunia perdagangan, khususnya penawaran barang yang sering disebut iklan.

Iklan memanfaatkan bahasa untuk mempromosikan barang atau jasa. Produsen menulis kelebihan-kelebihan barang atau jasa yang akan ditawarkan dengan bahasa. Penggunaan bahasa bertujuan mempengaruhi konsumen agar membeli atau memakai produknya. Bahasa iklan berkaitan dengan pemberian informasi, menarik khalayak, original, memiliki kekhasan, dan persuasif. Bahasa yang digunakan berbeda dengan penggunaan bahasa lainnya, misalnya bahasa dalam surat, pidato, dan laporan. Bahasa iklan cenderung lebih santai dan bersahabat. Kata-kata yang digunakan menarik dan bersifat promosi. Pemilihan kata dapat mempengaruhi keberhasilan iklan.

Selain pemilihan kata, penggunaan tanda baca juga mempengaruhi keberhasilan iklan. Penulis iklan kurang memperhatikan penggunaan tanda baca. Terdapat kesalahan penggunaan tanda baca dalam penulisan iklan, seperti penggunaan tanda titik, koma, dan seru. Iklan yang menarik tidak harus menggunakan tanda baca yang sebenarnya tidak lazim digunakan. Tanda baca harus digunakan sesuai dengan kaidah.

Di samping pemilihan kata dan penggunaan tanda baca, penggunaan huruf kapital perlu diperhatikan dalam menulis iklan. Penggunaan huruf kapital membuat konsumen lebih mudah membaca teks iklan. Penulis iklan terkadang berlebihan dalam menggunakan huruf kapital, misalnya dengan menulis semua teks menggunakan huruf kapital atau menulis huruf kapital dan huruf kecil secara bergantian dalam satu kata. Penggunaan huruf kapital tersebut tidak sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Pada umumnya huruf kapital digunakan di awal kalimat, nama orang, hal yang berkenaan dengan agama, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Penggunaan Tanda Baca dan Huruf Kapital pada Teks Iklan Brosur Penawaran Barang atau Jasa”.

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi masalah pada penggunaan tanda baca dan huruf kapital pada kalimat persuasi yang terdapat pada brosur penawaran barang atau jasa. Penggunaan tanda baca dibatasi pada penggunaan tanda baca titik, koma, dan seru.

C. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini ada 2 masalah yang ingin dicari jawabannya.

1. Bagaimana penggunaan tanda baca pada teks iklan brosur penawaran barang atau jasa?
2. Bagaimana penggunaan huruf kapital pada teks iklan brosur penawaran barang atau jasa?

D. Tujuan Penelitian

Ada dua tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

1. Mendeskripsikan penggunaan tanda baca pada teks iklan brosur penawaran barang atau jasa.
2. Mendeskripsikan penggunaan huruf kapital pada teks iklan brosur penawaran barang atau jasa.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan manfaat. Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis adalah manfaat yang berhubungan dengan pengembangan ilmu, oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang penggunaan tanda baca dan huruf kapital dalam sebuah wacana.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan bahan inspirasi bagi pembaca dan calon peneliti lain untuk melakukan penelitian.
- b. Menambah khasanah penelitian tentang bahasa khususnya dalam penggunaan tanda baca dan huruf kapital pada teks iklan brosur penawaran barang atau jasa.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini adalah Bab I Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka yang berisi Penelitian yang Relevan dan Landasan Teori. Penelitian yang relevan berisi penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Landasan teori memuat teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu iklan, brosur penawaran barang atau jasa, penggunaan tanda baca, dan penggunaan huruf kapital.

Bab III Metode Penelitian berisi Jenis Penelitian, Data Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Teknik Penyajian Hasil Analisis.

Bab IV Pembahasan yang berisi hasil analisis data.

Bab V Penutup berisi kesimpulan dan saran.